ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

TOULOUSE LAUTREC

Lote d-421 la dosis de la felicidad

Diseño de universo transmedia para desarrollar el pensamiento crítico de los jóvenes universitarios entre los 17 a 21 años, en la provincia de lima mediante la exposición a una narrativa audiovisual ficticia

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

PRESENTADA POR

Jiamper Hector Quinto Antizana
DNI: 77295972, Perú

ASESOR

Jorge Ronaldo Godiel Galvez
DNI: 71317524, Perú.
ORCID: 0000-0002-0303-245

JURADO

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
Oré Campos Andrea Jurado
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, enero 2026

Informe-2021266361-QUINTO %286%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549128452

Fecha de entrega
24 ene 2026, 10:50 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
24 ene 2026, 10:58 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-2021266361-QUINTO (6).pdf

Tamaño del archivo
3.0 MB

40 páginas

6934 palabras

41.670 caracteres

24% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas
- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

14%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
24%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo recomendamos que preste atención y la revise.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información General 1

1.1. Título del Proyecto de Innovación 1
1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 1
1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 3

II.1 Planteamiento del Problema 3
II.2 Población beneficiaria 10
II.3 Objetivo(s) del proyecto 12
II.4 Marco referencial 13
II.5 Proceso creativo y experimentos 14

II.5.1 Información sobre el usuario 15
II.5.2 Información sobre el Mercado 16
II.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 18
II.5.4 Diseño de producto/servicio 23
II.5.5 Modelo de Negocio 25
II.5.6 Resultados esperados 27
II.5.7 Prototipos desarrollados 28
II.5.8 Experimentos 29

II.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 32

III. Estimación de costos 33

III.1 Presupuesto 33

IV. Conclusiones y recomendaciones 36

4.1. Conclusiones 36
4.2. Recomendaciones 37

V. Referencias Bibliográficas **38**

VI. Anexos 40

6.1. informe de turnitin

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Presupuesto de Recursos humanos

TABLA 2: Presupuesto de Recursos materiales

TABLA 3: Presupuesto de Recursos tecnológicos

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico Árbol de análisis de problemas

Figura 2. Gráfico Mapa de actores

Figura 3. Gráficos Arquetipo de usuario

Figura 4. Mapa de empatía

Figura 5. Scamper

Figura 6. Ruta para conceptualizar

Figura 7. Propuesta de valor

Figura 8. Lean canvas

Figura 9. Prototipo de baja definición

Figura 10. Prototipo de alta definición

Figura 11. Tablero UX

Figura 12. Tabla de receptora

Figura 13. Gráficos resultado de la pregunta edad del público

Figura 14. resultado de la pregunta ¿Qué plataformas usas con mayor frecuencia?

Figura 15. resultado de la pregunta ¿Qué tan fácil es para ti identificar noticias falsas o manipuladas?

Figura 16. resultado de la pregunta ¿Sientes presión por “parecer feliz” en redes sociales?

Figura 17. resultado de la pregunta ¿Las redes sociales influyen en tu estado emocional diario?

Figura 18. resultado de la pregunta ¿Alguna vez has sentido que los algoritmos controlan lo que ves?

Figura 19. resultado de la pregunta ¿Crees que los jóvenes reciben suficiente educación mediática en el Perú?
Figura 20. resultado de la pregunta ¿Consumes contenido de ciencia ficción o distopías?
Figura 21. resultado de la pregunta ¿Te gustaría interactuar con una historia que combine miniserie, redes sociales y chatbot?
Figura 22. resultado de la pregunta ¿Te interesa el tema de vigilancia digital y control emocional?
Figura 23. resultado de la pregunta ¿Te parece útil aprender sobre manipulación digital mediante experiencias creativas/audiovisuales?
Figura 24. resultado de la pregunta ¿Participas en una experiencia transmedia educativa como LOTE D-421?

I. Información general

1.1.. Título del Proyecto de Innovación

LOTE D - 421 La dosis de la felicidad

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación LOTE D-421 se implementa en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario para la salud y el bienestar social y la actividad económica de actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas. Su objetivo es satisfacer la demanda no cubierta de alfabetización mediática y emocional en la era del control social digital, beneficiando a estudiantes universitarios y adultos jóvenes involucrados en el análisis crítico de narrativas y medios digitales. Se aplicó la Resolución Creativa de Problemas junto con herramientas de Design Thinking para centrarse en el usuario y Lean Startup impulsando la implementación del proyecto. Las herramientas se basan en la colaboración y el pensamiento visual, que incluyen la técnica de persona para proponer arquetipos y validación de usuarios, el mapa de actores para reconocer el contexto y el mercado, el mapa de viaje para detallar la mecánica de la propuesta, el lienzo de propuesta de valor para la coherencia del concepto innovador, el lienzo de modelo de negocio para analizar la sostenibilidad de la propuesta, entre otros que se elaboran a continuación. Propuesta de Valor: Un proyecto transmedia que integra ficción distópica, narrativa audiovisual, interacción digital y piezas de comunicación propagandísticas que llama la atención sobre las prácticas contemporáneas de manipulación emocional y mediática. Es una propuesta cultural y educativa con componentes digitales/audiovisuales, destinada a desarrollar el pensamiento crítico con impacto social, educativo y comunicacional. Para las pruebas, se planificaron prototipos de piezas audiovisuales, publicación transmedia, diálogo con chatbots y pruebas narrativas en redes sociales para evaluar la comprensión del mensaje, la respuesta del usuario, las amenazas percibidas del control mediático y el compromiso del usuario con el aspecto inmersivo del contenido. Los hallazgos confirman que los usuarios comprenden la metáfora del control emocional, ven paralelismos con sus experiencias digitales y consideran que el proyecto es reflexivo, lo que dio lugar a métricas cualitativas sustanciales de compromiso, claridad narrativa y resonancia temática. En última instancia, la solución propuesta parece promover el pensamiento crítico sobre la vigilancia, la manipulación emocional y la pérdida de autonomía, y se recomienda extender su alcance a espacios educativos y culturales, crear nuevas plataformas interactivas, medir continuamente la recepción pública y planificar su escalamiento como proyecto cultural y educativo.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

El Proyecto Lote D-421 se ubica en un entorno moderno de la provincia de Lima, donde las costumbres ancestrales y el surgimiento de la tecnología, junto con un medio en rápida expansión, interactúan entre sí, transformando la vida cultural. Este trasfondo cultural-social es simbólico para investigar la autonomía emocional de los ciudadanos bajo una red de control que promete bienestar.

Cultura.

Lima es conocida por su diversa cultura originada en áreas andinas y costeras, legados coloniales y la globalización moderna. Sus artes, abundancia, cocina y arte urbano son símbolos de una identidad nacional próspera y en constante evolución. En el universo narrativo del proyecto, el Estado intenta unir estas características, obligando a las personas a modos regulados de sentir. Así, eventos espontáneos y diferentes, como celebraciones, danzas o arte popular, se convierten en actividades reguladas, lo que lleva a la pérdida de la autenticidad cultural genuina y el control de la identidad de una comunidad.

Costumbres

Lima presenta una diversidad cultural marcada por la migración interna y la convivencia de tradiciones andinas, costeñas y urbanas. Entre sus principales costumbres destacan el comercio informal, la vida barrial, la interacción comunitaria en espacios públicos y el hábito intensivo de redes y plataformas digitales como información, entretenimiento y expresión social. Estas prácticas reflejan una adaptación constante a un entorno urbano dinámico, donde la cultura popular y la modernidad tecnológica coexisten.(INEI, 2022).

Recursos

La ciudad de Lima concentra la mayor parte de los recursos económicos, educativos y tecnológicos del país. Alberga las principales universidades, centros de trabajo formal, instituciones financieras y servicios digitales. Sin embargo, el acceso a estos recursos es desigual, ya que sectores con mayor poder adquisitivo cuentan con conectividad, educación de calidad y empleo estable, mientras que otros dependen de economías informales y presentan limitaciones en infraestructura y servicios básicos.(CEPAL, 2021).

Problemas

Uno de los principales problemas estructurales de Lima es la desigualdad socioeconómica, evidenciada en la segregación urbana, la informalidad laboral, la precariedad del transporte y el acceso desigual a educación, salud y tecnología. A ello se suma la brecha digital y la exposición a desinformación en redes sociales, lo que profundiza la exclusión social y limita el desarrollo integral de amplios sectores de la población, especialmente jóvenes.(INEI, 2022; Zuboff, 2021).

Impacto

La combinación de desigualdad, concentración de recursos y presión social impacta directamente en la calidad de vida de los ciudadanos. Estas condiciones generan estrés económico, incertidumbre laboral y diferencias marcadas en oportunidades de desarrollo personal y profesional. Al mismo tiempo, este contexto influye en la forma en que las personas consumen información, construyen su identidad y participan en la vida social, reforzando tanto dinámicas de control como expresiones de resistencia cultural y crítica social.(CEPAL, 2021; Zuboff, 2021).

II. Descripción de la innovación.

2.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, la sociedad vive bajo un sistema de vigilancia digital masiva, donde las plataformas tecnológicas recopilan y analizan información personal, emociones y decisiones de las personas. Este control invisible ha generado una dependencia emocional hacia los medios, transformando la felicidad en una experiencia programada más que auténtica (Zuboff, 2021).

El problema principal está en la normalización del control emocional y la manipulación mediática, en la "felicidad obligatoria". Los usuarios, al buscar aceptación digital, reproducen modelos de bienestar artificial promovidos por algoritmos y discursos mediáticos (Hintz, Dencik y Wahl-Jorgensen, 2022).

La difusión de noticias falsas y contenidos desinformativos a través de redes sociales y plataformas digitales se ha convertido en un problema creciente que afecta principalmente a los jóvenes. Estos contenidos, presentados muchas veces como información veraz o como entretenimiento, influyen directamente en la percepción de la realidad y en la formación de opiniones, debilitando el pensamiento crítico de los usuarios (Wardle & Derakhshan, 2017; Guess et al., 2018).

Esta situación se ve reforzada cuando actores de poder emplean estrategias de comunicación digital, apoyándose en figuras influyentes de redes sociales, para amplificar mensajes manipulados, simplificados o emocionalmente dirigidos. Al provenir de fuentes con alta visibilidad y credibilidad social, estos mensajes reducen la capacidad de cuestionamiento y generan una aceptación pasiva de narrativas convenientes, consolidando formas de control simbólico y emocional en el entorno digital (Castells, 2012; Zuboff, 2020).

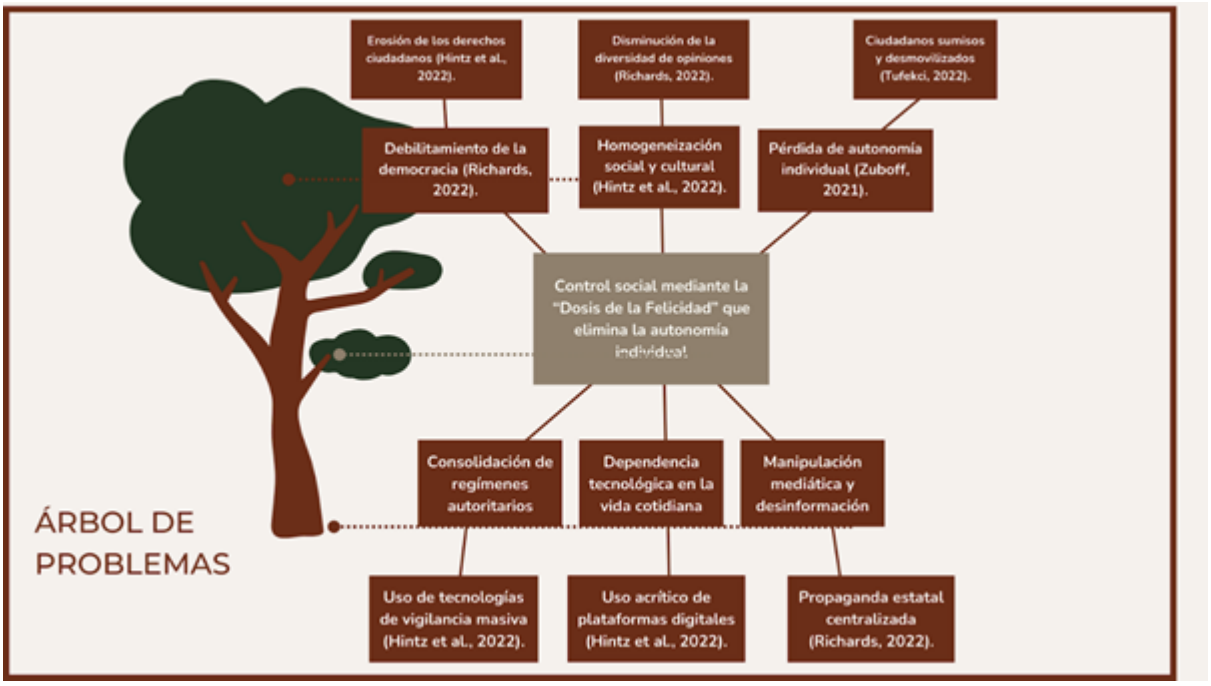
Uno de los problemas centrales es la falta de alfabetización mediática, entendida como la capacidad crítica para analizar los mensajes de los medios y sus efectos emocionales. La carencia de esta competencia impide que las personas reconozcan los mecanismos de manipulación y vigilancia a los que están expuestas (Livingstone, Byrne y Pothong, 2021).

Las consecuencias se evidencian en la pérdida de autonomía emocional, la homogeneización cultural y el debilitamiento del pensamiento crítico (Tufekci, 2022). Lote D-421 representa de forma simbólica este problema contemporáneo, mostrando una sociedad que, al consumir la "Dosis de la Felicidad", renuncia a su libertad y a sus emociones.

Conexión con el siguiente punto:

A partir de esta problemática se identifican los actores que pueden verse beneficiados al reflexionar sobre los efectos del control digital y emocional en la sociedad actual.

Figura 1 : Árbol de análisis de problemas



2.2 Población beneficiaria

Herramienta Mapa de actores.

La herramienta del mapa de actores permite identificar los distintos niveles de beneficiarios e involucrados en un proyecto, diferenciando entre quienes reciben directamente el impacto y quienes se ven beneficiados de forma indirecta (Clark, Reed, & Sunderland, 2021). En este

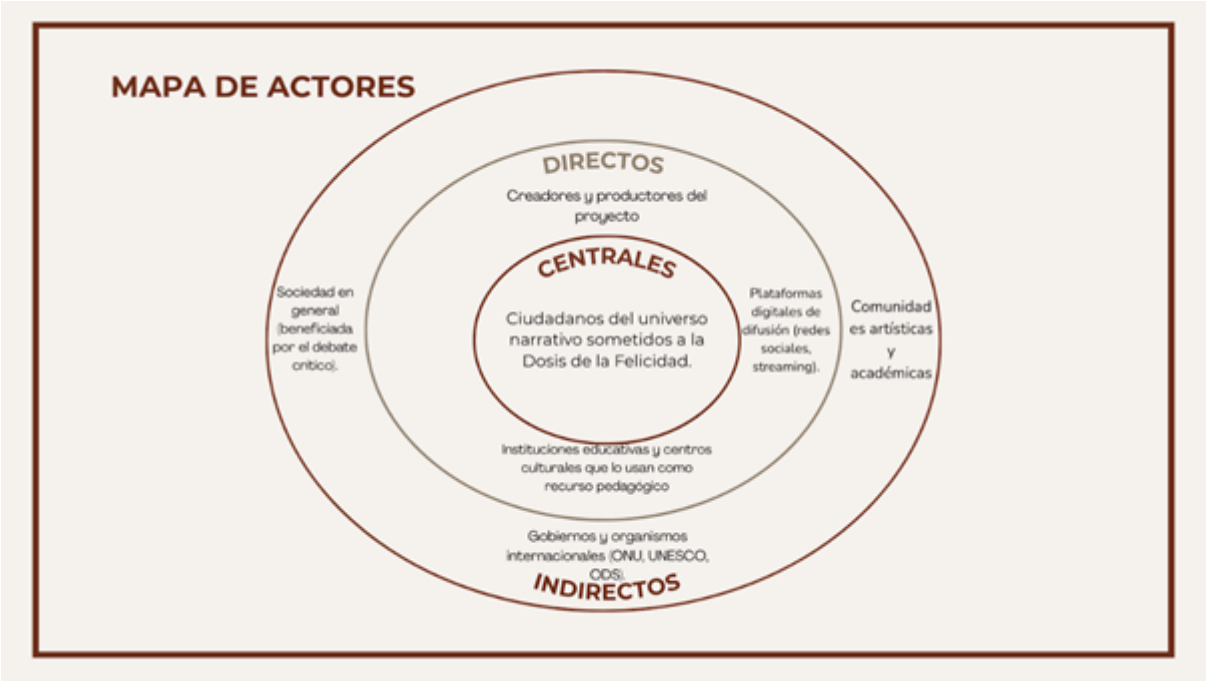
caso del proyecto transmedia Lote D-421, el análisis de actores se organiza en tres niveles: centrales, intermedios o aliados, e indirectos.
Los actores centrales son los beneficiarios inmediatos: los ciudadanos , son los espectadores del proyecto universo narrativo de Lote D-421, especialmente jóvenes universitarios. A través de la historia, reflexionan sobre temas como vigilancia digital, manipulación emocional y control social. Estos actores corresponden a los espectadores y usuarios de la narrativa transmedia, a través de la historia, reflexionan sobre la vigilancia, la manipulación mediática y la pérdida de autonomía (Schoepf, Castellanos, & Walker, 2023).

Los actores intermedios o aliados incluyen a los creadores de contenidos audiovisuales y transmedia, quienes hacen el proyecto y lo expanden en diversas plataformas. También participan instituciones educativas y centros culturales que pueden utilizar Lote D-421 como recurso pedagógico para promover el pensamiento crítico frente al control social (Ardoin, Bowers, & Gaillard, 2022).

Sobre los actores periféricos o indirectos comprenden a los gobiernos y organismos internacionales interesados en producciones culturales que reflexionan sobre la democracia y los derechos humanos. Asimismo, la sociedad en general se beneficia al acceder a un producto que visibiliza problemáticas contemporáneas como la vigilancia digital y el autoritarismo (Hintz, Dencik, & Wahl-Jorgensen, 2022).

Este análisis evidencia que Lote D-421 trasciende la ficción audiovisual para convertirse en un proyecto cultural con impacto en la formación crítica de sus audiencias y en la promoción de una ciudadanía consciente de los riesgos del control social.

Figura 2 : Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo central

Desarrollar un universo transmedia para fomentar la independencia emocional y mental de los jóvenes universitarios entre los 17 a 21 años en el departamento de lima mediante la exposición de casos audiovisuales inspirados en eventos sociales.

A través del proyecto transmedia Lote D-421, buscamos examinar y hacer patentes los riesgos sociales que implican el dominio de las emociones y el manejo de la información por los medios. Queremos impulsar en el público una reflexión profunda sobre los peligros del poder absoluto y de la libertad personal.

Objetivos específicos

• Crear un mundo ficticio y opresivo donde se impone la "Dosis de la Felicidad", mostrando claramente cómo se manipula y controla a la sociedad.

•Poner en marcha una estrategia transmedia con una miniserie, redes sociales, falsos documentales y un chatbot, para hacer crecer la historia y lograr que el público se involucre.

•Abrir espacios para que los espectadores piensen y tomen conciencia sobre la vigilancia en internet, la manipulación informativa y la pérdida de derechos.

•Aportar algo nuevo a la cultura y al mundo académico en Latinoamérica, creando una obra audiovisual que mezcle una historia de ficción opresiva con una reflexión educativa sobre problemas actuales.

2.4 Marco referencial

Antecedentes de la innovación

En el ámbito internacional, las narrativas distópicas han sido empleadas como herramientas de análisis social y político, permitiendo cuestionar fenómenos de vigilancia, control y pérdida de libertades. Obras como Black Mirror (Reynolds, 2019) y The Handmaid's Tale (Moss, 2020) han mostrado cómo los productos audiovisuales pueden convertirse en espacios de crítica cultural.

En América Latina, la serie brasileña 3% (Netflix, 2016-2020) representó una sociedad dividida entre la abundancia y la escasez, mostrando desigualdades estructurales y dinámicas de exclusión (de Moraes, 2021). Estas propuestas han abierto camino para proyectos innovadores como Lote D-421, buscan entrelazar la ficción distópica con problemáticas sociales contemporáneas.

Consideraciones teóricas

El proyecto se sustenta en la teoría del transmedia storytelling, propuesta por Jenkins (2021), donde la narrativa se expande en múltiples plataformas y cada medio aporta algo único a la historia. Esto permite que los espectadores participen activamente en la construcción de significados y se conviertan en "prosumidores" culturales.

Asimismo, la investigación se articula con los enfoques de control social y vigilancia digital. Zuboff (2021) advierte que el capitalismo de vigilancia se basa en la captura y manipulación de datos personales para influir en el comportamiento humano. Mientras tanto, Hintz, Dencik y

Wahl-Jorgensen (2022) destacan la necesidad de una ciudadanía digital crítica que pueda resistir estas formas de control.

La ficción distópica, por su parte, es entendida como un dispositivo cultural que expande los riesgos sociales y políticos mediante la exageración narrativa, con el fin de generar conciencia y fomentar la resistencia simbólica (Booker, 2021).

Casos y experiencias previas en el país y el mundo

En el contexto peruano, aún son escasas las producciones transmedia de corte distópico; sin embargo, proyectos académicos y experimentales han comenzado a explorar la relación entre audiovisual, redes sociales e interactividad como estrategia de innovación cultural (Gonzales, 2022). A nivel mundial, experiencias como el universo transmedia de The Matrix o las campañas digitales de Black Mirror: Bandersnatch han demostrado que las narrativas interactivas mejoran la inmersión de los usuarios y estimulan la reflexión crítica sobre el papel de la tecnología en la vida social (Jenkins, 2021).

Las películas *Matrix* y *El precio del mañana* ,han tenido un impacto significativo en la sociedad al plantear una crítica profunda a los sistemas de control, la desigualdad y la pérdida de libertad individual. *Matrix* expone una realidad artificial impuesta por un sistema tecnológico que somete a la humanidad, lo que ha generado reflexiones sobre la manipulación digital, la vigilancia masiva y la alienación provocada por la tecnología en la vida contemporánea. Esta obra influyó en el pensamiento crítico de los espectadores, especialmente jóvenes, al cuestionar la naturaleza de la realidad y la obediencia a estructuras de poder invisibles.(Wachowski & Wachowski, 1999), (Niccol, 2011)

Por su parte, *El precio del mañana* presenta una metáfora directa del capitalismo extremo, donde el tiempo de vida funciona como moneda, evidenciando la desigualdad social y económica entre clases. La película invita a reflexionar sobre la concentración de riqueza, la explotación y la injusticia estructural, mostrando cómo los sistemas están diseñados para beneficiar a unos pocos mientras otros apenas sobreviven. En conjunto, ambas producciones cinematográficas han contribuido a la discusión social y académica sobre el control sistémico, la desigualdad y la necesidad de cuestionar los modelos sociales dominantes (Zuboff, 2021).

En esta situación, Lote D-421 se presenta como una innovación cultural que une la crítica política con los recursos del transmedia, generando un espacio de diálogo entre ficción y realidad en torno al autoritarismo, la manipulación emocional y la vigilancia contemporánea.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Figura 3 : Arquetipo de usuario



Se elaboró este arquetipo elegido, ideal de usuario ideal del proyecto, identificando gustos o que cosas le molesta , diferencias sus gustos.

Figura 4 : Mapa de empatía



Otro aspecto que se tiene como respuestas para ayudar en nuestra comprensión de nuestro usuario serían las observaciones que obtuvieron: Él se esfuerza constantemente por demostrar su talento, pero en una era de comunicación digital, la apariencia pesa más que la originalidad. Tiene un sentimiento silencioso de frustración cuando no es el artista reconocido que se supone debe ser en el espacio audiovisual. Aunque publica su trabajo fielmente en YouTube, siente que la audiencia tiende a inclinarse hacia lo superficial y lo temporal,

dejando de lado propuestas con verdadero contenido artístico y emocional. En el fondo, quiere ser visto y valorado, pero sin depender de nadie más para eso. Este conocimiento indica su verdadero sentido de visibilidad, su incomodidad con la falsedad del mundo digital y su gran deseo de que el arte recupere su esencia: transmitir, inspirar y conectar más allá de los "me gusta".

2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de mercado

El proyecto transmedia Lote D-421 surge como una propuesta innovadora dentro del sector audiovisual peruano, caracterizado por un creciente interés en narrativas críticas, tecnológicas y distópicas. A nivel nacional, el consumo de contenidos digitales en plataformas como YouTube, TikTok, Instagram y servicios de streaming han aumentado evidentemente, especialmente entre jóvenes de 18 a 30 años, quienes buscan historias que combinan entretenimiento con reflexión social (Ministerio de Cultura del Perú, 2023).

En esta situación, existe una oportunidad de mercado para productos audiovisuales que atraen temas como la vigilancia digital, la manipulación mediática y la pérdida de autonomía emocional, ejes centrales de Lote D-421. Este tipo de contenido no solo tiene potencial comercial, sino también educativo y cultural, ya que promueve la alfabetización mediática y la conciencia crítica frente a las tecnologías de control.

Competencia

En el mercado peruano, la competencia directa es reducida. La mayoría de las producciones audiovisuales nacionales dan prioridad a géneros costumbristas, románticos o de comedia, dejando un espacio poco tratado para la ficción distópica transmedia (Gonzalez, 2022).

A nivel internacional, proyectos como Black Mirror (Netflix) o 3% (Brasil) demuestran que existe un público interesado en este tipo de narrativas. Sin embargo, Lote D-421 se diferencia por su enfoque latinoamericano y local, integrando contextos urbanos limeños y problemáticas sociales propias del Perú, lo que genera un valor cultural distintivo.

Barreras de entrada

Las principales barreras identificadas son:

- Financiamiento limitado para producciones transmedia nacionales, lo que dificulta la expansión del universo narrativo en múltiples plataformas.

- Acceso desigual a la tecnología y al equipamiento audiovisual profesional, especialmente en proyectos independientes.

- Poco apoyo institucional para iniciativas que mezclan innovación tecnológica con crítica social.

- Alta competencia de contenidos internacionales, que controlan la atención del público joven mediante plataformas globales.

Aun con eso, la digitalización y el uso de herramientas de bajo costo (como redes sociales, crowdfunding y producción independiente) disminuyen poco a poco estas dificultades y abren nuevas posibilidades de desarrollo.

Alcance esperado

Se espera que Lote D-421 alcance inicialmente a un público universitario y joven adulto dentro del área urbana de Lima Metropolitana, para después expandirse a nivel nacional a través de estrategias de distribución digital.

El proyecto busca conectar múltiples plataformas (miniserie, chatbot, redes sociales, experiencias interactivas) que impulsen la participación activa de los usuarios, logrando un impacto social y educativo a largo plazo.

Mercado objetivo

El mercado objetivo de Lote D-421 está formado principalmente por:

- Jóvenes de 18 a 30 años, estudiantes y profesionales del campo artístico, comunicativo y tecnológico.

Audiencias interesadas en narrativas críticas, ciencia ficción y análisis social.

Instituciones educativas y culturales que promueven la alfabetización digital y la reflexión ciudadana sobre los efectos del control social y la manipulación mediática.

Demanda potencial

De acuerdo con el informe del Ministerio de Cultura (2023) sobre consumo cultural, más del 70 % de jóvenes peruanos accede a contenidos audiovisuales mediante plataformas digitales, y un 52 %

prefiere historias con temáticas sociales o futuristas. Esta situación, muestra una necesidad potencial significativa para proyectos que tengan entretenimiento, tecnología y conciencia crítica, características centrales del Lote D-421.

Además, la inclinación hacia el consumo participativo y el interés en producciones nacionales abre oportunidades para reforzar una comunidad transmedia respecto al proyecto, que se relacione con los contenidos y participe en su expansión narrativa.

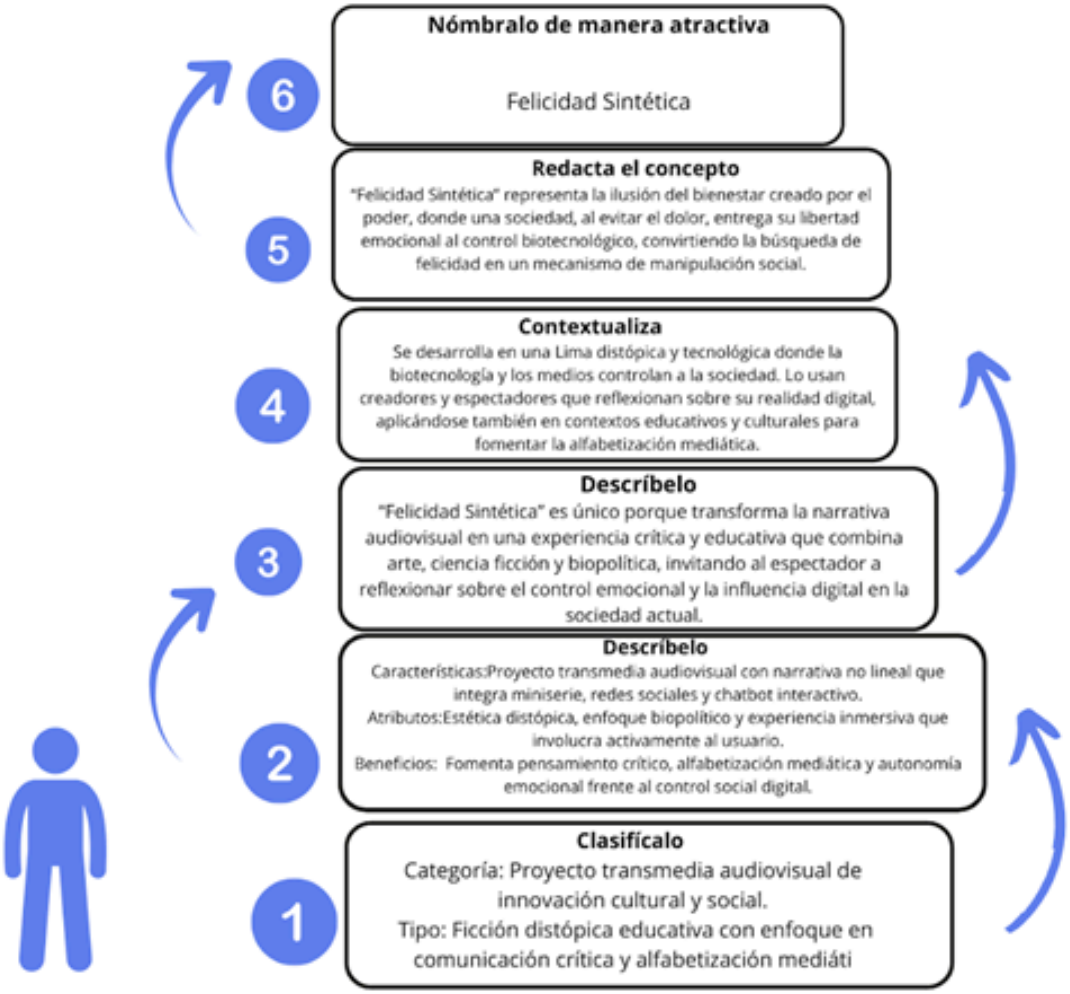
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Figura 5 : Scamper

Accion	Pregunta	Idea generada
Sustituir	¿ Que parte puedo reemplazar?	Reemplazar la "dosis física" por una dosis digital: un algoritmo o app que mida y regule las emociones, simbolizando cómo la tecnología sustituye la química por control informático.
Combinar	¿Que pasaria si uno dos elementos?	Combinar la biotecnología con las redes sociales, creando una narrativa donde la felicidad se mide y comparte públicamente; la aceptación digital se convierte en la nueva forma de control emocional.
Adaptar	¿Como se usa esto en otro contexto?	Adaptar el concepto de "dosis emocional" a un entorno educativo o laboral, mostrando cómo las instituciones también imponen estándares de bienestar o productividad emocional.
Modificar	¿Qué puedo ampliar o reducir?	Ampliar la participación del público en la historia mediante experiencias interactivas (chatbots, redes sociales, falsos anuncios). Reducir la distancia entre ficción y realidad para aumentar la inmersión crítica.
Poner en otro uso	¿Como aplicarlo de otra manera?	Usar la narrativa de Lote D-421 como herramienta pedagógica o cultural para reflexionar sobre la manipulación mediática y fomentar la alfabetización emocional en jóvenes.
Eliminar	¿Que puedo quitar?	Eliminar la idea de felicidad uniforme o impuesta; sustituirla por una reflexión sobre la autenticidad emocional y la libertad de sentir emociones "negativas" como parte de la experiencia humana.
Reordenar	¿Qué pasa si cambio la secuencia?	Invertir la estructura narrativa: iniciar mostrando una sociedad "feliz" y revelar progresivamente el control detrás. Esto genera impacto y hace que el público cuestione su propia realidad digital.

Utilización del método SCAMPER como un método creativo empleado en el análisis y transformación de los elementos dentro del Proyecto Lote D-421. Al usar Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proponer otros usos, Eliminar y Reorganizar, se probaron escenarios narrativos, estéticos y funcionales alternativos posibles para el universo distópico. Esto permitió cuestionar las estructuras iniciales del proyecto, creando alternativas innovadoras que contribuyen al fortalecimiento de la propuesta transmedia y ampliando el alcance simbólico del dispositivo "Dosis D-421", asegurando así una coherencia conceptual y una mayor profundidad crítica en la experiencia del usuario.

Figura 6: Ruta para Conceptualizar



Ruta para conceptualizar

Lote D-421 es una película experimental de medios mixtos que combina una narrativa distópica con una estética digital y una crítica social, investigando lo que la tecnología hace a la emoción humana y cómo el usuario experimenta los impactos tecnológicos en las emociones. Dirigida principalmente a estudiantes universitarios y usuarios inmersos en el mundo digital, el cortometraje existe en una era en la que las redes sociales condicionan la percepción de la felicidad y la autenticidad. Lo que lo hace diferente de otras propuestas es su propuesta inmersiva, ya que combina ficción, arte visual y reflexión social para crear una experiencia emocional profunda que lleva al espectador a reflexionar sobre aspectos como las formas en que el control se manifiesta en las interacciones sociales ordinarias del ámbito digital. Básicamente, Lote D-421 es una condena a una sociedad obsesionada con la imagen perfecta, donde los sentimientos han sido negados en favor de la perfección artificial, y la autenticidad y la sensibilidad se convierten en lo que uno aspira en una era en la que sienten que están hechos para temer.

Figura 7: Propuesta de valor



Propuesta de valor del proyecto Lote D-421, donde se sintetiza la contribución única de la narración transmedia para abordar críticamente la vigilancia emocional y la manipulación mediática contemporánea. Este esquema muestra cómo el trabajo combina ficción distópica, elementos audiovisuales, interacción digital y piezas de propaganda para crear una experiencia inmersiva que invita a los usuarios a reflexionar sobre su propia relación con los algoritmos, la tecnología y la construcción de la felicidad digital. La propuesta de valor destaca la capacidad del proyecto para crear conciencia, educar y promover el pensamiento crítico, distinguiéndose por su enfoque especulativo, lectura sociopolítica y relevancia cultural dentro del contexto juvenil peruano.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Concepto general

LOTE D-421 es un proyecto transmedia audiovisual de ciencia ficción distópica que explora cómo la tecnología, las plataformas digitales y los sistemas de control emocional influyen en la identidad, la libertad y la autenticidad de las personas en la sociedad contemporánea.

Ambientado en un universo donde la visibilidad digital define el valor humano, el proyecto reflexiona sobre la vigilancia constante, la manipulación de emociones, la búsqueda obsesiva de aprobación y la pérdida de autonomía en un mundo dominado por métricas, algoritmos y apariencias. A través de diferentes formatos y plataformas, LOTE D-421 conecta ficción y realidad para generar una experiencia inmersiva que invita al público a cuestionar su relación con el entorno digital.

Dirigido principalmente a jóvenes y adultos jóvenes, el proyecto combina entretenimiento, crítica social y reflexión emocional, posicionándose como una propuesta innovadora dentro del mercado audiovisual peruano. Más allá de contar una historia, LOTE D-421 busca generar conciencia, fomentar la alfabetización mediática y abrir el debate sobre el verdadero significado de la visibilidad, el éxito y la libertad en la era digital.

Producto ficticio dentro del proyecto LOTE D-421

"Dosis D-421" es un dispositivo wearable (tecnología vestible) Es una crítica al consumo emocional digital y al deseo de perfección hecho por los medios. El producto se presenta como algo positivo, pero en realidad representa el control invisible del sistema.

Descripción del producto

Forma y materiales:

- Pulsera o banda inteligente (similar a un smartwatch minimalista).
- Color blanco brillante o plateado (transmite pureza y confianza).
- Pantalla pequeña con un ícono de "felicidad establecida" que cambia de color según el estado emocional detectado.
- Material: silicona reciclada, con sensor táctil y vibración ligera.

Tecnología simulada:

- Sensores de pulso, temperatura y microexpresiones faciales (usando cámara o app móvil).
- "Algoritmo de estabilidad emocional" que analiza las emociones del usuario y recomienda acciones para mantener el bienestar:
    - Si detecta tristeza → reproduce mensajes positivos automáticos.
    - Si detecta enojo → atenúa la música y cambia el color ambiental.
    - Si detecta dudas → envía notificaciones motivacionales.
- Conectividad con una App (Dosis App) que muestra el nivel de felicidad diario y "misiones emocionales".

Mensaje simbólico

“Dosis D-421” es la representación de cómo las tecnologías modernas pueden convertir nuestras emociones en datos, vendiendo la felicidad como si fuera un producto medible y controlable.

Posibles formas de presentación

- Prototipo físico impreso en 3D (puede ser solo la carcasa del dispositivo).
- Video promocional falso, estilo anuncio publicitario, donde el producto se presenta como algo real.
- Intervención artística: un stand donde el público prueba la “pulsera” y experimenta mensajes automáticos de “felicidad”.

2.5.5 Modelo de Negocio

El concepto del modelo de negocio de LOTE D-421: La Dosis de Felicidad está diseñado para evitar que la propuesta se vuelva obsoleta en su sostenibilidad, sin perder el enfoque en la enseñanza y la cultura. Es un ecosistema transmedia de un proyecto multimedia ya que consta de elementos audiovisuales, digitales e interactivos, y como este será un proyecto sostenible, es fundamental articular sobre el contenido creativo, las asociaciones institucionales y la participación del público en su articulación. La propuesta se vende a través de contenido audiovisual compartido a través de canales digitales, así como actividades de enseñanza, y a través de asociaciones con establecimientos educativos. Esto nos permite mantener el proyecto asequible para el público en general y puede beneficiarse de otras vías que alimentan su sostenibilidad. También se incluyen versiones de acceso gratuito y versiones premium para que las organizaciones adopten el proyecto para un uso pedagógico o cultural.

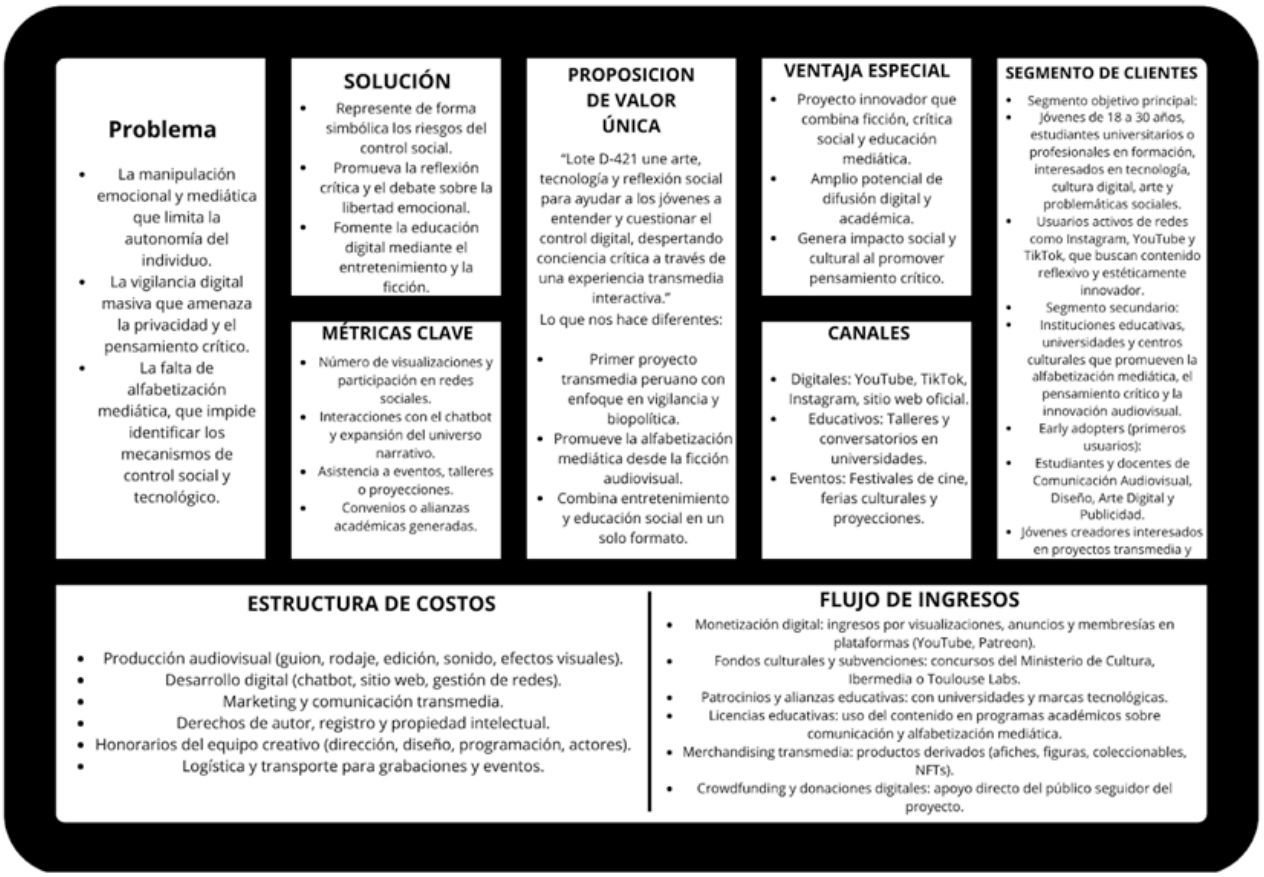
La corriente de ingresos proyectada consta de tres corrientes principales:

- Licencias educativas para universidades, escuelas, talleres culturales o programas de formación que incluyan un componente de alfabetización mediática del proyecto.
- Servicios complementarios como talleres, charlas, consultoría o asesoramiento en actividades relacionadas con transmedia, incluyendo cosas como pensamiento crítico, narración digital y actividades transmedia para comunicación y análisis digital.
- Monetización digital, a partir de vistas, participación, compartición en plataformas y participación en festivales de innovación cultural y convocatorias de festivales.

Costará al proyecto desarrollar la producción audiovisual, la formación digital y la gestión de redes sociales, operar un sitio de redes sociales y el mantenimiento de plataformas interactivas. Sin embargo, tan pronto como se crea la información central, los gastos de actualización y distribución disminuyen y el programa puede multiplicarse lentamente con algunas nuevas versiones para

acomodar la nueva narrativa. En este modelo, LOTE D-421 puede sostenerse y evolucionar con nuevos usuarios y posicionarse como una obra transmedia que fusiona el entretenimiento, el pensamiento crítico y el currículo que se pretende que se convierta.

Figura 8: Lean Canvas



2.5.6 Resultados esperados

Cuando el producto Dosis D-421 ,el proyecto audiovisual , se espera generar un impacto de concientización social y educativa sobre los efectos del control digital y la manipulación emocional.

El resultado esperado es que las personas reconozcan la influencia que los algoritmos y las plataformas aplican sobre su bienestar y aprendan a gestionar de forma autónoma sus emociones

digitales. La experiencia de uso busca que el usuario no solo “consuma” datos sobre su estado emocional, sino que reflexione críticamente sobre cómo se programa la felicidad en la era digital.

En el mercado, la propuesta se posicionará como un producto híbrido entre arte, tecnología y educación mediática, con alcance en espacios académicos, culturales y tecnológicos.
En resumen, cuando el proyecto entre en contacto con el público, el resultado esperado será una transformación en la percepción colectiva sobre la felicidad digital, fomentando una ciudadanía más consciente, libre y emocionalmente auténtica.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Los prototipos para el proyecto Lote D-421 proporcionaron la visualización, experimentación y validación de las ideas centrales de la propuesta transmedia. Se diseñaron maquetas audiovisuales, piezas gráficas, diseños preliminares del dispositivo portátil "Dosis D-421", interfaces preliminares de la aplicación móvil, simulaciones de propaganda estatal y contenido narrativo para redes sociales para el proyecto. Estos prototipos sirvieron como vehículos de historia y descubrimiento estético, permitiendo evaluar la coherencia del universo distópico, la experiencia emocional del usuario y el nivel de inmersión generado por cada pieza. También facilitaron el reconocimiento de posibles mejoras en el lenguaje visual, la interacción digital y en la claridad del mensaje crítico sobre la vigilancia y el control emocional. Los comentarios recibidos durante las primeras pruebas brindaron apoyo al proceso transmedia y a la expresión simbólica del control tecnológico en la vida cotidiana.

Figura 9: Prototipos de baja definición



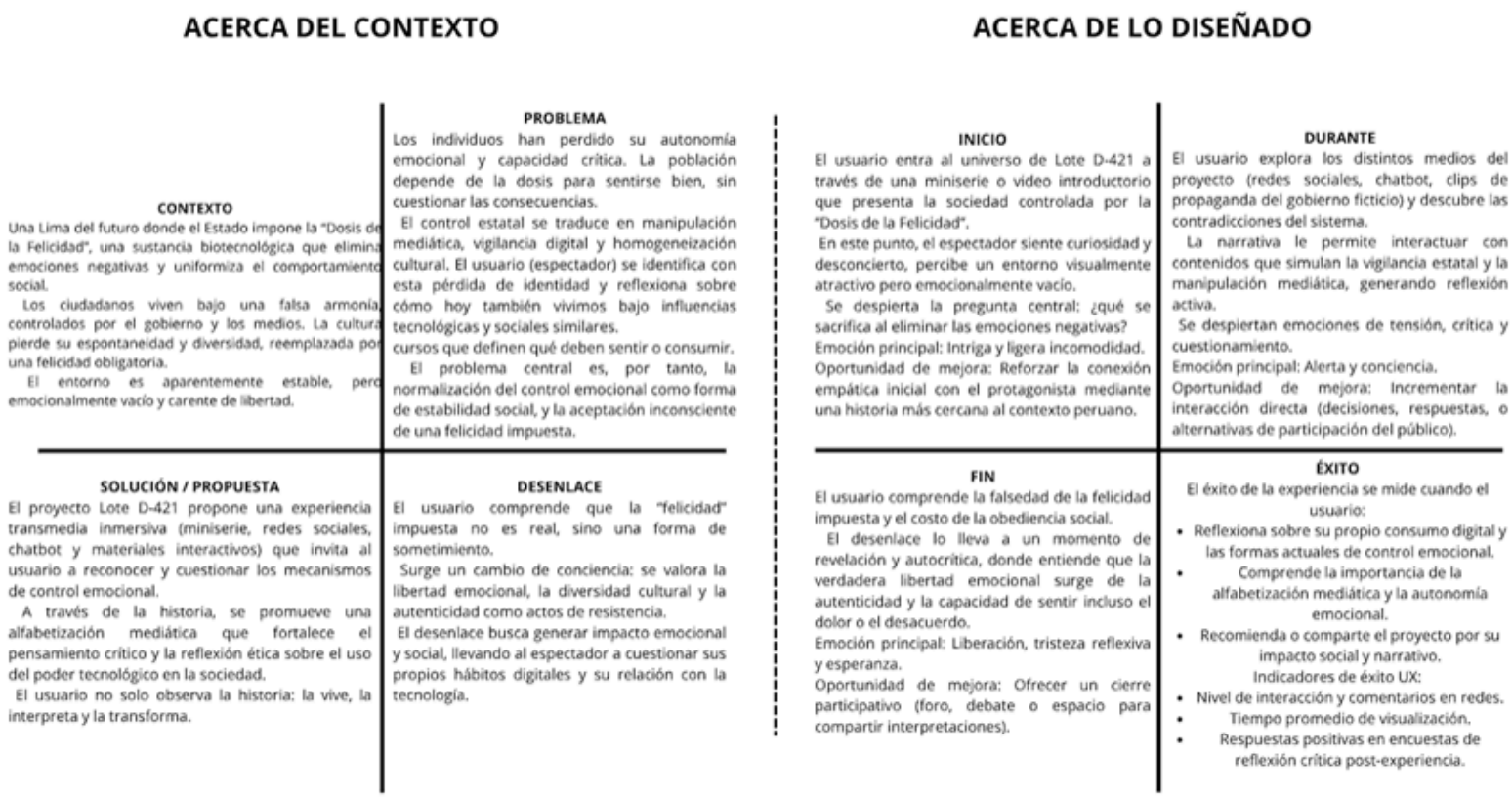
Figura 10: Prototipos de alta definición



LINK: https://www.youtube.com/watch?v=oKrU_Vm-3Bk&t=1s

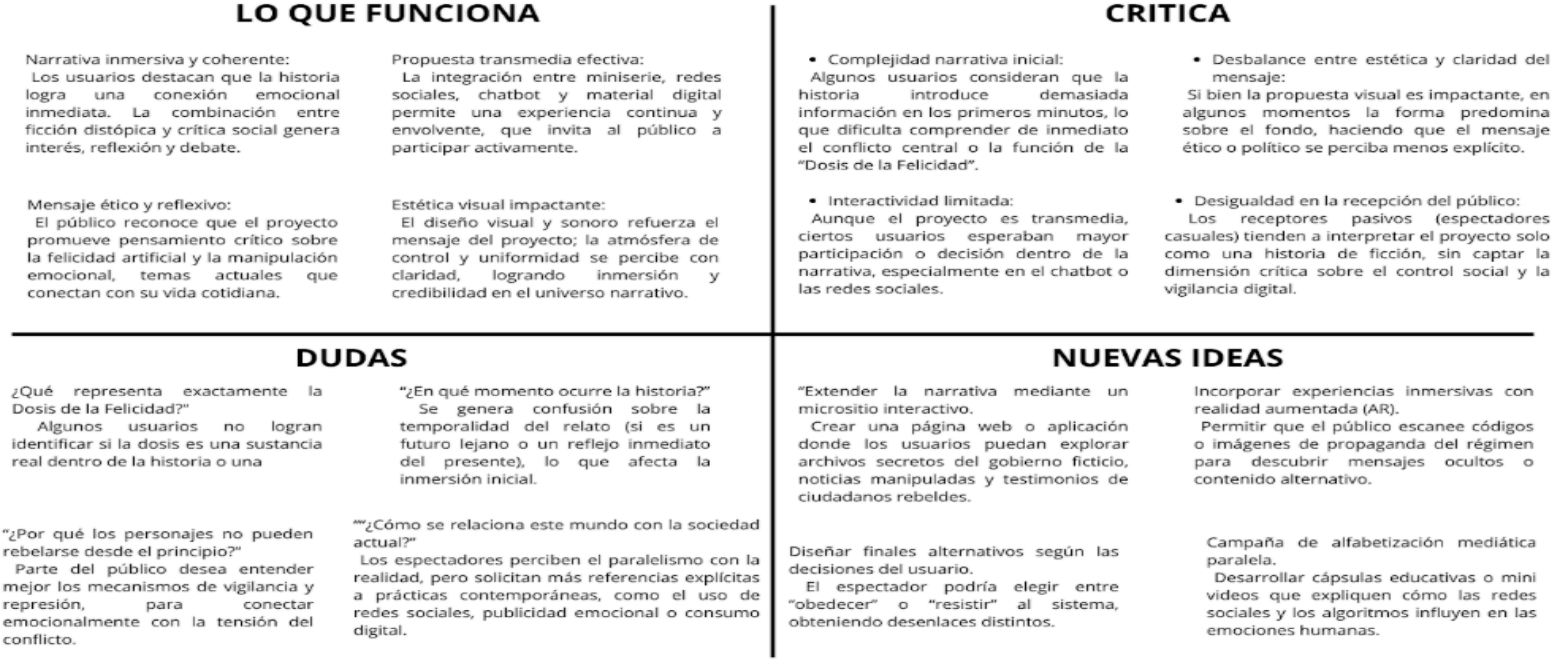
2.5.8 Experimentos

Figura 11: Tablero UX



El tablero UX hace que los hallazgos que vienen de las pruebas iniciales con usuarios, organizando sus percepciones, emociones, necesidades, puntos de fricción y oportunidades de mejora dentro de la experiencia propuesta. Esto permitió identificar patrones de comportamiento, aclarar la claridad narrativa del proyecto y ajustar elementos clave de la interacción digital para mejorar la comprensión del mensaje y la inmersión dentro del universo distópico de *Lote D-421*.

Figura 12: Tabla receptora



2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto LOTE D-421: Dosis de Felicidad se encuentra en el área de Salud y Bienestar Social y dentro de Actividades Artísticas y de Entretenimiento. Su objetivo es contrarrestar la escasa alfabetización mediática y emocional de los jóvenes que están sometidos a la vigilancia digital, la manipulación de la información y la constante presión por aparentar estar bien. Los principales beneficiarios son estudiantes universitarios y adultos jóvenes que han sido reconocidos mediante arquetipos e instrumentos de análisis centrados en el usuario. Se empleó la metodología de Design Thinking para comprender el problema y desarrollar la propuesta, utilizando herramientas como personas, mapas de actores, viajes del usuario, tableros de UX, etc. También se utilizaron conceptos de Lean Startup para permitir una verificación rápida y efectiva de ideas y prototipos. Es esta solución, un ecosistema transmedia, que integra una miniserie, contenido en redes sociales, un chatbot, piezas de propaganda ficticia, etc. Todo está ambientado en una realidad distópica en la que las emociones de la población son controladas por la "Dosis de Felicidad". Esto es esencialmente una analogía con algunos de los controles y manipulaciones digitales modernos existentes. Se desarrollaron clips piloto, guiones gráficos, contenido falso del Estado y un chatbot (prototipos

audiovisuales y digitales) para probar la propuesta. Los usuarios mostraron comprensión del mensaje, interés en la narrativa y un compromiso activo con estos, validando los resultados del concepto. Además, LOTE D-421 contribuye no solo a la generación de pensamiento crítico en los jóvenes y a la educación mediática inicial, sino que les enseña a identificar los sistemas de control en sus vidas digitales. Sería útil obtener un relato más detallado de la historia, para mejorar su interactividad y colaborar más estrechamente con instituciones educativas para expandir la difusión del contenido. El modelo de negocio basado en Lean Canvas incluye los siguientes elementos:

- Público objetivo: jóvenes universitarios, docentes, instituciones educativas y espacios culturales.
- Problema: baja alfabetización mediática, interacción mínima con información digital y normalización del control algorítmico.
- Solución: contenido transmedia reflexivo y participativo.
- Propuesta única de valor: “Una narrativa que te hace cuestionar el control emocional y digital que ya forma parte de tu vida real.” Ventaja diferencial: combina biopolítica, crítica social y estética distópica con formatos interactivos.
- Canales: redes sociales, plataforma audiovisual, chatbot, talleres y festivales.
- Estructura de costos: producción audiovisual, diseño transmedia, desarrollo digital y equipo humano.
- Flujo de ingresos: talleres, licenciamiento, exhibiciones, monetización digital y alianzas educativas. Sostenibilidad del proyecto.

- Sostenibilidad social: promueve competencias críticas, alfabetización mediática y autonomía emocional, impactando en jóvenes que enfrentan entornos digitales complejos.
- Sostenibilidad económica: Fortalece su flujo de ingresos a través de talleres, licencias educativas, exhibiciones y monetización en plataformas, lo que garantiza continuidad y capacidad de expansión.
- Sostenibilidad cultural: contribuye al desarrollo audiovisual peruano, impulsa narrativas críticas y fomenta el análisis social a través del arte y la tecnología.

Plan de actividades (nueva iteración, réplica y masificación)

- Ajuste del guión principal y expansión de escenas.
- Optimización del chatbot y piezas propagandísticas.
- Nuevas pruebas con usuarios.

Réplica

- Desarrollo en universidades y centros culturales.
- Talleres de alfabetización mediática.
- Adaptación de contenido breve para redes sociales.

Masificación

- Estrategia de difusión nacional.
- Alianzas con instituciones educativas.
- Participación en festivales audiovisuales.
- Publicación en plataformas digitales.
- Recursos necesarios (humanos, materiales y tecnológicos).

Recursos humanos: director, productor, guionista, diseñador transmedia, editor, community manager, actores, desarrollador chatbot, facilitadores educativos.

Recursos materiales: cámaras, iluminación, audio, espacios de grabación, materiales gráficos, equipos de producción.

Recursos tecnológicos: software de edición (Premiere, After Effects), herramientas de diseño, plataformas chatbot, hosting digital y repositorios multimedia.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto Presupuesto El estimado de gastos del proyecto LOTE D-421: La Dosis de Felicidad toma en consideración los recursos humanos, materiales, tecnológicos y logísticos necesarios para impulsar la experiencia transmedia. Ya que el proyecto reúne formatos audiovisuales, piezas digitales, narrativa transmedia, chatbot y prototipos experimentales, los costos se reparten en producción audiovisual, desarrollo digital y difusión. Recursos humanos.

Tabla 1: Recursos humanos

Recurso	Costo estimado
Director / Coordinador general	S/ 2,000
Guionista / Diseñador narrativo	S/ 1,200

Detalles de los recursos humanos involucrados en el proyecto, incluyendo los roles, funciones, compromiso de tiempo y costos asociados con cada miembro del equipo. Esta tabla permite la visualización de la estructura operativa del proyecto y el valor económico del trabajo profesional requerido.

Tabla 2: Recursos materiales

RECURSO	Costo
Alquiler de cámaras y lentes	S/ 1,200
Iluminación y sonido	S/ 900
Utilería, escenografía y ambientación	S/ 600
Espacios de grabación / locaciones	S/ 800
Material gráfico e impresión	S/ 350

La lista de materiales necesarios para el desarrollo del proyecto detalla las cantidades, características y costos unitarios correspondientes. Esta tabla permite la identificación de insumos esenciales y la estimación del gasto total asociado con los recursos materiales.

Tabla 2 : Recursos tecnológicos

RECURSO	Costo
Software de edición (Premiere, After Effects)	S/ 450
Herramientas de diseño (Adobe)	S/ 300
Plataforma para chatbot	S/ 250
Hosting y mantenimiento digital	S/ 280

Recursos tecnológicos utilizados en el proyecto , que incluyen software especializado , plataformas digitales y equipos electrónicos necesarios para el diseño ,edición ,comunicación y desarrollo de las actividades planteadas .

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones El proyecto LOTE D-421: La Dosis de Felicidad ha demostrado que un gran número de estudiantes universitarios tienen baja alfabetización mediática y emocional. La vigilancia digital, la manipulación de la información y la expectativa de siempre presentar una imagen de bienestar los han hecho más vulnerables. Con este fin, identificamos y validamos estas necesidades mediante la aplicación de herramientas de Design Thinking y Lean Startup, y nos dimos cuenta de que una propuesta de narrativa transmedia podría ser útil para abogar por estos temas de maneras que eduquen e informen.

Los prototipos que diseñamos (extractos audiovisuales, material de propaganda ficticia, contenido para redes sociales y un chatbot) mostraron que los jóvenes conocen el mensaje y pueden relacionarlo con su propia existencia digital. Los 25 resultados fueron favorables: se identificaron con la historia,

se involucraron y reflexionaron sobre cómo gestionar sus emociones y no ser manipulados por los medios. En última instancia, LOTE D-421 es una nueva obra artística que combina aspectos de la educación artística y mediática para ayudar a los jóvenes a cultivar una alfabetización crítica de la información y una autodeterminación emocional más fuerte.

4.1 Recomendaciones

- Expandir la narrativa transmedia

  Crear nuevos episodios, ampliar el universo de ficción y producir contenido interactivo adicional para que los usuarios se sientan más inmersos y potenciar el aprendizaje.

- Ampliar la experiencia interactiva

  Mejorar el chatbot, incorporar microjuegos y opciones narrativas, y ofrecer caminos alternativos dentro del mundo del proyecto para involucrar mas al usuario.

- **Establecer alianzas estratégicas**

  Trabajar junto a instituciones educativas, centros culturales y organizaciones de alfabetización mediática para usar el proyecto como recurso pedagógico

- **Realizar una segunda ronda de experimentación**

  Realizar pruebas del contenido actualizado con distintos grupos para comparar reacciones, ver el efecto y adaptar la propuesta según las observaciones.

- **Monitoreo y seguimiento continuo**

  Tener indicadores concretos para medir la participación, la comprensión del mensaje, la interacción con el chatbot y la comprensión del contenido, con el fin de evaluar el proyecto a mediano plazo.

- **Plan de masificación**

  Publicar la miniserie y los contenidos transmedia en plataformas abiertas, junto de campañas digitales que apoyen la reflexión sobre vigilancia, control emocional y autonomía.

V. Referencias Bibliográficas

- **Referencias (APA 7.ª edición)**

  Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jorgensen, K. (2022). *Digital citizenship in a datafied society*. Polity Press.

- Livingstone, S., Byrne, J., & Pothong, K. (2021). *Media literacy, wellbeing, and digital society*. Oxford University Press.

- Tufekci, Z. (2022). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

- Zuboff, S. (2021). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Bibliografía (APA 7.ª edición)

- Ardoin, N. M., Bowers, A. W., & Gaillard, E. (2022). Environmental education outcomes for conservation: A systematic review. Biological Conservation, 266, 109461. https://doi.org/10.1016/j.biocon.2021.109461

- Clark, W. C., Reed, J., & Sunderland, T. (2021). Bridging science and practice in sustainability: A review of transdisciplinary research. Sustainability Science, 16(6), 1645–1661. https://doi.org/10.1007/s11625-021-00957-0

- Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jorgensen, K. (2022). Digital citizenship in a datafied society. Polity Press.

- Schoepf, D., Castellanos, S., & Walker, I. (2023). Carbon footprint feedback in mobile apps reduces emissions. Journal of Cleaner Production, 384, 135646. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135646

- Booker, M. K. (2021). *Dystopian literature: A theory and research guide*. Routledge.

- de Moraes, M. (2021). Distopias en América Latina: El caso de la serie *3%*. *Revista de Estudios Culturales Latinoamericanos, 18*(2), 45–62.

- Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jorgensen, K. (2022). *Digital citizenship in a datafied society*. Polity Press.

- Explica cómo las redes digitales influyen en la identidad emocional y el comportamiento social de los usuarios.

- Livingstone, S., Byrne, J., & Pothong, K. (2021). *Media literacy: From principles to practice*. Routledge.
- Fundamenta la necesidad de alfabetización mediática y pensamiento crítico en contextos de manipulación emocional digital.Tufekci, Z. (2022). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Analiza cómo los sistemas algorítmicos afectan la autonomía y la capacidad de respuesta emocional de los usuarios.Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded ed.). Basic Books.
- Base conceptual para el diseño de interfaces centradas en la experiencia del usuario (UX), como la pulsera o la app "Dosis D-421".Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: Design, fiction, and social dreaming*. MIT Press.
- Fundamenta el enfoque del diseño crítico y especulativo, en el que los objetos (como "Dosis D-421") sirven para cuestionar realidades sociales. https://doi.org/10.1080/12345678.2021.3%

- Gonzales, P. (2022). Narrativas transmedia en proyectos audiovisuales universitarios peruanos. *Revista Comunicación y Sociedad, 41*(2), 77–95. https://doi.org/10.32870/cys.v2022i41.8201

- Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jorgensen, K. (2022). *Digital citizenship in a datafied society*. Polity Press.

- Jenkins, H. (2021). *Transmedia storytelling 2021: From user-generated content to immersive experiences*. MIT Press.

- Moss, E. (2020). *The Handmaid's Tale and resistance in popular culture*. Palgrave Macmillan.

- Reynolds, S. (2019). *Black Mirror and critical media studies*. Routledge.

- Zuboff, S. (2021). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Gonzales, P. (2022). *Narrativas transmedia en proyectos audiovisuales universitarios peruanos*. *Revista Comunicación y Sociedad, 41*(2), 77–95. https://doi.org/10.32870/cys.v2022i41.8201

- Ministerio de Cultura del Perú. (2023). *Informe nacional de consumo cultural digital en jóvenes peruanos 2023*. Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

  - Eberle, B. (1971). *SCAMPER: Creative Idea Generating Technique* (citado en "El método SCAMPER: cómo activar el pensamiento creativo") — según IEBS. IEBS School

  - Y otra más reciente:
    ISDI. (2024). *Método SCAMPER: herramienta para la creatividad y la innovación*. Recuperado de https://www.isdi.education/es/blog/que-es-el-metodo-scamper

  - Vinces, M. A. M. (2024). *Metodologías de creatividad y la elaboración de textos* [PDF]. Dialnet. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9421228.pdf

V.I.Anexos

Se realizaron encuestas con una audiencia seleccionada para confirmar los componentes principales del proyecto y determinar qué piensa el público objetivo al respecto. A través de este procedimiento, se obtuvieron conocimientos invaluables sobre los gustos, expectativas, conocimientos y aceptación de la propuesta por parte de los interesados. Los hallazgos también proporcionan puntos de referencia objetivos para modificar la línea argumental, los elementos visuales y operativos del proyecto para que estén más alineados con las necesidades reales.

Figura 13: Pregunta 1

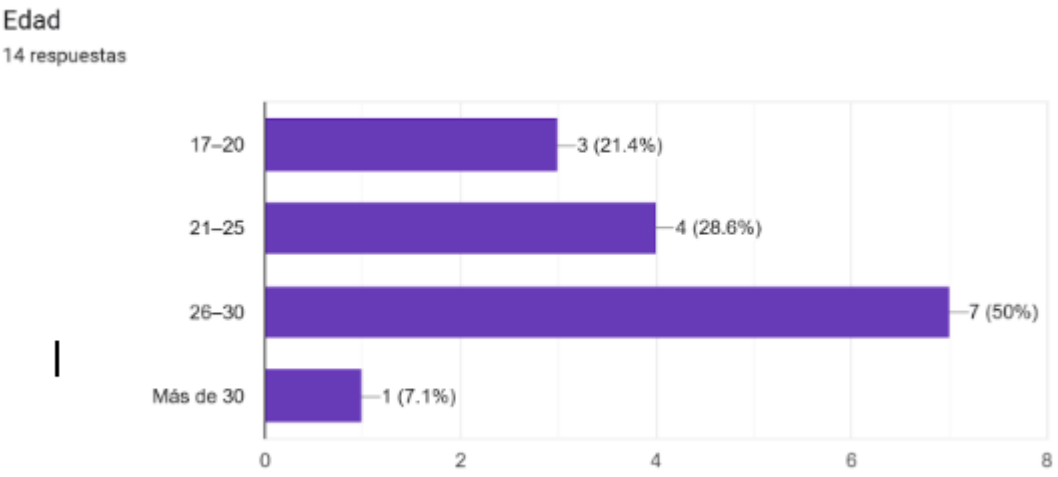


Figura 14 : Pregunta 2

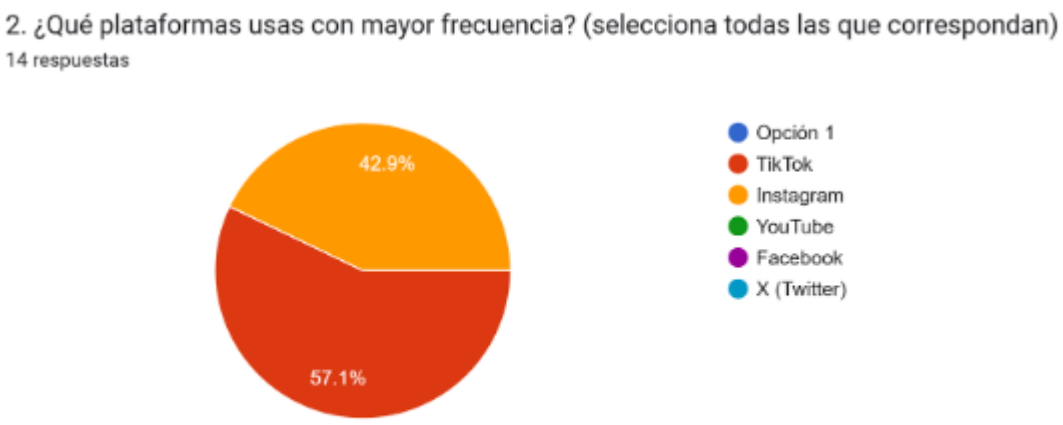


Figura 15: Pregunta 3



Figura 16: Pregunta 4

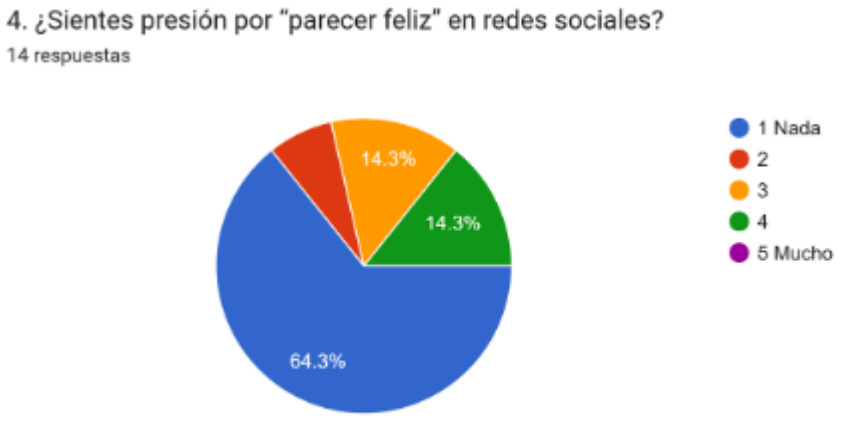


Figura 17: Pregunta 5



Figura 18: Pregunta 6



Figura 19: Pregunta 7

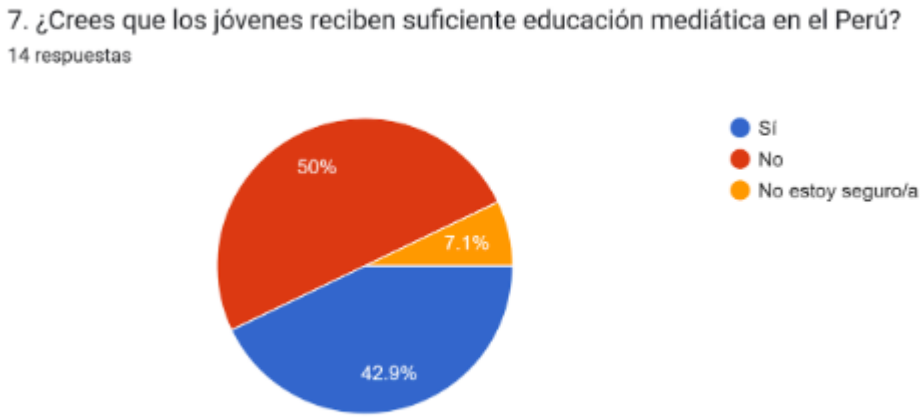


Figura 20: Pregunta 8



Figura 21 : Pregunta 9

9. ¿Te gustaría interactuar con una historia que combine miniserie, redes sociales y chatbot?

14 respuestas

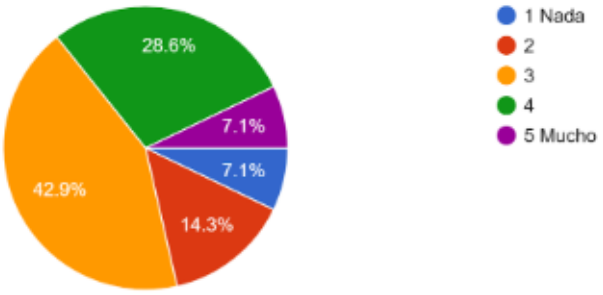


Figura 22 : Pregunta 10

10. ¿Te interesa el tema de vigilancia digital y control emocional?

14 respuestas

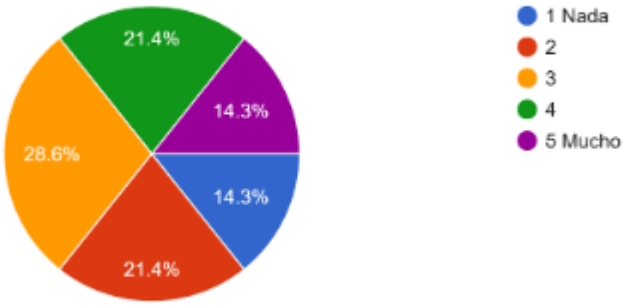


Figura 23 : Pregunta 11

11. ¿Te parece útil aprender sobre manipulación digital mediante experiencias creativas/audiovisuales?

14 respuestas

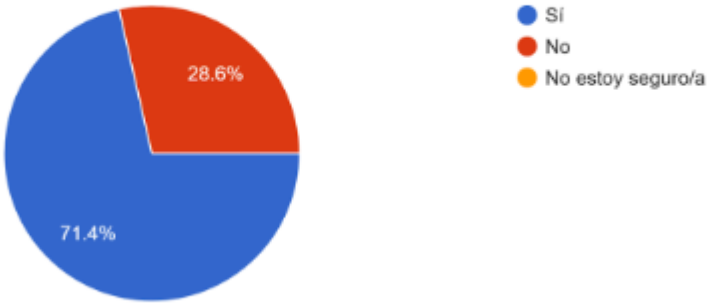


Figura 24 : Pregunta 12

