ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

CREATIVIDAD AUDIOVISUAL Y CULTURA DIGITAL: PRODUCCIÓN DE CONTENIDO EDUCATIVO Y CULTURAL EN COLEGIO MARIA MILAGROSA DE PACHACAMAC, V.E.S

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Giulliano Alexander Reynoso Diaz
DNI:74224735, Perú

ASESOR

Julio Manuel Martinez Cieza
DNI: 70748080, Perú

JURADO

Hayashi Rafael Mateo Nuñez
Hristo Joel Vasquez Janampa
Elena Palacios Guerra

Lima, Septiembre 2025

TESIS BACHILLER COMUNICACI%C3%93N AUDIOVISUAL MULTIMEDIA.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:480552855

Submission Date
Aug 10, 2025, 10:16 AM GMT-5

Download Date
Aug 10, 2025, 10:48 AM GMT-5

File Name
TESIS BACHILLER COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA.docx

File Size
2.7 MB

52 Pages

7,651 Words

47,743 Characters

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
3% Publications
12% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

Le dedico a mis padres y hermanos que siempre me apoyaron.

ESTRUCTURA PROYECTO DE INNOVACIÓN. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación Describe el ámbito y lugar donde se desarrolla el proyecto, teniendo en cuenta: Cultura, tradición, costumbres, recursos, problemática, impacto, etc. II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema ¿Qué está ocurriendo?, Causa: ¿A qué se debe?, Consecuencia: ¿Qué efectos adversos genera? Impacto ambiental (ODS)

2.2 Población beneficiaria

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.4 Marco referencial Antecedentes de la innovación, consideraciones teóricas, casos o experiencias previas en el país y el mundo.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s) Información de hallazgos o insights

2.5.2 Información sobre el Mercado Oportunidad de mercado, competencia, barreras de entrada Alcance esperado, mercado objetivo del producto, demanda potencial en el mercado/segmento.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor Concepto planteado: Clasificación o categoría, características, contexto. Definir la propuesta de valor

2.5.4 Diseño de producto/servicio Describir las características físicas/digitales del producto/servicio, mecánica del servicio, triple balance, etc.

2.5.5 Modelo de Negocio Descripción del modelo de negocio, forma de comercialización.

2.5.6 Resultados esperados Describir el resultado ideal: ¿Qué pasará cuando la propuesta entre en contacto con el mercado y el usuario?

2.5.7 Prototipos desarrollados Baja definición Alta definición

2.5.8 Experimentos Describir las actividades, pruebas, testeos o interacciones desarrolladas con los usuarios, presenciales o digitales. Resultados, nivel de validación de hipótesis que el producto/servicio ha tenido con potenciales usuarios. Métricas y hallazgos.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación Descripción de la solución innovadora (Propuesta de valor y Modelo de Negocio del producto/servicio) Sostenibilidad del Proyecto Plan de actividades (nueva iteración, réplica, masificación) Recursos necesarios: humanos, materiales y tecnológicos (software, desarrollo, maquinaria, etc.).

1.1 Título del Proyecto de Innovación.

“Creatividad audiovisual y cultura digital: producción de contenido educativo y cultural en colegio Maria Milagrosa de Pachacámac, ” Villa Maria del Triunfo ”

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En la actualidad el desarrollo de competencias digitales y comunicacionales representa un reto crucial dentro del sistema educativo peruano, especialmente en contextos con recursos limitados. Esta necesidad no siempre se ve reflejada en prácticas pedagógicas que se adapten a los contextos significativos de los estudiantes, quienes enfrentan brechas en cuanto el acceso limitado, el uso y aprovechamiento de las tecnologías. Uno de estos escenarios es Villa Maria del Triunfo, distrito ubicado al sur de Lima Metropolitana, que enfrenta desafíos en cuanto a educación, acceso tecnológico y producción cultural. En diversas instituciones educativas de esta zona, persiste un modelo de enseñanza tradicional que no responde a los intereses, lenguajes ni realidades socioculturales de los estudiantes. A pesar de ello, muchos jóvenes interactúan diariamente con herramientas digitales como los teléfonos móviles,

aunque sin una orientación pedagógica que les permita transformar su consumo digital en producción significativa.

Es en este contexto que se plantea la implementación de un taller de comunicación audiovisual dirigido a estudiantes de quinto de secundaria de una institución educativa parroquial de Villa Maria del Triunfo, “Maria Milagrosa”. Esta propuesta busca aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles, principalmente celulares y aplicaciones de

libre acceso, para desarrollar proyectos de contenido audiovisual con un enfoque cultural, educativo y artístico.

La elección de este grupo etario responde a que los estudiantes de quinto año de secundaria se encuentran en la última etapa de la educación básica regular, donde tendrán que tomar una decisión vocacional y de desarrollo de identidad, permitiendo de este modo que a través del taller desarrollen habilidades y talentos en diversas áreas, destacando en cursos como arte: música, historia, danzas culturales; adquiriendo conocimiento y creando contenido digital en plataformas como Instagram o TikTok.

Este proyecto representa una oportunidad de innovación educativa alineada con el enfoque intercultural de la currícula nacional, al fortalecer el vínculo de los estudiantes con la cultura peruana y fomentar su apropiación creativa de las herramientas digitales. Asimismo, se plantea como una alternativa de sostenibilidad, al abrir la posibilidad de monetizar contenido producido desde la comunidad educativa

La propuesta se fundamenta en la metodología Toulouse Thinking, la cual permite diseñar estrategias de innovación con impacto cultural, económico y social. Bajo esta perspectiva, se espera que los estudiantes se conviertan en productores de contenido con identidad, capaces de comunicar, emprender y proyectarse en el mundo digital a través de sus celulares, creatividad y talento.

2.1 Planteamiento del Problema

Este proyecto formativo se encuentra articulado con cuatro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); en primer lugar, porque responde de manera directa a problemáticas concretas que afectan a la sociedad contemporánea; en segundo término, debido a que propone soluciones orientadas a una transformación educativa con enfoque innovador. Además, integra estrategias pedagógicas que no solo promueven el pensamiento crítico y la inclusión, sino que también impulsan el desarrollo de competencias adaptadas a los retos del siglo XXI. Por consiguiente, se convierte en una propuesta educativa que, más allá de su aplicación puntual, posee un impacto significativo en términos de sostenibilidad y justicia social.

Asimismo, es importante destacar que, gracias al uso de metodologías activas y recursos tecnológicos emergentes, este proyecto favorece entornos de aprendizaje dinámicos, colaborativos y contextualizados. En efecto, tales características no solo

enriquecen la experiencia educativa, sino que también refuerzan el cumplimiento de los ODS al vincular el conocimiento académico con las necesidades reales del entorno. En definitiva, esta propuesta se erige como una iniciativa integral, estructurada con base en principios de equidad, innovación y pertinencia, cuya finalidad es contribuir al logro de metas globales mediante la acción educativa concreta.

En primera instancia, en correspondencia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 4, centrado en garantizar una Educación de Calidad, esta iniciativa tiene como propósito fundamental fomentar en los estudiantes el desarrollo de competencias

creativas, digitales, narrativas y audiovisuales. A través de esta orientación, no solo se pretende actualizar los procesos formativos, sino también asegurar que estos sean inclusivos y contextualizados, respondiendo así a las exigencias socioculturales y tecnológicas del siglo XXI.

Cabe señalar que, además de promover una formación integral, se busca incentivar una actitud activa y reflexiva frente al conocimiento. En lugar de limitarse a la recepción pasiva de información, se alienta a los estudiantes a convertirse en productores conscientes de contenido, capaces de comunicar con intención, sentido crítico y responsabilidad social. En consecuencia, esta propuesta no solo fortalece el aprendizaje significativo, sino que también contribuye a la construcción de una ciudadanía digital comprometida y transformadora. Por ende, se configura como una

estrategia educativa que, mediante la integración de saberes y herramientas contemporáneas, potencia la autonomía intelectual y la participación activa en entornos diversos.

Del mismo modo, en articulación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8, orientado a promover el trabajo decente y el crecimiento económico, esta propuesta educativa tiene como finalidad principal capacitar a los estudiantes en el uso estratégico de herramientas digitales ampliamente utilizadas, tales como Canva, CapCut, Tik Tok e

Instagram. En este sentido, el proceso de aprendizaje se plantea no solo como una experiencia ágil y aplicada, sino también como una oportunidad formativa con enfoque profesional y cultural.

A través de esta aproximación, se busca que los jóvenes adquieran competencias tanto técnicas como creativas, las cuales resultan fundamentales para su inserción en un mercado laboral cada vez más digitalizado y competitivo. Por ejemplo, al dominar estas plataformas, los estudiantes se preparan para desempeñarse en diversos ámbitos, ya sea como editores de contenido, creadores digitales, artistas visuales o emprendedores vinculados a la economía creativa. En consecuencia, esta iniciativa no solo fortalece su perfil profesional, sino que también promueve la autonomía, la innovación y la generación de valor cultural desde una perspectiva sostenible y transformadora.

En tercer término, en consonancia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 11, orientado a lograr ciudades y comunidades sostenibles, esta propuesta educativa se enfoca en el fortalecimiento de la identidad cultural peruana a través de la práctica y difusión de la danza tradicional. A partir de esta perspectiva, se promueve no solo el reconocimiento del valor simbólico y estético de estas manifestaciones, sino también su integración en procesos formativos que vinculan lo local con lo global.

De hecho, al involucrarse activamente en el aprendizaje, la valoración y la divulgación digital de estas expresiones culturales, los estudiantes asumen un rol protagónico como custodios del patrimonio inmaterial. En consecuencia, no solo contribuyen a su

preservación, sino que también fomentan su resignificación en contextos contemporáneos, facilitando su transmisión intergeneracional. Así, esta iniciativa no solo enriquece el sentido de pertenencia y la cohesión comunitaria, sino que también refuerza el compromiso con la sostenibilidad cultural como eje fundamental del desarrollo humano integral.

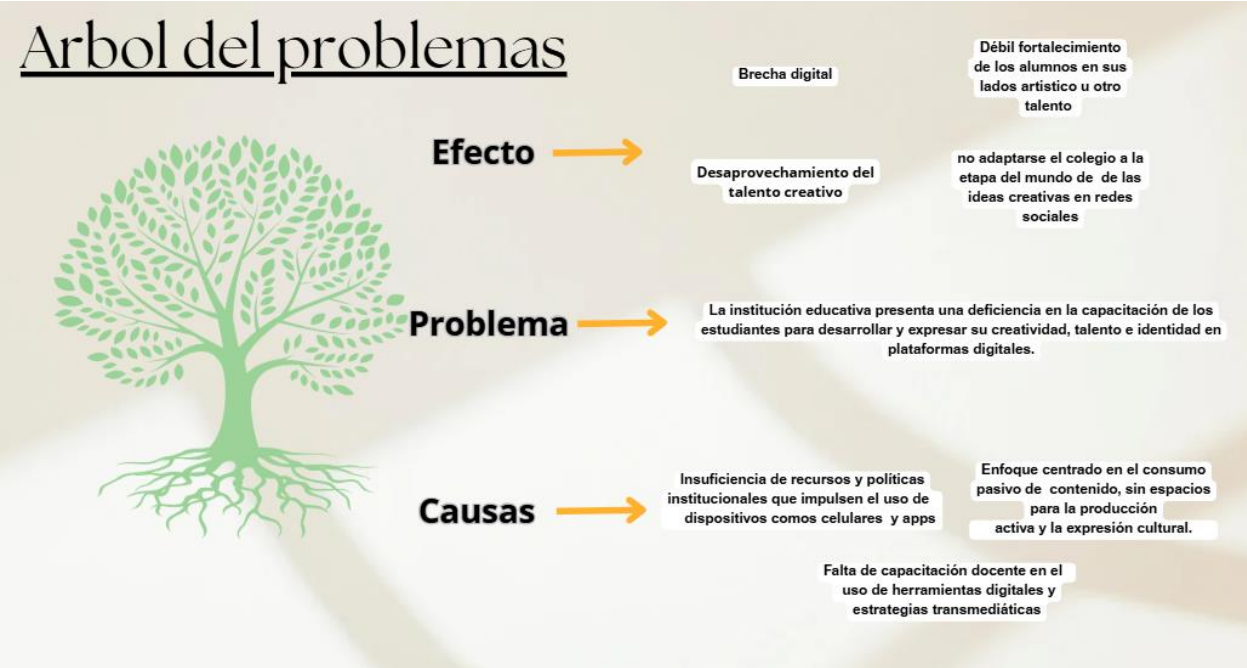
Finalmente, en estrecha relación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, centrado en garantizar modalidades de producción y consumo responsables, esta propuesta pedagógica promueve una utilización crítica, consciente y ética de la

tecnología y las redes sociales. En este marco, se busca que los estudiantes desarrollen una mirada reflexiva y creativa respecto al uso cotidiano de sus dispositivos móviles, trascendiendo el mero entretenimiento para convertirlos en instrumentos de aprendizaje significativo.

A través de esta orientación, los jóvenes no solo aprenden a gestionar de manera responsable los recursos digitales a su alcance, sino que también adquieren la capacidad de generar contenidos con propósito, orientados a la transmisión de valores culturales, la sensibilización social y la construcción de discursos que impacten positivamente en su comunidad. Por consiguiente, esta iniciativa no solo fomenta hábitos tecnológicos sostenibles, sino que también fortalece el compromiso ciudadano y la participación activa

en la transformación de su entorno inmediato. En suma, se trata de una propuesta que articula innovación, responsabilidad y acción educativa con una clara proyección hacia el bien común.

ÁRBOL DE PROBLEMAS



2.2 Población beneficiaria

Entre los beneficiarios indirectos de esta iniciativa se identifican diversos actores pertenecientes tanto al ámbito educativo como al entorno comunitario. En primer lugar,

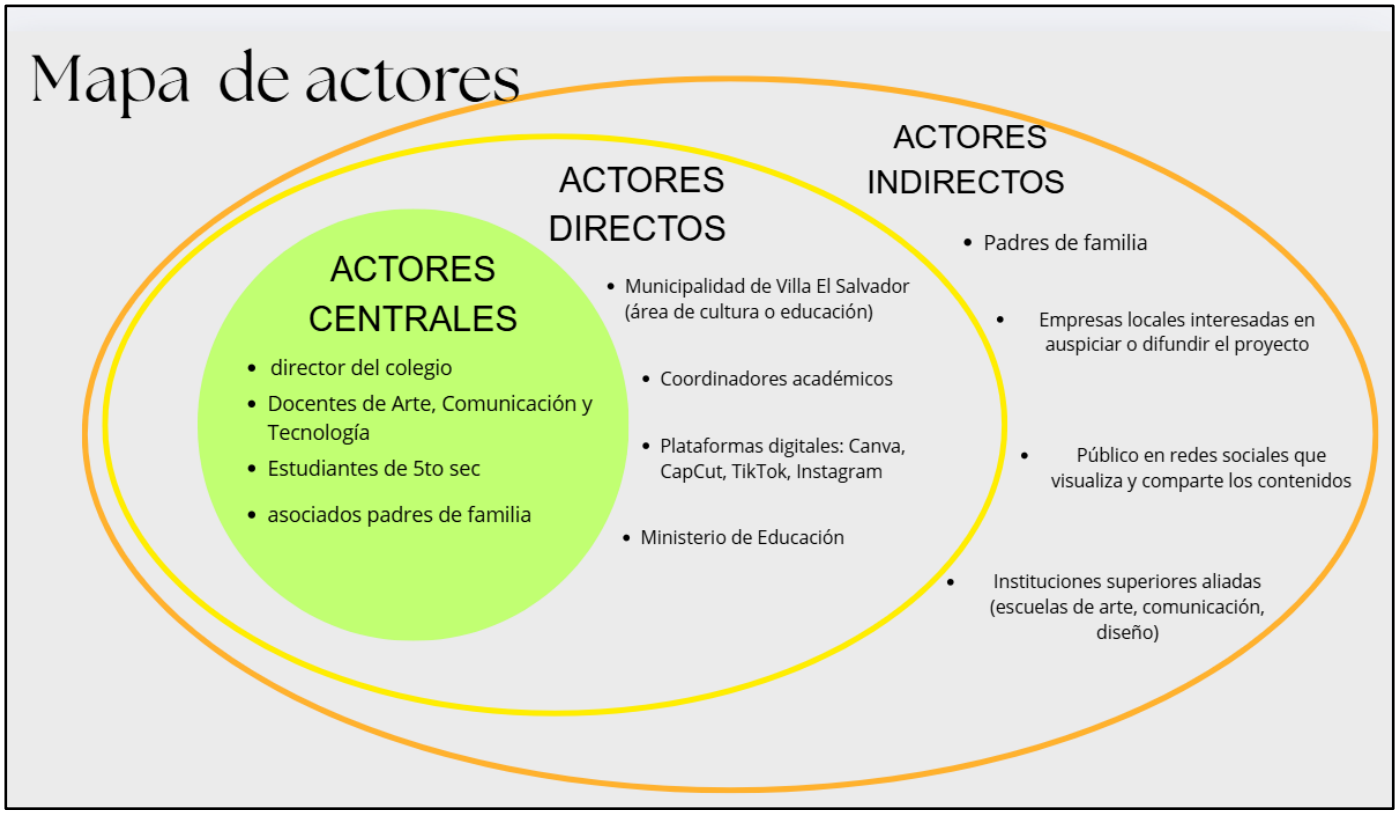
destaca la participación potencial de la Municipalidad de Villa María del Triunfo, la cual, a través de sus áreas de Cultura y Educación, tiene la capacidad de respaldar y fomentar la ejecución de proyectos culturales en las instituciones educativas del distrito. A su vez, mediante el uso estratégico de distintos canales de comunicación, dicha entidad podría contribuir significativamente a la difusión de estas propuestas, lo que permitiría no solo su consolidación a nivel local, sino también su eventual replicación en otras escuelas del distrito e incluso su proyección hacia otras regiones del país.

Por otra parte, es pertinente considerar como beneficiarios indirectos a los padres y madres de familia, quienes observarán una mejora sustancial en la formación integral de sus hijos. Esta mejora se reflejará en el fortalecimiento de valores culturales, habilidades técnicas y competencias profesionales, lo cual repercutirá positivamente tanto en el desarrollo académico como en el crecimiento personal de los estudiantes. En consecuencia, se generará un impacto favorable en el entorno familiar y comunitario, promoviendo la cohesión social y el arraigo cultural dentro del distrito.

En lo que respecta a los actores clave para la implementación del proyecto, el perfil más idóneo corresponde a un docente especializado en artes, dado que esta área se encuentra estrechamente vinculada con el estímulo de la creatividad y la expresión artística. Dichos profesionales no solo aportarían conocimientos técnicos específicos, sino que también desempeñarían un rol fundamental en la promoción del pensamiento crítico y la reflexión en torno a la cultura local. No obstante, en caso de que no se

disponga de docentes con dicha especialización, se contempla como alternativa la incorporación de un profesional en comunicación audiovisual con la formación adecuada. Esta opción, además de garantizar la continuidad del proyecto, abriría nuevas oportunidades laborales en el sector educativo, ampliando la participación de profesionales provenientes de disciplinas afines como el arte, la comunicación y la tecnología.

MAPA DE ACTORES



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo(s) del proyecto

El propósito central de esta iniciativa consiste en fomentar la creatividad audiovisual en un contexto donde las tecnologías digitales, particularmente los

dispositivos móviles, se han convertido en herramientas cotidianas y de fácil acceso. En este marco, el proyecto se orienta al fortalecimiento de la identidad cultural en estudiantes del quinto grado de secundaria pertenecientes a instituciones educativas ubicadas en los distritos de Pachacámac y Villa María del Triunfo. Para alcanzar dicho objetivo, se propone la implementación de un curso innovador que, mediante el uso de recursos digitales accesibles —principalmente el teléfono celular—, facilite la producción y difusión de contenidos con valor cultural, artístico y académico. En este sentido, se espera que los estudiantes diseñen e implementen una propuesta curricular centrada en la creación de materiales audiovisuales educativos y culturales, utilizando el celular como dispositivo principal de creación. Paralelamente, se contempla la capacitación de los participantes en el manejo básico y funcional de herramientas digitales gratuitas como Canva, CapCut y Pixton, entre otras. Estas plataformas permitirán el desarrollo de narrativas visuales y audiovisuales con un enfoque que articule lo cultural con lo académico, promoviendo así una experiencia formativa integral. Asimismo, uno de los ejes fundamentales del proyecto es incentivar la generación de contenidos vinculados a expresiones culturales propias del Perú, tales como danzas tradicionales, gastronomía típica, leyendas ancestrales y costumbres locales. A través de esta estrategia, se busca consolidar un sentido profundo de identidad y pertenencia, partiendo del entorno inmediato de los estudiantes y proyectándolo hacia una valoración más amplia del patrimonio cultural nacional. Por último, el proyecto incorpora una fase exploratoria orientada a introducir a los estudiantes en estrategias básicas de visibilidad y

monetización digital. Esta dimensión, concebida como una proyección a mediano plazo, tiene como finalidad no solo empoderar a los jóvenes mediante el reconocimiento de su talento en plataformas digitales, sino también generar beneficios sostenibles tanto para ellos como para sus respectivas instituciones educativas. En consecuencia, se aspira a consolidar un impacto positivo que trascienda el ámbito escolar y contribuya al desarrollo cultural y económico de la comunidad.

2.4 Marco referencial

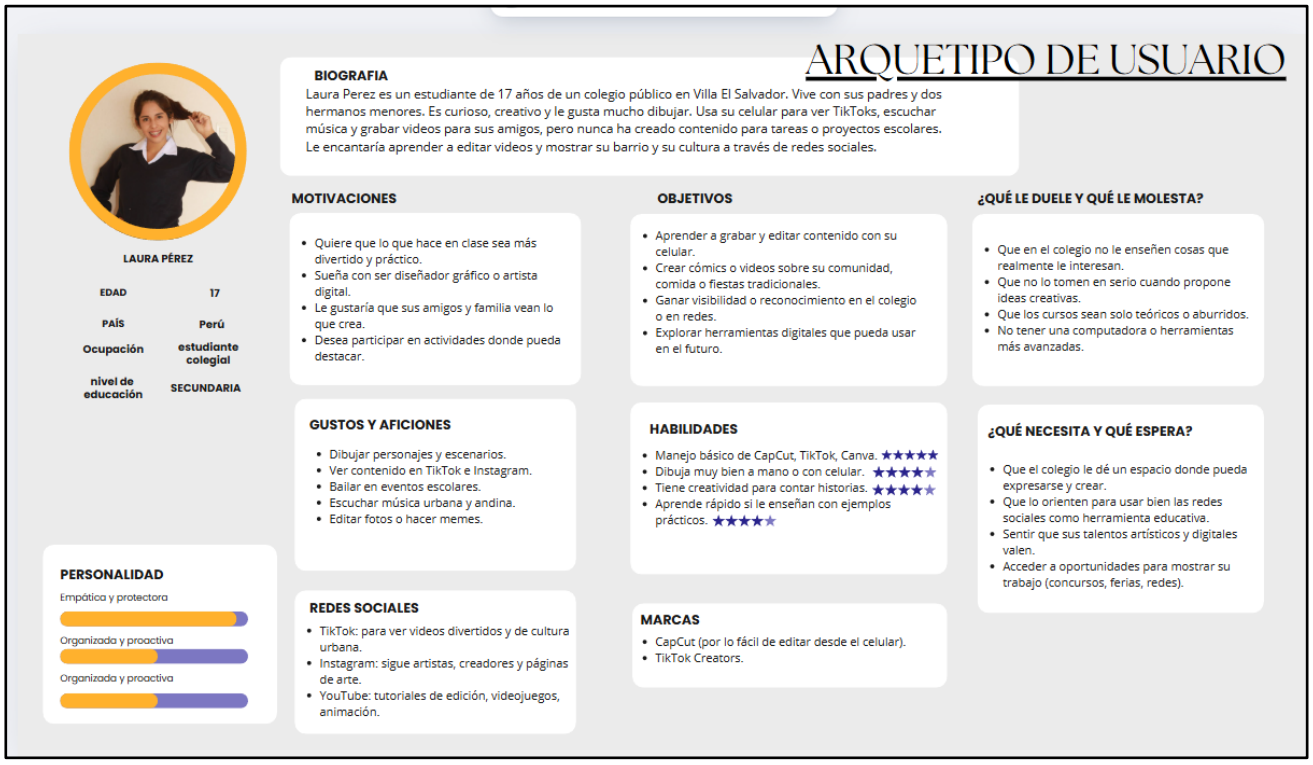
La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), según el documento dice “La cultura y las artes cumplen una función vital para que florezcan la imaginación, la creatividad y la autoexpresión del ser humano... amplía las posibilidades de creación, al tiempo que abre perspectivas sociales y económicas a todos los alumnos, especialmente en las industrias culturales y creativas.” (UNESCO, 2024, Preámbulo, párr. 5) también dice que textea sobre el uso de tecnologías digitales y contenido cultural “La educación cultural y artística debería permitir cultivar las aptitudes y competencias necesarias para extraer provecho de las tecnologías digitales... promoviendo una praxis ética y responsable... especialmente en beneficio de los sectores educativo, cultural y creativo.” (UNESCO, 2024, Objetivos estratégicos, sección II, párr. 8.ii) también redacta sobre sobre la cultura local y aprendizaje contextual “Es preciso integrar la cultura y las artes en la enseñanza y el

aprendizaje... que invoquen el patrimonio cultural vivo local y sus expresiones... así como las expresiones culturales y creativas locales.” (UNESCO, 2024, sección IV.b, párr. 17)

menciona también Sobre la participación activa de jóvenes y comunidades “La educación cultural y artística debería posibilitar procesos de creación colectiva… con la participación activa y sustancial del conjunto de interlocutores y beneficiarios, tales como alumnos, educadores, profesionales de la cultura y comunidades.”(UNESCO, 2024, Principios rectores, f) sobre el uso educativo de plataformas digitales “Utilizar la educación mediática e informacional para apoyar una praxis eficaz… promoviendo el uso creativo, ético y responsable de las tecnologías digitales y ampliando la colaboración entre educadores, alumnos y agentes culturales.” (UNESCO, 2024, Tecnologías digitales e IA, párr. 34 y 38) además en una editorial Dykinson menciona La imagen como herramienta de expresión cultural "Ser conscientes de que la expresión plástica es un vehículo de canalización de la creatividad y la expresión de los estados emocionales del ser humano... Trabajar la identidad cultural y personal a través de la imagen" García González, M., Mijarra Murillo, J. J., & Delfa de la Morena, J. M. (2023). Según Asia Society (s.f.), el proyecto *Creative Voices* promueve la narración digital como herramienta educativa para desarrollar identidad, creatividad y habilidades comunicativas en estudiantes de todo el mundo.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)



El cuadro expuesto representa un arquetipo o perfil de usuario enfocado en una estudiante adolescente, identificada como Laura Pérez. Su elaboración tiene como propósito fundamental analizar de forma holística sus necesidades, motivaciones, frustraciones y competencias vinculadas tanto al uso de herramientas digitales como a la producción audiovisual en el ámbito escolar. En primer lugar, este instrumento permite

examinar detalladamente la manera en que Laura interactúa con distintas plataformas tecnológicas; en segundo lugar, posibilita evidenciar las limitaciones inherentes al modelo educativo tradicional, el cual, en muchos casos, resulta insuficiente para atender sus inquietudes creativas y expresivas. Asimismo, el perfil diseñado no sólo revela las discrepancias existentes entre las metodologías pedagógicas convencionales y las expectativas actuales del estudiantado, sino que, además, constituye un insumo valioso para la formulación de propuestas educativas más contextualizadas y adaptadas a las particularidades del alumnado. En consecuencia, se favorece la estructuración de estrategias orientadas al fortalecimiento de competencias digitales y creativas, lo cual resulta esencial para garantizar que las acciones formativas respondan de manera pertinente a las realidades, intereses y aspiraciones de estudiantes como Laura. Por otro lado, cabe destacar que este enfoque centrado en el usuario no solo promueve una mayor inclusión educativa, sino que también incrementa la motivación estudiantil y fomenta una alineación más efectiva con los retos que plantea el entorno digital contemporáneo. En definitiva, al integrar este tipo de herramientas en el diseño pedagógico, se avanza hacia una educación más significativa, equitativa y acorde con las demandas del siglo XXI.

MAPA DE EMPATÍA



El presente mapa de empatía ha sido concebido con el objetivo de examinar en profundidad las percepciones, emociones y conductas del estudiante en relación con la creatividad digital y su vivencia dentro del contexto educativo. Esta herramienta se articula en torno a cuatro dimensiones esenciales que permiten abordar de manera integral su experiencia formativa. **¿Qué piensa y siente?** En primer lugar, se indagan las emociones internas del estudiante, destacándose una percepción persistente de que su talento no es debidamente reconocido. A esta percepción se suma un profundo deseo de producir contenidos que posean mayor significado y pertinencia personal. No obstante, este impulso creativo se ve frecuentemente obstaculizado por la rigidez de los modelos pedagógicos tradicionales, los cuales, en muchos casos, restringen tanto la libertad expresiva como el desarrollo de competencias digitales. Como resultado, emerge

una sensación de frustración que limita su potencial creativo. En segundo término, se examina la influencia del entorno social inmediato —incluyendo figuras como familiares, amistades, docentes y referentes digitales— en la configuración de su autoconcepto. Dichas voces externas, por un lado, pueden constituirse en fuentes de aliento e inspiración; sin embargo, por otro lado, también pueden generar dudas e inseguridades respecto a su capacidad para emplear herramientas digitales de forma innovadora y significativa. Esta dualidad evidencia la complejidad del entorno sociocultural en el que se desenvuelve el estudiante, así como la necesidad de acompañamiento pedagógico que potencie su confianza y autonomía creativa. En síntesis, el mapa de empatía no solo permite identificar los factores emocionales y sociales que inciden en la experiencia educativa del estudiante, sino que también ofrece una base sólida para el diseño de estrategias pedagógicas más inclusivas, motivadoras y alineadas con las exigencias del entorno digital contemporáneo.

¿Qué ves? Asimismo, se identifica una constante comparación entre su contexto educativo y comunitario y aquellos escenarios más desarrollados que observa a través de redes sociales u otras instituciones. Esta observación genera una percepción de desigualdad en cuanto al acceso a oportunidades formativas, lo que refuerza su deseo de contar con espacios que estimulen su potencial creativo.¿Qué dice y hace? Finalmente, se describe su comportamiento observable, caracterizado por una participación discreta en el aula, en contraste con una actitud mucho más activa,

expresiva y comprometida en plataformas digitales. En este ámbito, el estudiante manifiesta un interés sostenido por adquirir habilidades prácticas y pertinentes que le permitan proyectarse hacia un futuro con mayores posibilidades de desarrollo personal y profesional. En conjunto, este mapa de empatía constituye una herramienta clave para diseñar propuestas educativas que respondan de manera efectiva a las necesidades, aspiraciones y realidades de los estudiantes, promoviendo así una educación más inclusiva, contextualizada y orientada al fortalecimiento de la creatividad digital.

2.5.2 Información sobre el Mercado

En el distrito de Villa Maria del Triunfo se registra un aproximado de 50 instituciones educativas de nivel secundario, muchas de las cuales cuentan con aulas de quinto grado integradas por entre 25 y 35 estudiantes. Esta configuración permite proyectar una población estudiantil directa que supera los 1,000 alumnos por distrito; en consecuencia, se configura un escenario propicio para la implementación de propuestas educativas innovadoras con alto potencial de impacto. Además, dicha concentración de estudiantes representa una oportunidad estratégica para el despliegue de iniciativas que promuevan el desarrollo de competencias digitales y creativas.

A pesar de este panorama favorable, hasta el momento no se ha evidenciado un incremento sustancial en la competencia directa a nivel local, lo cual, desde una perspectiva estratégica, constituye una ventaja inicial significativa para la ejecución del presente proyecto. Sin embargo, es necesario contemplar la presencia de ciertos actores que, aunque no compiten de forma directa, podrían ser considerados como competidores indirectos. Tal es el caso de los programas promovidos por el Ministerio de Educación (MINEDU), los cuales, si bien tienen como objetivo el fortalecimiento de la cultura digital

en el ámbito escolar, no abordan de manera específica el componente audiovisual ni integran metodologías transmedia dentro de sus propuestas pedagógicas.

Por consiguiente, aunque estos programas estatales representan un avance en términos de alfabetización digital, su enfoque limitado en cuanto a la producción audiovisual y la narrativa transmedia abre un espacio de intervención aún no explorado en profundidad. En este sentido, el proyecto en cuestión no solo se posiciona como una alternativa complementaria, sino también como una propuesta diferenciadora que responde a vacíos concretos en la oferta educativa actual. Así, se refuerza la pertinencia de su implementación en un contexto donde la innovación pedagógica resulta cada vez más necesaria para responder a los desafíos del entorno digital contemporáneo. Sin embargo, según Impulse LATAM (2022), las instituciones educativas que integran estrategias de marketing de contenidos logran una mayor conexión con sus comunidades mediante redes sociales como Instagram o TikTok.

Parentética:

(Impulse LATAM, 2022)

Asimismo, diversas organizaciones no gubernamentales que operan en el ámbito educativo abordan temáticas relacionadas con la creatividad y la cultura en contextos escolares; no obstante, su accionar no se distingue por un uso intensivo ni estratégico de las redes sociales como instrumentos pedagógicos. En paralelo, resulta imprescindible considerar la influencia que ejerce el contenido digital de alcance global, ampliamente difundido a través de plataformas como TikTok, Instagram o YouTube. Si bien estas redes sociales constituyen espacios con potencial para el aprendizaje no formal, también representan un factor de distracción que puede desviar la atención del público juvenil hacia tendencias culturales externas, lo cual, en determinados casos, podría contribuir al debilitamiento del interés por las manifestaciones culturales locales.

A partir de este escenario, el proyecto en desarrollo adquiere una relevancia particular, ya que se presenta como una propuesta innovadora y diferenciada. Su valor radica en la articulación de la producción audiovisual con un enfoque educativo y cultural contextualizado, diseñado específicamente para responder a las necesidades concretas del entorno escolar. En consecuencia, no solo se promueve el fortalecimiento de competencias digitales y expresivas, sino que también se fomenta la valorización de las identidades culturales propias, lo cual resulta fundamental en un contexto marcado por la globalización mediática y la sobreexposición a contenidos foráneos.

A pesar de los retos previamente expuestos, se ha identificado una oportunidad de alto valor en el ámbito educativo local: la implementación de una metodología pedagógica

innovadora, creativa y de fácil acceso, que se integre de manera orgánica con las rutinas diarias del estudiantado a través del uso de herramientas digitales gratuitas disponibles en dispositivos móviles, especialmente en teléfonos celulares. Esta propuesta metodológica, por un lado, facilita el proceso de apropiación tecnológica al emplear recursos ya familiarizados por los jóvenes; por otro lado, contribuye a la resignificación de la identidad cultural desde un enfoque situado y pertinente al contexto sociocultural del alumnado.

Además, esta estrategia no solo potencia el desarrollo de habilidades digitales y expresivas, sino que también habilita la posibilidad de monetizar contenidos digitales, lo cual representa una vía concreta para visibilizar el talento local y fomentar nuevas oportunidades de crecimiento tanto a nivel individual como comunitario. En este sentido, el proyecto no se limita a una intervención educativa, sino que se proyecta como una plataforma de transformación social con impacto sostenible.

Cabe destacar, asimismo, que una de las principales fortalezas de esta iniciativa radica en su coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con los objetivos 4 (educación de calidad), 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 11 (ciudades y comunidades sostenibles) y 12 (producción y consumo responsables). Esta alineación estratégica incrementa significativamente las posibilidades de acceder a respaldo institucional, financiamiento internacional y establecer alianzas colaborativas

con entidades públicas y privadas comprometidas con la innovación educativa y la sostenibilidad global.

Sin embargo, la ejecución del proyecto no está exenta de desafíos que requieren ser abordados mediante estrategias específicas y diferenciadas. En primer lugar, se ha identificado que una proporción significativa del cuerpo docente no posee un manejo suficiente de las herramientas digitales necesarias para la implementación efectiva de la propuesta. Esta situación plantea la urgencia de diseñar e implementar programas de formación continua orientados al fortalecimiento de competencias tecnológicas; alternativamente, podría considerarse la incorporación de profesionales con experiencia en comunicación digital y producción audiovisual, quienes aportarían conocimientos técnicos especializados al equipo pedagógico.

En segundo término, persiste una brecha significativa en cuanto al acceso equitativo a la conectividad. Aunque la mayoría del estudiantado dispone de dispositivos móviles, la calidad del acceso a internet —ya sea a través de datos móviles o redes Wi-Fi— resulta, en muchos casos, inestable o insuficiente, lo que limita la participación sostenida en actividades formativas digitales. Esta limitación técnica representa un obstáculo estructural que debe ser mitigado mediante alianzas con operadores de telecomunicaciones o el diseño de estrategias pedagógicas adaptadas a contextos de baja conectividad.

Adicionalmente, se ha detectado una actitud de resistencia por parte de ciertos actores institucionales, incluyendo directivos, docentes y autoridades educativas, frente al uso didáctico de plataformas como TikTok, Instagram o YouTube. Esta reticencia se fundamenta, principalmente, en preocupaciones legítimas relacionadas con la exposición

a contenidos inadecuados, el riesgo de ciberacoso y la potencial distracción del alumnado. Frente a este escenario, se vuelve imprescindible establecer marcos normativos claros que regulen el uso pedagógico de dichas plataformas, así como implementar programas de acompañamiento docente que fortalezcan la confianza y el criterio pedagógico en entornos digitales. Paralelamente, será necesario diseñar políticas robustas de seguridad digital que aseguren un entorno educativo ético, protegido y orientado al aprendizaje significativo.

En síntesis, superar estas barreras no solo es factible, sino también fundamental para garantizar la viabilidad, sostenibilidad e impacto transformador del proyecto en el ecosistema educativo local.

En relación con el alcance proyectado, se plantea como fase inicial la ejecución de un proyecto piloto en la institución educativa María Milagrosa, ubicada en el distrito de Pachacámac. Esta etapa permitirá validar la propuesta metodológica en un entorno controlado y obtener insumos valiosos para su posterior escalamiento. A mediano plazo, se prevé la expansión progresiva del proyecto hacia otras instituciones educativas del distrito, contando para ello con el respaldo institucional de actores clave como la Municipalidad de Villa Maria del Triunfo y, eventualmente, del propio Ministerio de Educación (MINEDU). En una etapa posterior, y como meta de largo alcance, se aspira a consolidar una red escolar colaborativa orientada a la producción de contenido cultural

digital con proyección regional e incluso nacional, lo cual permitiría amplificar el impacto educativo y sociocultural de la iniciativa.

En cuanto al público objetivo, el mercado primario está claramente delimitado en estudiantes de quinto año de secundaria, con edades comprendidas entre los 16 y 17 años, que cursan estudios en instituciones públicas ubicadas en zonas urbanas populares. Este grupo representa un segmento estratégico por su familiaridad con el entorno digital y su potencial creativo. Por otro lado, el mercado secundario está conformado por docentes especializados en las áreas de arte y comunicación, directivos de instituciones educativas locales, así como entidades gubernamentales relevantes, entre las que destacan la Municipalidad de Villa Maria del Triunfo y el Ministerio de Educación. La articulación con estos actores resulta fundamental para garantizar la sostenibilidad, legitimidad y escalabilidad del proyecto en el sistema educativo nacional.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

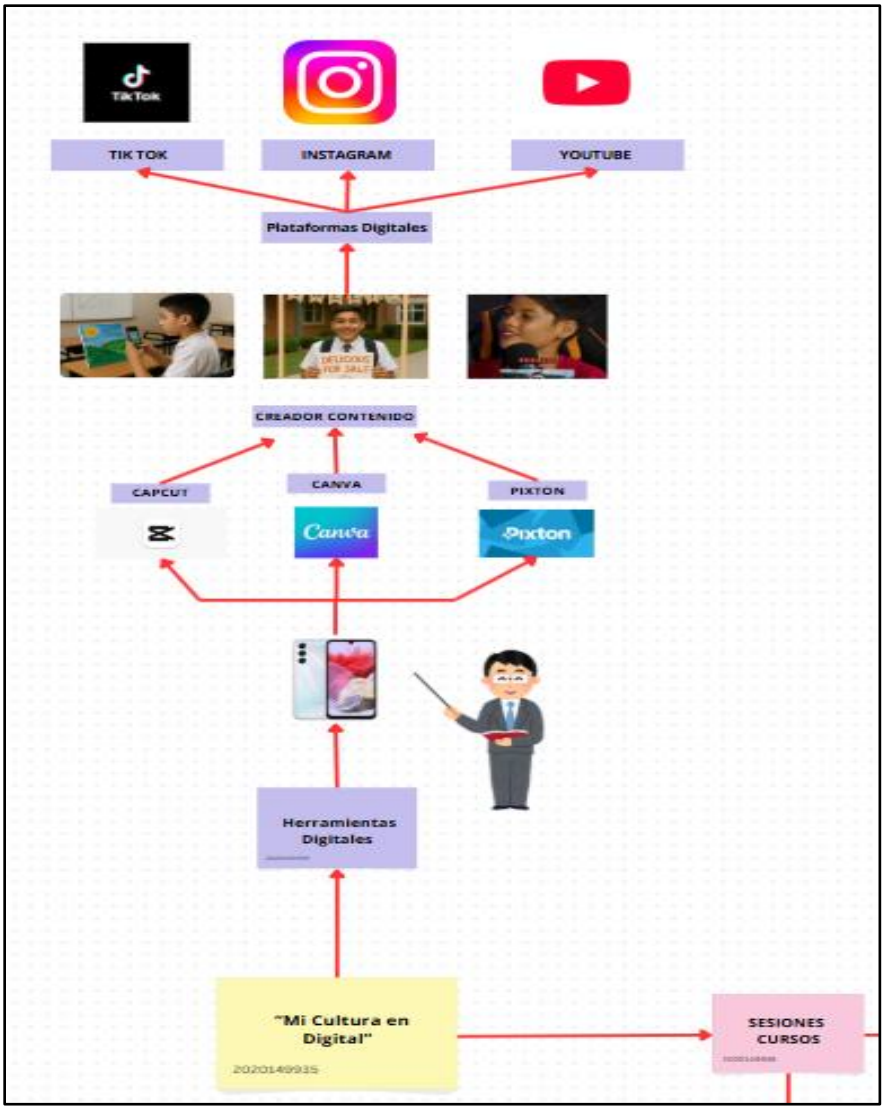
La propuesta de valor presentada consiste en un curso innovador orientado a estudiantes de quinto año de secundaria, cuyo enfoque principal es la producción de contenido digital con fines educativos y culturales, empleando herramientas tecnológicas accesibles como Caput, Canva e Instagram. Esta iniciativa tiene como propósito fundamental fortalecer la identidad cultural del estudiantado, descubrir y potenciar sus talentos individuales, así como fomentar la expresión creativa a través de plataformas digitales ampliamente utilizadas por los jóvenes.En este marco, la propuesta destaca dos componentes esenciales. Por un lado, se identifican los beneficios generados: los estudiantes logran transformar sus habilidades y talentos en productos digitales creativos, lo que contribuye significativamente al fortalecimiento de su identidad cultural,

al incremento de su autoestima y a la consolidación de un canal efectivo para difundir sus creaciones en redes sociales. Por otro lado, se abordan las principales frustraciones que enfrentan tanto los estudiantes como las instituciones educativas. En este sentido, la propuesta contribuye a mitigar el temor institucional frente al uso pedagógico de herramientas digitales, al tiempo que promueve una metodología de enseñanza más dinámica, participativa y contextualizada. Asimismo, facilita la conexión entre el aprendizaje escolar y la realidad sociocultural del entorno, ofreciendo soluciones prácticas y de bajo costo para la creación de contenido digital significativo.Adicionalmente, la propuesta delimita con claridad los beneficios esperados (ganancias), las frustraciones actuales del estudiantado y las tareas por realizar (jobs to be done), lo cual permite una comprensión precisa de sus necesidades, intereses y expectativas en relación con el aprendizaje digital. En consecuencia, se configura una intervención educativa que no solo responde a los desafíos del entorno contemporáneo, sino que también promueve el desarrollo personal y profesional de los estudiantes desde una perspectiva inclusiva, creativa y culturalmente pertinente.

Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio



2.5.5 Modelo de Negocio

El servicio ofertado se configura como un curso estructurado en sesiones de carácter eminentemente práctico, en las cuales los estudiantes desarrollan habilidades

para la creación de contenidos audiovisuales y gráficos que reflejan su identidad personal, las tradiciones culturales de su entorno, las historias locales y sus talentos individuales. Utilizando principalmente el teléfono celular como herramienta creativa,

Los participantes no solo elaboran productos digitales visualmente atractivos, sino que también asumen un rol activo como difusores culturales, compartiendo sus producciones a través de plataformas digitales de amplio alcance como TikTok, Instagram y YouTube. Asimismo, el curso incorpora un enfoque aplicado que posiciona a los estudiantes de nivel secundario como verdaderos creadores y emprendedores digitales. En este sentido, no solo adquieren competencias para generar contenido cultural con valor simbólico, sino que también aprenden a diseñar y comercializar productos con potencial económico, tales como postres tradicionales, historietas ilustradas o artesanías locales. Esta dimensión emprendedora del curso contribuye directamente al fortalecimiento de su autonomía económica y al desarrollo de capacidades orientadas a la sostenibilidad personal y comunitaria.Adicionalmente, la propuesta contempla estrategias específicas de monetización digital, se valida atraves de la monetización con los usuarios en ventas del producto .

aprovechando las funcionalidades de las redes sociales para generar ingresos a través de visualizaciones, patrocinios y colaboraciones. Esta posibilidad de obtener beneficios económicos tangibles actúa como un incentivo adicional para la participación activa y sostenida del estudiantado, al tiempo que les proporciona herramientas concretas para enfrentar los desafíos del presente y proyectarse hacia un futuro profesional con mayores oportunidades.

2.5.6 Resultados esperados

La implementación de esta propuesta directamente en el contexto escolar, específicamente con estudiantes de quinto año de secundaria, tiene como finalidad fortalecer de manera integral sus competencias creativas, digitales y emprendedoras. A través de un enfoque práctico y contextualizado, se busca potenciar habilidades

aplicadas para la producción de contenidos audiovisuales que representen su identidad cultural y reflejen las particularidades de su entorno social.

En este marco, los estudiantes tendrán la posibilidad de diseñar y difundir una diversidad de productos culturales y comerciales —tales como videos temáticos, postres tradicionales, historietas gráficas, así como campañas publicitarias o de sensibilización— utilizando plataformas digitales de alto impacto entre el público juvenil, como TikTok, Instagram y YouTube. Paralelamente, se contempla la participación activa en espacios presenciales, como ferias escolares y eventos comunitarios, lo que amplía las oportunidades de visibilización y validación social de sus creaciones.

Adicionalmente, esta estrategia pedagógica incorpora una dimensión económica concreta, al ofrecer mecanismos reales para la generación de ingresos. Por un lado, se promueve la venta directa de productos en entornos escolares y comunitarios; por otro, se fomenta el uso estratégico de herramientas de monetización digital, incluyendo patrocinios, visualizaciones y colaboraciones en redes sociales. En consecuencia, no solo se estimula el desarrollo de la creatividad y la expresión cultural, sino que también se impulsa la construcción de una mentalidad emprendedora y financiera, dotando a los estudiantes de recursos valiosos para su autonomía futura y su inserción activa en la economía digital contemporánea.

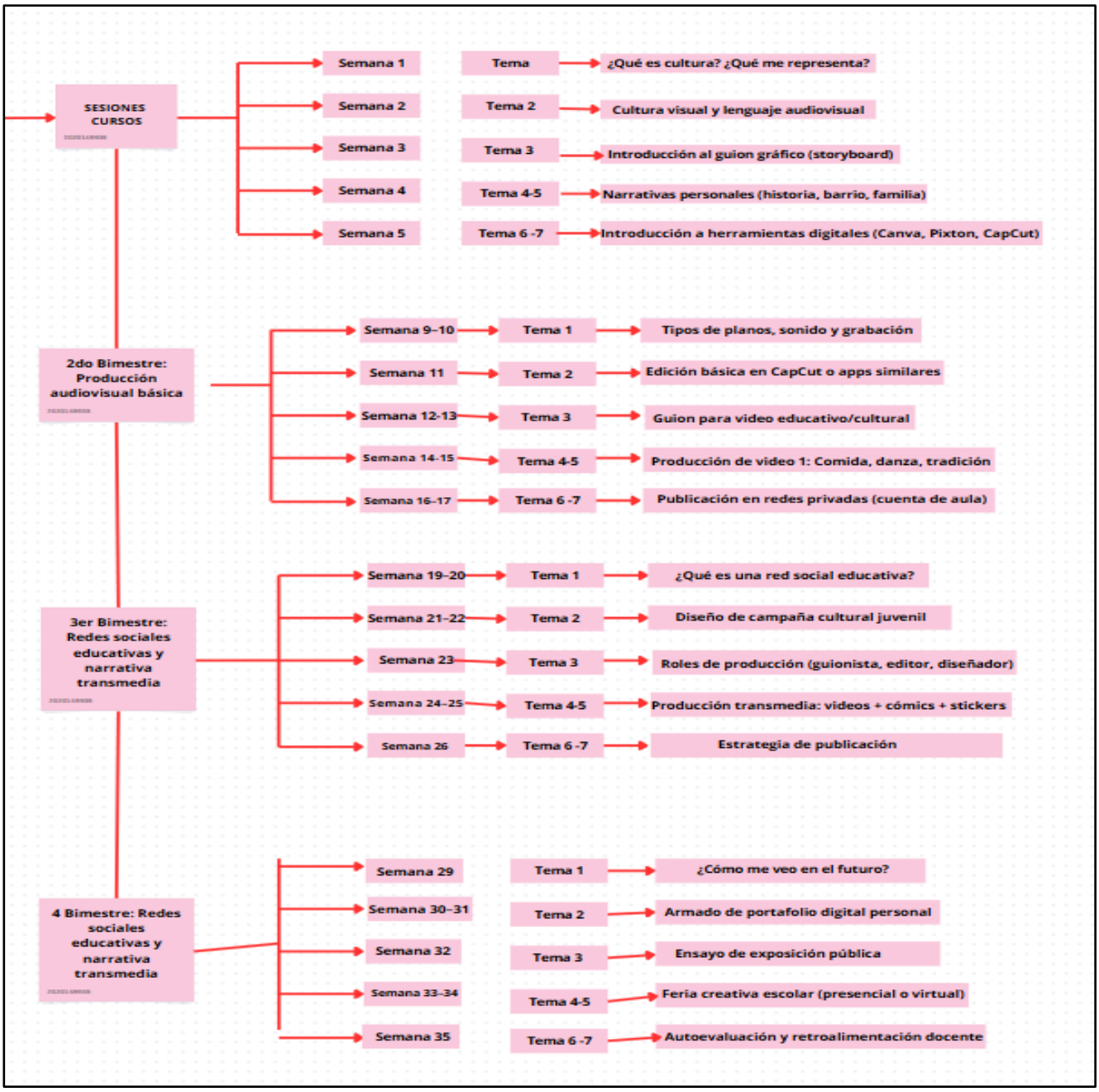
2.5.7 Diseño de producto/servicio

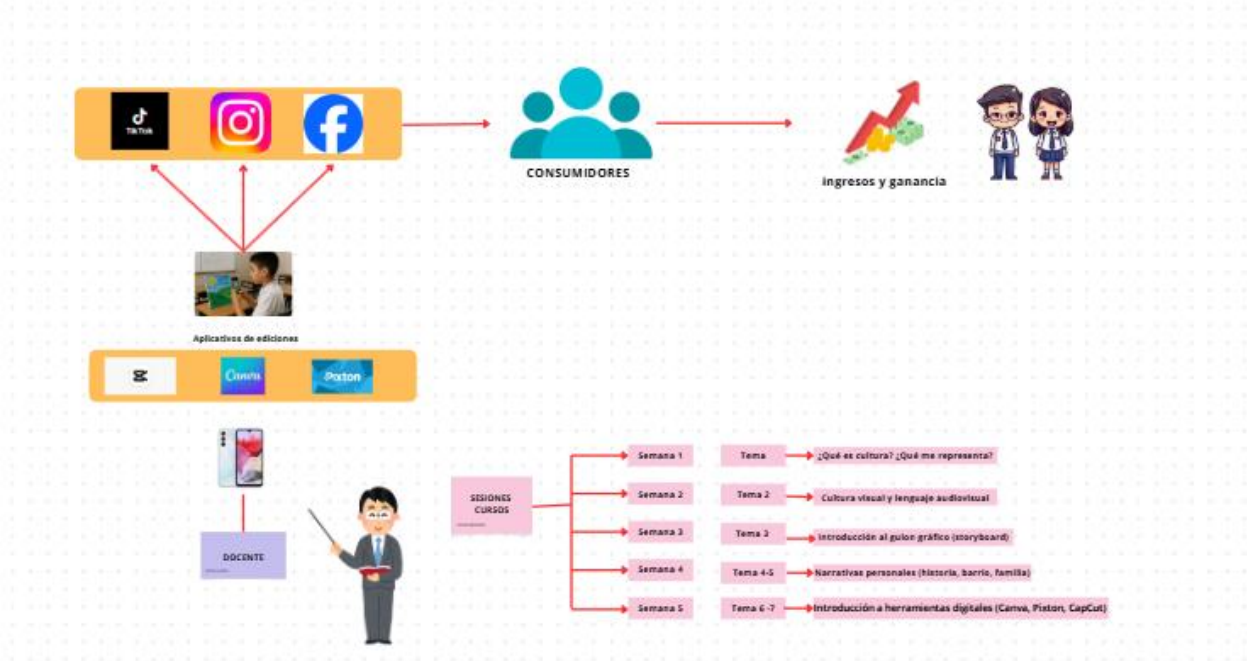
El producto educativo denominado *Mi cultura digital* se configura como una propuesta curricular innovadora, dirigida específicamente a estudiantes del quinto año de

secundaria. Su diseño combina el aprendizaje práctico de herramientas digitales con la producción de contenido cultural significativo, promoviendo así una experiencia formativa integral. La estructura del curso se organiza en sesiones bimestrales, lo que permite a los participantes desarrollar y consolidar, de manera progresiva y sostenida, competencias narrativas, audiovisuales y transmedia.

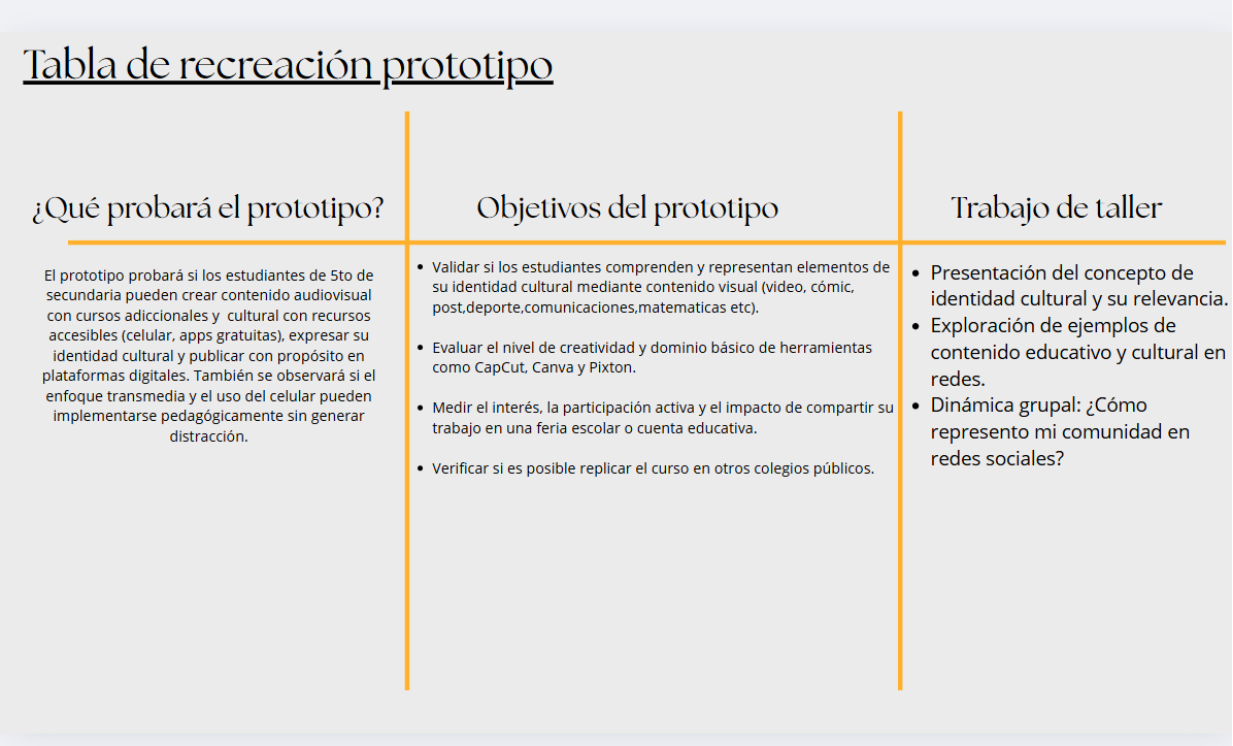
Este programa formativo ofrece una capacitación aplicada en el uso de herramientas digitales de fácil acceso, tales como CapCut, Canva y Pixton. A través del teléfono celular como dispositivo principal de creación, los estudiantes generan una variedad de productos comunicativos, incluyendo videos, cómics, y campañas de carácter educativo o publicitario. Paralelamente, el curso orienta a los alumnos en la publicación estratégica de dichos contenidos en plataformas digitales de alto impacto como TikTok, Instagram y YouTube, con el objetivo de optimizar su alcance y visibilidad en entornos digitales contemporáneos. Asimismo, se contempla la participación activa del estudiantado en espacios presenciales como ferias escolares, donde pueden exhibir y comercializar sus creaciones, fortaleciendo así su vínculo con la comunidad educativa y local. De igual forma, se promueve la elaboración de un portafolio digital individual, que no solo documenta su progreso y logros, sino que también constituye una herramienta valiosa para futuras oportunidades académicas o profesionales.El enfoque pedagógico adoptado se caracteriza por su flexibilidad y gradualidad, permitiendo una implementación adaptable a diversos contextos escolares. Además, se sustenta en una

perspectiva participativa e intercultural que reconoce, valora y visibiliza la diversidad cultural del entorno. En términos de resultados, el curso se orienta hacia metas concretas: estimular la creatividad, potenciar la visibilidad del estudiantado y generar oportunidades reales de monetización del contenido producido, generando así beneficios tangibles tanto en el ámbito educativo como en el económico.


SESIONES CURSOS
Semana 1
Tema
¿Qué es cultura? ¿Qué me representa?
Semana 2
Tema 2
Cultura visual y lenguaje audiovisual
Semana 3
Tema 3
Introducción al guion gráfico (storyboard)
Semana 4
Tema 4-5
Narrativas personales (historia, barrio, familia)
Semana 5
Tema 6 -7
Introducción a herramientas digitales (Canva, Pixton, CapCut)
2do Bimestre: Producción audiovisual básica
Semana 9–10
Tema 1
Tipos de planos, sonido y grabación
Semana 11
Tema 2
Edición básica en CapCut o apps similares
Semana 12-13
Tema 3
Guion para video educativo/cultural
Semana 14-15
Tema 4-5
Producción de video 1: Comida, danza, tradición
Semana 16-17
Tema 6 -7
Publicación en redes privadas (cuenta de aula)
3er Bimestre: Redes sociales educativas y narrativa transmedia
Semana 19–20
Tema 1
¿Qué es una red social educativa?
Semana 21–22
Tema 2
Diseño de campaña cultural juvenil
Semana 23
Tema 3
Roles de producción (guionista, editor, diseñador)
Semana 24–25
Tema 4-5
Producción transmedia: videos + cómics + stickers
Semana 26
Tema 6 -7
Estrategia de publicación
4 Bimestre: Redes sociales educativas y narrativa transmedia
Semana 29
Tema 1
¿Cómo me veo en el futuro?
Semana 30–31
Tema 2
Armado de portafolio digital personal
Semana 32
Tema 3
Ensayo de exposición pública
Semana 33–34
Tema 4-5
Feria creativa escolar (presencial o virtual)
Semana 35
Tema 6 -7
Autoevaluación y retroalimentación docente

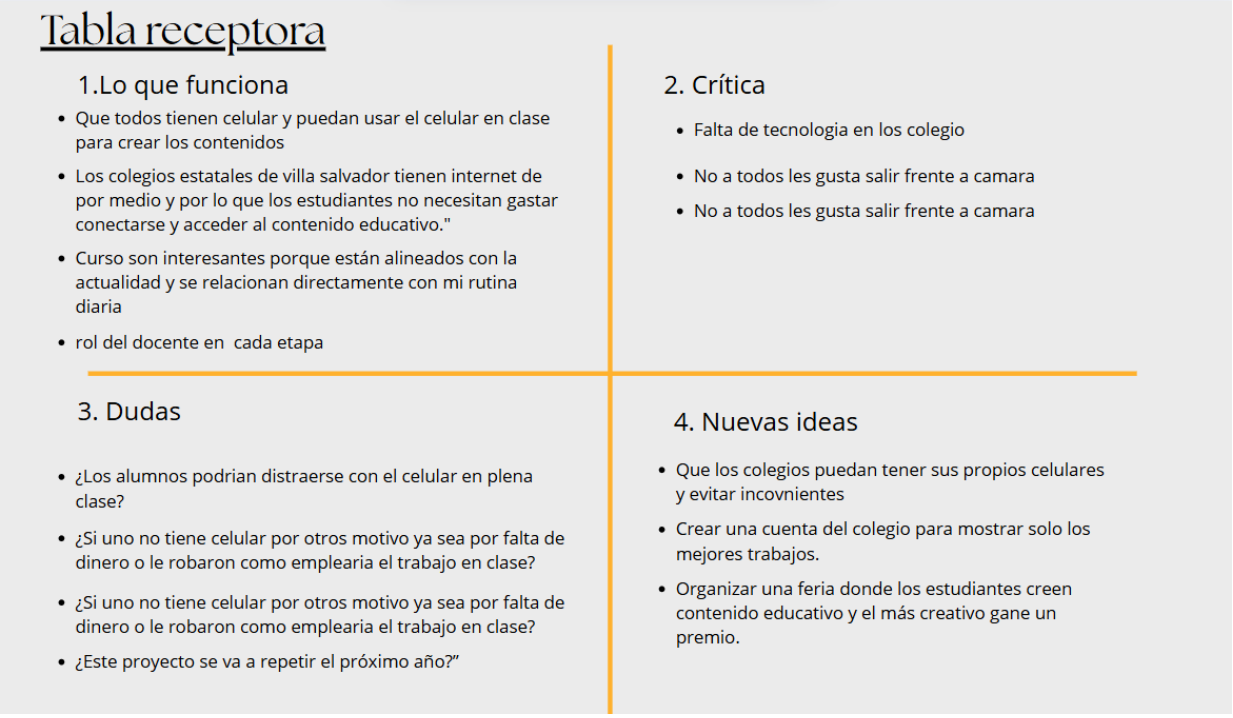

CONSUMIDORES
ingresos y ganancia
Aplicativos de ediciones
Canva
Pixton
DOCENTE
SESIONES CURSOS
Semana 1
Tema
¿Qué es cultura? ¿Qué me representa?
Semana 2
Tema 2
Cultura visual y lenguaje audiovisual
Semana 3
Tema 3
Introducción al guion gráfico (storyboard)
Semana 4
Tema 4-5
Narrativas personales (historia, barrio, familia)
Semana 5
Tema 6 -7
Introducción a herramientas digitales (Canva, Pixton, CapCut)

2.5.8



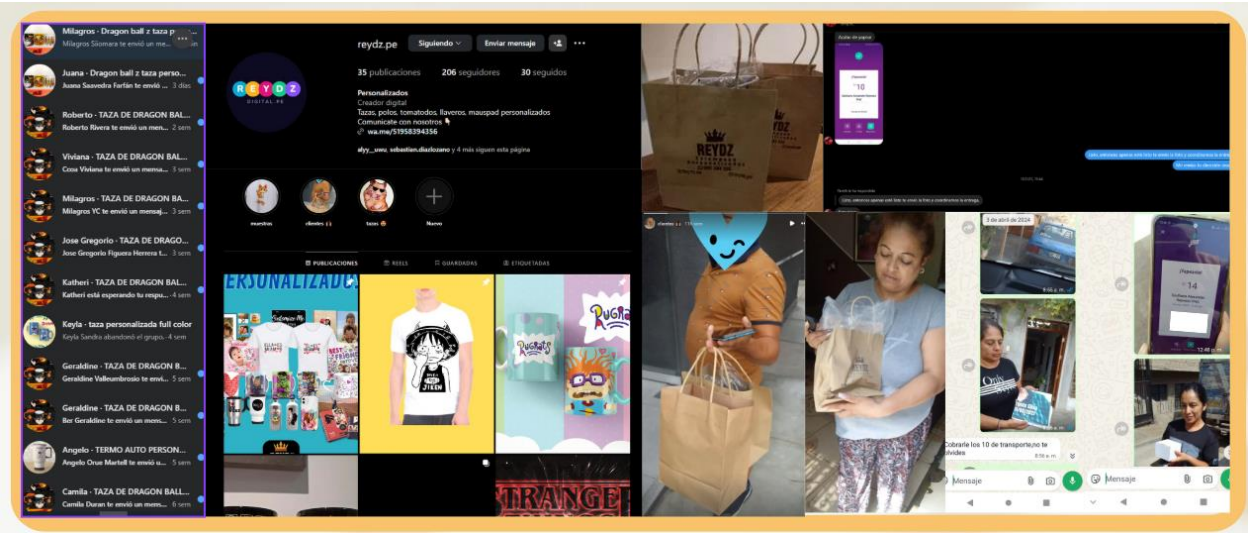
La Tabla de Recreación del Prototipo ha sido diseñada con el objetivo de organizar de manera sistemática el proceso de validación del proyecto, asegurando que los estudiantes de quinto año de secundaria sean capaces de generar contenidos audiovisuales mediante el uso de herramientas digitales accesibles, al tiempo que expresan de forma genuina su identidad cultural. Este instrumento pedagógico establece metas específicas, describe detalladamente las actividades a desarrollar en los talleres, y define criterios de evaluación precisos que permiten medir el progreso y los logros alcanzados. Gracias a su estructura flexible, la tabla facilita un desarrollo gradual y adaptable del curso, lo cual optimiza la planificación docente y garantiza que los participantes adquieran competencias clave en los ámbitos digital, narrativo y cultural.

Asimismo, este enfoque contempla la difusión estratégica de los productos elaborados por los estudiantes a través de plataformas digitales de amplio alcance, lo que contribuye significativamente a fortalecer su visibilidad y proyección tanto en el entorno escolar como en espacios comunitarios y virtuales más amplios.En síntesis, la Tabla de Recreación del Prototipo no solo actúa como una herramienta de planificación y evaluación, sino que también se constituye en un componente esencial para asegurar la calidad, pertinencia y sostenibilidad del proceso formativo propuesto.



La Tabla Receptora fue concebida como un instrumento específico para recopilar y analizar de manera sistemática las percepciones, valoraciones y opiniones de los diversos actores involucrados respecto a la incorporación del teléfono celular en los procesos educativos. A través de esta herramienta, se registran tanto los elementos positivos y las fortalezas identificadas, como también observaciones críticas,

interrogantes recurrentes y propuestas innovadoras formuladas por estudiantes, docentes y otros participantes del entorno escolar.Este proceso de recolección estructurada de información permite identificar con claridad los aspectos más sólidos de la implementación, así como las áreas que requieren ajustes o mejoras. En consecuencia, los datos obtenidos constituyen una base empírica fundamental para retroalimentar el diseño pedagógico, permitiendo su adaptación y perfeccionamiento en función de las necesidades reales del contexto educativo abordado en la tesis. De este modo, la Tabla Receptora no solo cumple una función evaluativa, sino que también se erige como un mecanismo clave para garantizar la pertinencia, eficacia y sostenibilidad de la propuesta formativa, al incorporar activamente la voz de los actores educativos en el proceso de mejora continua.



2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación



El modelo de negocio propuesto se estructura a partir de una lógica de innovación educativa que articula recursos accesibles, alianzas estratégicas y producción cultural con herramientas digitales. En primer lugar, la propuesta de valor se centra en brindar a los estudiantes de quinto de secundaria una formación integral en creatividad digital con enfoque identitario, promoviendo no solo el desarrollo de habilidades técnicas en producción audiovisual, sino también el fortalecimiento de su autoestima y la generación de oportunidades de monetización a través de contenidos culturales.

En cuanto a los segmentos de clientes, se identifican tres niveles: por un lado, los estudiantes como beneficiarios directos del curso; por otro, los docentes y personal educativo que acompañan el proceso formativo; y finalmente, las instituciones públicas interesadas en replicar modelos de innovación pedagógica. Esta segmentación permite adaptar las estrategias de intervención según las necesidades y roles de cada actor involucrado. Respecto a los canales de distribución, se contempla una combinación de medios digitales y espacios presenciales. Por un lado, plataformas como TikTok, Instagram y YouTube funcionarán como vitrinas de difusión del contenido generado; por otro, ferias escolares, eventos municipales y actividades culturales permitirán visibilizar los productos en contextos comunitarios, fortaleciendo así el vínculo entre escuela y territorio. En relación con las actividades clave, se incluyen el diseño e implementación del curso, la capacitación técnica de docentes y estudiantes, la producción periódica de

contenido educativo y cultural, así como su difusión estratégica. Estas acciones se complementan con una relación cercana y participativa con los estudiantes, basada en el acompañamiento docente y el uso de plataformas digitales para el seguimiento y retroalimentación continua.

Los recursos clave que hacen posible la ejecución del proyecto son, principalmente, los celulares personales de los estudiantes, el acceso básico a internet y el uso de software gratuito como Canva, CapCut y Pixton. A ello se suma el capital humano conformado por docentes especializados en comunicación audiovisual. En cuanto a los socios estratégicos, se destacan la Municipalidad de Villa María del Triunfo, que aporta apoyo logístico y visibilidad; el Ministerio de Educación, que otorga legitimidad institucional; diversas ONGs educativas y culturales, que fortalecen el componente metodológico; y las plataformas digitales, que actúan como canales de difusión y monetización. La estructura de costos contempla honorarios para docentes y capacitadores, materiales básicos de producción, gastos de promoción en redes sociales y costos operativos asociados a la implementación del curso. Por su parte, el flujo de ingresos se proyecta a través de tres vías: la venta directa de productos culturales elaborados por los estudiantes, la monetización del contenido en redes sociales mediante publicidad y patrocinios, y el financiamiento institucional proveniente de entidades públicas y organizaciones aliadas. En síntesis, este modelo de negocio integra educación, cultura y tecnología en una propuesta sostenible, replicable y con alto potencial de impacto social, orientada a empoderar a los jóvenes como creadores digitales con identidad y propósito.

3. Estimación de costos

PROYECTO 8 SESIONES		
COSTOS	Columna 1	Columna 2
honorarios de facilitador	S/.600.00	
impresion de guias	S/.15.00	
proyector	S/.30.00	
1 lapto	S/.30.00	
alquilar 3 celulares	S/.30.00	
Publicidad	S/.100,00	
movilidad para ferias escola	S/.200,00	
TOTAL	S/.1005,00	

INGRESOS		
	N° DE ALUMNOS	PRECIO POR ALUMNO
	15	S/.100.00
TOTAL	S/1,500	

GANANCIA	
INGRESOS	S/1,500
COSTOS	S/.1005,00
GANANCIA	S/.495

Con el propósito de evaluar la factibilidad económica del proyecto educativo titulado “Mi Cultura en Digital”, se ha diseñado una proyección financiera que contempla los costos operativos, los ingresos potenciales y la utilidad estimada, correspondiente a su ejecución en un entorno escolar de nivel secundario. En ese sentido, el taller está orientado a estudiantes del quinto grado de secundaria de una institución educativa pública, y plantea una propuesta pedagógica basada en la producción de contenidos audiovisuales de valor cultural mediante el uso de herramientas tecnológicas accesibles, tales como aplicaciones móviles y teléfonos inteligentes.

En primer lugar, el presupuesto considera un total de 8 sesiones presenciales, las cuales estarán estructuradas en torno a metodologías participativas, con el objetivo de fomentar tanto la creatividad como el sentido de identidad cultural en los participantes. Asimismo, se ha determinado que el costo total del proyecto asciende a S/ 920.00, el cual incluye los honorarios del facilitador, los insumos gráficos necesarios para el desarrollo del curso, el transporte del responsable del taller, así como la entrega de diplomas o estímulos simbólicos para los alumnos que culminen satisfactoriamente la experiencia.

En segundo lugar, se plantea un modelo de financiamiento en el que el taller se ofrecerá a 30 estudiantes, cada uno de los cuales asumiría un pago de S/ 50.00 por el total de sesiones, lo que generaría un ingreso total aproximado de S/ 1,500.00. Esta estructura permite, como resultado directo, una ganancia neta de S/ 580.00, cifra que evidencia no

solo la sostenibilidad económica de la propuesta, sino también su viabilidad para ser replicada en otros contextos educativos similares.

Por consiguiente, cabe resaltar que el modelo proyectado no solo es accesible para la comunidad educativa, sino que además representa una alternativa de formación creativa alineada a las necesidades actuales de los adolescentes. En conclusión, esta proyección financiera no solo respalda la implementación práctica del proyecto, sino que también refuerza su potencial escalabilidad dentro del sistema es

4 Conclusiones

- Integración significativa del celular en el aprendizaje: La implementación del curso evidenció que el uso de celulares como herramienta educativa es viable y altamente funcional en contextos escolares públicos, siempre que se acompañe de una planificación pedagógica estratégica.
- Fortalecimiento de la identidad cultural juvenil: Los estudiantes demostraron capacidad para representar sus realidades locales mediante contenido audiovisual, reafirmando su vínculo con el entorno y enriqueciendo el aprendizaje desde una perspectiva intercultural.

- Accesibilidad tecnológica y creatividad digital: A pesar de limitaciones tecnológicas, el empleo de aplicaciones gratuitas como Canva, Caput y Pixton permitió que los participantes desarrollarán competencias en narrativa transmedia, sin requerir equipamiento especializado.
- Viabilidad del modelo educativo-emprendedor: El enfoque planteado muestra potencial para replicarse en otras instituciones, generando valor educativo y posibilidades de monetización digital, lo cual contribuye a la sostenibilidad del proyecto.

Conclusiones:

- Diseñar estrategias inclusivas para estudiantes sin conectividad o dispositivos personales, como el uso de equipos institucionales, sesiones presenciales balanceadas y trabajo colaborativo que facilite el acceso.
- Consolidar alianzas con entidades públicas y culturales (municipalidades, MINEDU, ONGs) para escalar el proyecto, legitimar la propuesta pedagógica y garantizar recursos logísticos y formativos.

- Promover la capacitación docente en producción audiovisual y pedagogía digital, para fortalecer el acompañamiento técnico y emocional de los estudiantes en procesos creativos.
- Establecer mecanismos sostenibles de difusión y monetización del contenido elaborado, incluyendo cuentas oficiales escolares, campañas educativas en redes sociales y espacios de exhibición como ferias o concursos.
- Desarrollar un sistema de evaluación flexible, que integre autoevaluación, retroalimentación entre pares y validación docente, respetando la diversidad expresiva de los estudiantes.

Referencias:

- INEI. (2023, 4 de febrero). *Se incrementa el uso de Internet en niños y adolescentes*. Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú. **https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/969162-se-incrementa-uso-de-internet-en-ninos-y-adolescentes**
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press
- **MINEDU.** (2016). *Currículo Nacional de la Educación Básica*. Ministerio de Educación del Perú. https://www.minedu.gob.pe/curriculo/

- **UNESCO.** (2024). *Marco de la UNESCO para la Educación Cultural y Artística*. Conferencia Mundial sobre Educación Cultural y Artística, Abu Dabi. **https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390135_spa**
- Gálvez de la Cuesta, M. del C., Casado, M. C. G., & Ventura Salom, J. M. (Coords.). (2023). *Comunicación, creación artística y audiovisual: Un marco para la innovación educativa*. Dykinson. **https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=943684**
- Impulse LATAM. (2022, 6 de diciembre). *4 casos de éxito de Inbound Marketing para colegios y universidades*. **https://blog.impulse.lat/4-casos-de-exito-de-inbound-marketing-para-colegios-y-universidades**

Bibliografía

- **https://blog.impulse.lat/4-casos-de-exito-de-inbound-marketing-para-colegios-y-universidades**
- **https://asiasociety.org/creative-voices-digital-storytelling-global-learning**
- **https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390135_spa**

- https://www.dykinson.com/libros/comunicacion-creacion-artistica-y-audiovisual-un-marco-para-la-innovacion-educativa/9788411701488/
- https://www.canva.com/design/DAGo9TR2RiE/J8bN8EMlVAksNjKjBAqyKg/edit?utm_content=DAGo9TR2RiE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
-