ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Mateo 15: Representación simbólica de los conflictos de fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de Lima

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

PRESENTADA POR

Angelica Maria Asencio Nizama

DNI: 71440965, Perú

ASESOR

Silvana Tabata Espinoza Gómez

DNI: 75537883, Perú

ORCID: 0009-0000-1441-7470

JURADO

Elizabeth Fabiola Palomino Nolasco

Juan Arturo Moncada Sánchez

Johan Alexander Pérez Ortiz

Lima, diciembre 2025

Turnitin-2022170153-ASENCIO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549063956

Fecha de entrega
24 ene 2026, 5:15 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
24 ene 2026, 5:23 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2022170153-ASENCIO.pdf

Tamaño del archivo
3.6 MB

48 páginas

6302 palabras

36.555 caracteres

18% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
18%	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 3

II. Descripción de la innovación **4**

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.2 Población beneficiaria 6

2.3 Objetivo(s) del proyecto 8

2.4 Marco referencial 9

2.5 Proceso creativo y experimentos 11

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 11

2.5.2 Información sobre el Mercado 14

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 16

2.5.4 Diseño de producto/servicio 20

2.5.5 Modelo de Negocio 24

2.5.6 Resultados esperados 25

2.5.7 Prototipos desarrollados 26

2.5.8 Experimentos 26

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 29

III. Estimación de costos 31

3.1 Presupuesto 31

IV. Conclusiones y recomendaciones 32

4.1 Conclusiones 32

4.2 Recomendaciones 32

V. Referencias Bibliográficas 33

VI. Anexos 35

6.1 Informe de Turnitin 35

6.2 Herramientas de Toulouse Thinking 37

6.3 Encuestas 39

6.4 Tabla de costos 41

6.5 Presupuesto de transmedias 42

6.6 Evidencia rodaje 42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tablero UX 27

Tabla 2 Tabla receptora 28

Tabla 3 Tabla de creación 28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de análisis de problema 5

Figura 2 Mapa de actores 7

Figura 3 Arquetipo de usuario 12

Figura 4 Mapa de empatía 13

Figura 5 Ruta para conceptualizar 18

FIgura 6 Canvas de Propuesta de Valor 19

Figura 7 Herramienta Canvas de Modelo de Negocio 24

Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Mateo 15: Representación simbólica de los conflictos de fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de Lima".

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Mateo 15: Representación simbólica de los conflictos de fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de Lima" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Inclusión Social y Diversidad Cultural, y la actividad económica de Industrias Culturales y Producción Audiovisual, y busca resolver la falta de representaciones sensibles y auténticas sobre el conflicto entre fe e identidad que viven jóvenes LGBTQ+ en entornos conservadores, teniendo como población beneficiaria a jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana que viven día a día tensiones entre su identidad y sus creencias religiosas.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados. Estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica Persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio para observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora consiste en el diseño de un proyecto transmedia de sensibilización social que aborda el conflicto entre fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de

Lima Metropolitana. La propuesta tiene como pieza madre el cortometraje simbólico Mateo 15, publicado en YouTube, y se expande mediante tres extensiones narrativas: el podcast Ecos de la Diversidad, los microrelatos Voces de Orgullo en Instagram Reels y el formato de entrevistas callejeras Hablemos de Orgullo en TikTok. Esta estructura permite que el mensaje se adapte a los hábitos de consumo de audiencias jóvenes, manteniendo continuidad narrativa, alcance digital y capacidad de generar diálogo social. Asimismo, mantiene su sostenibilidad económica a través de un modelo cultural no lucrativo y su respeto ambiental mediante producción de bajo impacto y uso eficiente de recursos.

Para la experimentación de la pieza madre se diseñaron prototipos audiovisuales preliminares del cortometraje, utilizados para medir la claridad del mensaje, evaluar la conexión emocional con los espectadores y validar el potencial del corto como herramienta de sensibilización. Se realizaron pruebas de visualización con jóvenes y docentes, analizando sus interpretaciones, comprensión del simbolismo y nivel de identificación. Los resultados evidenciaron impacto emocional positivo, pero también la necesidad de ajustar la narrativa simbólica para mejorar su comprensión, lo cual permitió refinar decisiones estéticas y narrativas.

A partir del análisis del proyecto, la solución propuesta es efectiva para generar reflexión y empatía en torno al conflicto entre fe e identidad, y posee potencial como recurso cultural y educativo, y se recomienda continuar el desarrollo del cortometraje hacia su versión final, fortalecer la claridad narrativa sin perder su estética simbólica, escalar la propuesta a espacios educativos y culturales, y dar seguimiento a su recepción para futuras mejoras o expansiones transmedia.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

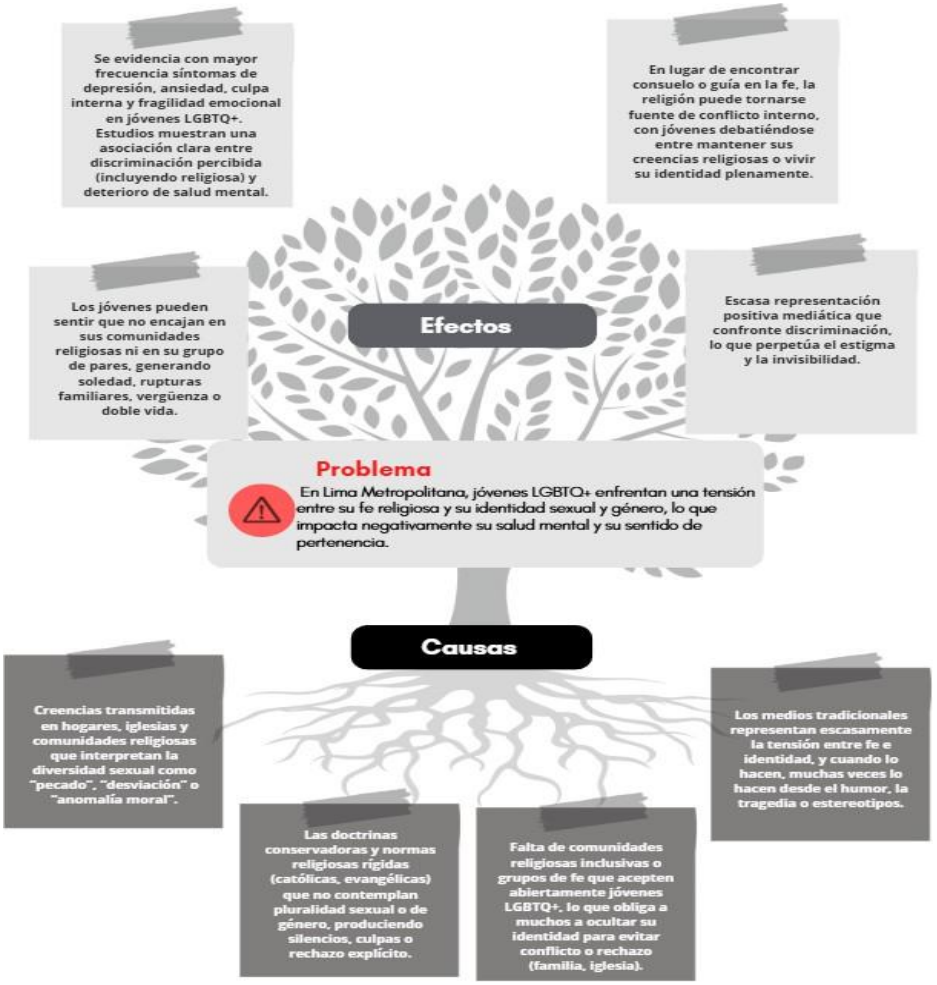
Lima Metropolitana, considerada principal eje político, económico y cultural del Perú, es también un escenario donde conviven de manera evidente la tradición y la modernidad. Mientras que la globalización, el acceso a la información y el activismo digital han favorecido una mayor visibilidad de la comunidad LGBTQ+ a través de marchas, expresiones artísticas y producciones independientes, la aceptación plena y el reconocimiento de derechos aún encuentran barreras. Estas limitaciones se deben a estructuras familiares y comunitarias profundamente influenciadas por la religiosidad católica y evangélica, que continúan reproduciendo visiones conservadoras sobre la diversidad sexual.

Aquí se sitúa el cortometraje Mateo 15: Entre la fe y el reflejo, concebido como la pieza madre del proyecto. La trama sigue a un joven que experimenta un fuerte dilema entre los mandatos religiosos presentes en su hogar y el deseo de vivir en coherencia con su identidad. Espacios que deberían brindarle seguridad, como la fe o la familia, se transforman en escenarios de lucha interna, donde el peso de la doctrina lo enfrenta a sentimientos de culpa, silenciamiento y autoexclusión. El valor del cortometraje radica en que no plantea una denuncia directa, sino una experiencia simbólica. A través del uso de silencios, recursos musicales y elementos visuales cargados de significado, se contraponen la intimidad y lo colectivo, lo espiritual y lo corporal. Mateo 15 visibiliza una problemática que no se limita a la discriminación externa, manifiesta la vida emocional y subjetiva de quienes buscan conciliar fe e identidad en un entorno conservador.

2.1 Planteamiento del Problema

En Lima Metropolitana, los jóvenes LGBTQ+ continúan enfrentando discriminación vinculada a creencias religiosas conservadoras que los excluyen y culpabilizan por su orientación o identidad. La Defensoría del Pueblo (2023) advierte que más del 60 % de esta población ha sufrido rechazo o violencia en entornos familiares y espirituales. En Lima Metropolitana, los jóvenes LGBTQ+ siguen enfrentando discriminación social y religiosa con efectos persistentes sobre su bienestar psicológico. Estudios recientes muestran que la forma en que una persona vive y expresa su identidad puede verse atravesada por tensiones emocionales (Castaneda 2023), (Soriano-Moreno 2022). Esta carga emocional se ve agravada en contextos donde las creencias religiosas tradicionales consideran dichas identidades como incompatibles con la fe, generando un conflicto íntimo entre espiritualidad e identidad.

Figura 1


Se evidencia con mayor frecuencia síntomas de depresión, ansiedad, culpa interna y fragilidad emocional en jóvenes LGBTQ+. Estudios muestran una asociación clara entre discriminación percibida (incluyendo religiosa) y deterioro de salud mental.
En lugar de encontrar consuelo o guía en la fe, la religión puede tornarse fuente de conflicto interno, con jóvenes debatiéndose entre mantener sus creencias religiosas o vivir su identidad plenamente.
Los jóvenes pueden sentir que no encajan en sus comunidades religiosas ni en su grupo de pares, generando soledad, rupturas familiares, vergüenza o doble vida.
Escasa representación positiva mediática que confronte discriminación, lo que perpetúa el estigma y la invisibilidad.
Efectos
Problema
En Lima Metropolitana, jóvenes LGBTQ+ enfrentan una tensión entre su fe religiosa y su identidad sexual y género, lo que impacta negativamente su salud mental y su sentido de pertenencia.
Causas
Creencias transmitidas en hogares, iglesias y comunidades religiosas que interpretan la diversidad sexual como "pecado", "desviación" o "anomalía moral".
Las doctrinas conservadoras y normas religiosas rígidas (católicas, evangélicas) que no contemplan pluralidad sexual o de género, produciendo silencios, culpas o rechazo explícito.
Falta de comunidades religiosas inclusivas o grupos de fe que acepten abiertamente jóvenes LGBTQ+, lo que obliga a muchos a ocultar su identidad para evitar conflicto o rechazo (familia, iglesia).
Los medios tradicionales representan escasamente la tensión entre fe e identidad, y cuando lo hacen, muchas veces lo hacen desde el humor, la tragedia o estereotipos.

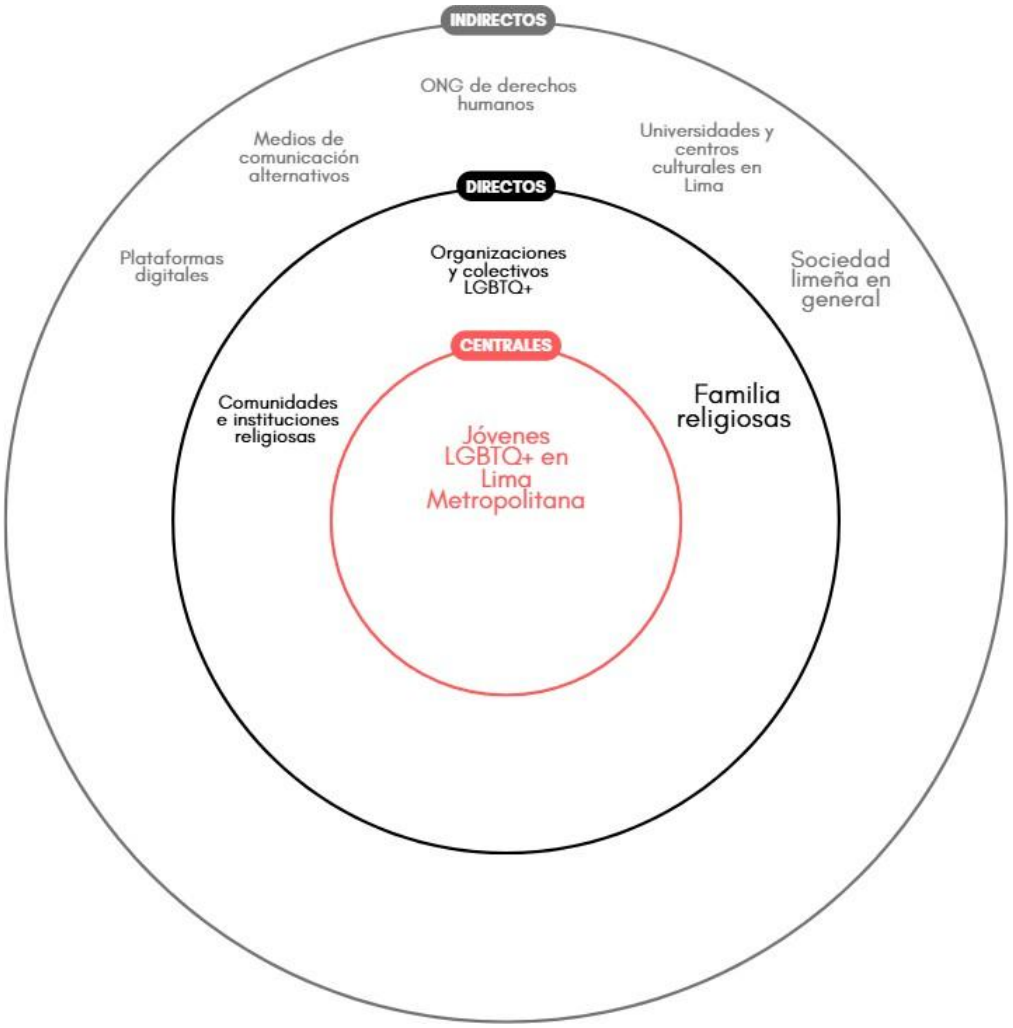
2.2 Población beneficiaria

La propuesta Mateo 15 se enfoca principalmente a jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana que enfrentan conflictos entre su fe e identidad en entornos religiosos o familiares tradicionales. Esta población representa un grupo especialmente vulnerable a la discriminación simbólica y emocional, derivada de creencias que asocian la orientación sexual con el pecado o la desviación moral. De acuerdo con la Defensoría del Pueblo (2023), más del 60 % de las personas LGBTIQ+ en el país ha sufrido rechazo o exclusión motivada por factores religiosos o culturales, lo que repercute en su bienestar psicológico y sentido de pertenencia.

El proyecto beneficia directamente a jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana que viven en contextos religiosos o familiares conservadores y experimentan conflicto entre su identidad y su fe. Este grupo constituye un segmento especialmente vulnerable al estigma y al aislamiento emocional, como lo respaldan las evidencias de Castaneda (2023) y Soriano-Moreno (2022) sobre salud mental en poblaciones LGBTI peruanas.

De forma indirecta, también se verán beneficiadas familias, comunidades religiosas, educadores y colectivos culturales que, al acceder al cortometraje y sus materiales complementarios, podrán reflexionar y dialogar sobre inclusión, espiritualidad y diversidad. Al intervenir estos actores mediadores, el proyecto amplifica su alcance simbólico y social.

Figura 2



En la Figura 2 se identifican los actores centrales, directos e indirectos relacionados con la problemática. Entre los actores centrales se encuentran los jóvenes LGBTQ+ afectados, mientras que los actores directos incluyen a las familias y comunidades religiosas. En el nivel indirecto se ubican instituciones educativas, medios de comunicación, organizaciones civiles y el Estado, los cuales influyen en la reproducción o mitigación de la discriminación.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general

Analizar el cortometraje Mateo 15 como recurso audiovisual innovador para representar la tensión entre fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana, con el fin de visibilizar esta problemática y promover un diálogo social inclusivo.

Objetivos específicos

Examinar la relación entre representaciones audiovisuales y percepciones sociales hacia jóvenes LGBTQ+ en contextos religiosos.

Difundir el cortometraje en espacios educativos, culturales y digitales para fomentar reflexión y sensibilización social.

Evaluar la recepción del público frente al cortometraje, con el fin de valorar su aporte como herramienta de cambio cultural.

2.4 Marco referencial

En el panorama audiovisual peruano ha empezado a incorporar temáticas vinculadas a la diversidad sexual, aunque aún prevalecen narrativas que reproducen estereotipos y discursos moralizantes. Según Gamarra y Chinchay (2023), “la visibilidad LGBTQ+ en el audiovisual peruano se caracteriza por la fragmentación y la falta de representaciones auténticas que reflejen la cotidianidad de estas identidades” (p. 37). Este diagnóstico evidencia la necesidad de propuestas que aborden la diversidad desde una perspectiva emocional y cultural más profunda.

En este contexto, Mateo 15 surge como una alternativa que busca romper con los esquemas tradicionales, presentando una narrativa introspectiva centrada en la dualidad entre fe e identidad. Esta propuesta se alinea con el enfoque señalado por Zúñiga y Valdivia (2022), quienes destacan que “el nuevo cine social peruano ha comenzado a explorar temas de fe, género y cuerpo como espacios de resistencia simbólica frente al conservadurismo dominante” (p. 112). Así, el cortometraje se configura como un producto cultural que contribuye a visibilizar experiencias silenciadas y a promover la reflexión en torno a la inclusión y la espiritualidad en la sociedad peruana contemporánea.

En el panorama internacional, el cine y los medios audiovisuales han adoptado un enfoque simbólico y poético para representar la diversidad y los conflictos identitarios. Según Gao y Guintu (2025), “la representación queer contemporánea se aleja del activismo directo y apuesta por narrativas sensoriales y estéticas que desafían las normas tradicionales de la mirada” (p. 6). Este enfoque plantea que el lenguaje audiovisual tiene la capacidad de construir significados desde lo implícito, permitiendo al espectador interpretar las emociones y los conflictos a partir de su propia experiencia.

En la misma línea, (Zavala, 2024) sostienen que los jóvenes latinoamericanos "interpretan los relatos audiovisuales no solo por su contenido explícito, sino también por su valor simbólico y su conexión con contextos culturales y afectivos" (p. 54). Desde esa perspectiva, *Mateo 15* se inscribe en la tendencia internacional de obras audiovisuales que emplean el silencio, la luz y los símbolos religiosos como herramientas expresivas para comunicar la tensión entre espiritualidad y autenticidad personal. Así, el cortometraje contribuye a la creación de un lenguaje cinematográfico que humaniza la diversidad y genera empatía a través de la estética.

El uso del lenguaje audiovisual en proyectos sociales y culturales permite expresar experiencias personales con una fuerza emocional y estética que trasciende la palabra. De acuerdo con Hjarvard (2021), "la mediatización de la cultura implica que las imágenes y sonidos no solo representan, sino que configuran la forma en que comprendemos la realidad social" (p. 18). En ese sentido, el cortometraje se convierte en una herramienta metodológica idónea para visibilizar tensiones sociales y promover reflexión crítica.

Asimismo, Castillo (2022) señala que "el formato corto posee la potencia de condensar conflictos humanos en relatos breves y visualmente poéticos, facilitando la conexión emocional con el público" (p. 27). En el caso de Mateo 15, el empleo de recursos simbólicos como la iluminación tenue, la ambientación introspectiva y el uso del silencio permite transformar la intimidad del protagonista en una experiencia colectiva de reconocimiento. Tal como indica Jenkins (2020), el audiovisual contemporáneo "no solo narra historias, sino que activa conversaciones sociales al transformar el testimonio individual en narrativa cultural" (p. 45). En consecuencia, el cortometraje no se presenta únicamente como una pieza artística aislada, sino como la pieza madre de un proyecto transmedia de

comunicación social, orientado a ampliar el diálogo sobre diversidad, fe e identidad en el contexto peruano mediante distintos formatos audiovisuales y espacios de participación.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Se desarrolló el arquetipo de usuario, representado por *Daniel Rojas*, un joven de 24 años, estudiante de Comunicación Audiovisual y residente de Lima Metropolitana. Este perfil permitió identificar al público central del proyecto *Mateo 15*, conformado por jóvenes LGBTQ+ que enfrentan conflictos entre su fe y su identidad personal. A través del análisis de su contexto familiar, creencias religiosas, hábitos digitales y necesidades emocionales, se determinó que este usuario busca reconciliar su espiritualidad con su orientación sexual, encontrar representaciones auténticas en los medios audiovisuales y participar en espacios donde la diversidad sea acogida sin juicio. Este arquetipo permitió comprender de forma empática las tensiones y aspiraciones del público objetivo, orientando así las decisiones narrativas y comunicacionales del proyecto.

El arquetipo de usuario permite identificar de forma concreta al público principal en el proyecto Mateo 15, el cortometraje se nos presenta a un joven que vive la tensión entre su fe y su identidad. Este perfil pone de manifiesto la necesidad de protección, reconocimiento, aceptación y libertad de expresión en medio de la imposición de límites por parte de unas creencias tradicionales. Comprender su contexto emocional y social permitirá la elaboración del guión de la propuesta audiovisual desde la empatía y la autenticidad.

Figura 3



La figura presenta al arquetipo de usuario denominado Daniel Rojas, joven de 24 años, estudiante de Comunicación Audiovisual y residente en Lima Metropolitana. Este perfil sintetiza las características emocionales, sociales y culturales del público objetivo: jóvenes LGBTQ+ que enfrentan conflictos entre su fe y su identidad. La construcción del arquetipo permitió orientar la narrativa del cortometraje desde la empatía, la autenticidad y la comprensión del contexto espiritual del usuario.

El mapa de empatía permite centrarse en la percepción interna que tiene el usuario, y se ocupa de desvelar sus pensamientos, sus sentimientos y comportamientos, sobre todo en relación a la dualidad espiritualidad-identidad. De su lectura podemos obtener tanto los aspectos que le generan dolor (como la mirada que percibe, el juicio social, el hecho de no tener referentes), como la motivación de su dolor (la búsqueda de la aceptación y la reconciliación con él mismo). Esta mirada nos permitirá orientar el trabajo sensible y reflexivo del cortometraje Mateo 15.

Figura 4



2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado audiovisual peruano se encuentra en una etapa de transformación, impulsado por la digitalización y la demanda de contenidos con enfoque social. Según el *Informe de Consumo Cultural 2023* del Ministerio de Cultura del Perú, el 68 % de jóvenes entre 18 y 29 años consume contenidos nacionales mediante plataformas digitales, principalmente YouTube y redes sociales.

Sin embargo, los contenidos audiovisuales que abordan diversidad sexual y espiritualidad son aún escasos, lo que representa una oportunidad significativa de innovación cultural y narrativa. Proyectos como *Mateo 15*, que exploran la reconciliación entre fe e identidad, pueden llenar este vacío ofreciendo un discurso más inclusivo y empático. Además, el proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 10 de las Naciones Unidas, que promueve la reducción de desigualdades mediante el fortalecimiento de la inclusión social, económica y cultural (ONU, 2023).

El panorama competitivo del cine peruano se caracteriza por una producción concentrada en temas de marginalidad y desigualdad, pero con poca presencia de narrativas sobre diversidad sexual.

El crítico Ricardo Bedoya (2018) destaca que el nuevo cine peruano “ha ampliado su mirada hacia la representación de minorías y conflictos sociales, aunque el tratamiento de la diversidad sexual sigue siendo limitado y reciente” (p. 42).

Asimismo, el *Observatorio Audiovisual del Ministerio de Cultura* (2023) señala que solo el 9 % de las producciones peruanas entre 2018 y 2022 abordaron temáticas de inclusión o diversidad, debido a barreras estructurales de financiamiento y distribución.

Estas limitaciones contrastan con el surgimiento de espacios como el OUTFest Perú y el Festival de Cine de Lima, que promueven la visibilidad de producciones independientes vinculadas a la identidad y la libertad de expresión. En ese contexto, *Mateo 15* encuentra un nicho emergente dentro del circuito de cine social y simbólico peruano.

El proyecto está dirigido a jóvenes adultos de 17 a 25 años, principalmente residentes en Lima Metropolitana, interesados en temas de identidad, derechos humanos, arte y espiritualidad.

De acuerdo con Ipsos Perú (2024), el 71 % de los jóvenes limeños considera que los medios deben fomentar mensajes inclusivos hacia la comunidad LGBTQ+, lo que demuestra una alta receptividad hacia contenidos que promuevan empatía y diversidad. La difusión del proyecto está orientada a espacios de exhibición cultural como festivales nacionales e internacionales, además de su exhibición digital en plataformas abiertas y redes sociales, buscando impactar tanto en la esfera cultural como en la educativa.

El interés del público por contenidos que reflexionen sobre identidad y diversidad ha crecido en la última década. Según un estudio de UNESCO (2022), los productos culturales que promueven la inclusión social registran un 35 % más de interacción digital que aquellos sin enfoque de diversidad. En ese marco, *Mateo 15* responde a una demanda potencial creciente de obras que aborden la experiencia LGBTQ+ desde la sensibilidad y el arte, combinando estética, introspección y crítica social.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

La propuesta *Mateo 15* se enmarca como una propuesta de innovación social audiovisual orientada a problematizar la discriminación religiosa que viven jóvenes LGBTQ+ en Lima Metropolitana. Su enfoque pertenece al cine simbólico o poético, al priorizar elementos visuales y metafóricos (luz, silencio, objetos religiosos) por sobre el discurso explícito, con el fin de evocar experiencias íntimas de tensión entre fe e identidad.

En el contexto peruano, estudios recientes evidencian que la discriminación hacia personas de minorías sexuales se correlaciona con problemas de salud mental: Soriano-Moreno et al. (2022) reportan que quienes han sufrido discriminación tienen una prevalencia 72 % mayor de trastornos emocionales en los últimos 12 meses. Así, el entorno sociocultural requiere representaciones más diversas y sensibles que visibilicen esta realidad sin caer en estigmas ni radicalismos.

La propuesta de valor del proyecto radica en su capacidad de transformar una problemática íntima la tensión entre fe e identidad LGBTQ+ en una experiencia audiovisual transmedia. El cortometraje Mateo 15 funciona como pieza madre y detonante emocional, mientras que los contenidos derivados en podcast, Reels y TikTok amplían la comprensión del tema y sostienen la conversación en redes sociales.

A diferencia de una obra audiovisual aislada, esta estrategia permite mayor alcance, continuidad y participación del público, fortaleciendo su impacto cultural y social.

De acuerdo con Martín-Barbero (2021), la comunicación audiovisual actual “no solo transmite información, sino que produce sentido y reconocimiento al integrar emoción, estética y cultura” (p. 63). En ese sentido, el corto se construye como un acto comunicativo transformador, en el que la experiencia visual se convierte en una herramienta de

sensibilización social.

Asimismo, la propuesta diferencial del proyecto se sustenta en tres pilares:

Perspectiva inclusiva que muestra una historia desde la mirada de un joven creyente LGBTQ+, rara vez representada en el cine peruano.

Lenguaje simbólico que emplea la estética visual (color, luz, silencio) como vehículo narrativo principal, generando una interpretación abierta y sensorial.

Y un valor educativo y social la cual busca fomentar espacios de diálogo entre fe, juventud y diversidad en contextos educativos, parroquiales y culturales. De este modo, *Mateo 15* no solo funciona como un producto artístico, sino como una propuesta cultural de innovación social, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente el ODS 10 (Reducción de las desigualdades) y el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), al promover la inclusión y la tolerancia mediante la comunicación audiovisual.

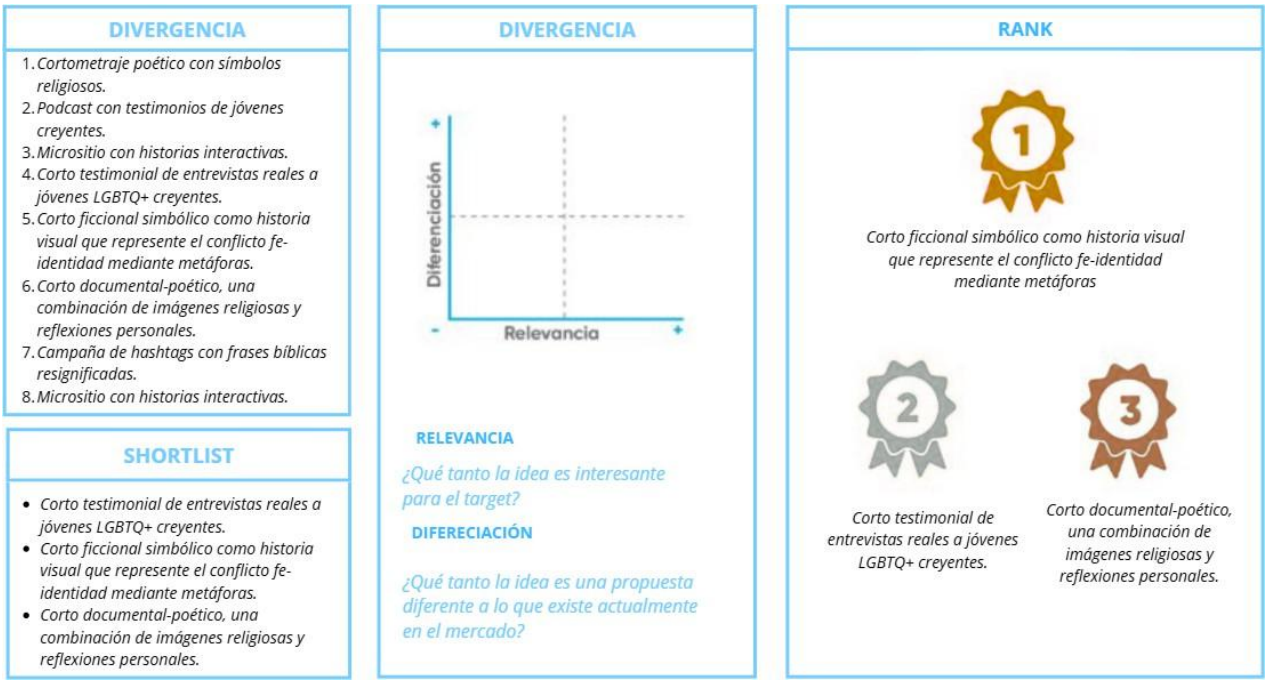
En primer lugar, se decidió sustituir la narrativa tradicional del conflicto LGBTQ+ centrada en la victimización o el rechazo explícito por una representación simbólica y sensorial, donde la luz, el silencio y los objetos religiosos expresan el conflicto interno del protagonista. Posteriormente, se buscó combinar elementos de la estética cinematográfica poética con la estructura narrativa introspectiva del drama espiritual, integrando recursos visuales que reflejan la tensión entre fe e identidad.

La fase de adaptación permitió trasladar un conflicto universal como es la búsqueda de aceptación personal al contexto limeño contemporáneo, donde las creencias religiosas aún ejercen una fuerte influencia cultural. En cuanto a la etapa de modificación, se replanteó el uso del espacio escénico y la banda sonora para potenciar la carga emocional, priorizando la inmersión del espectador sobre el diálogo explícito.

Asimismo, se propuso otros usos del cortometraje más allá del ámbito artístico, concebido como un recurso educativo y de sensibilización social que puede ser proyectado en instituciones académicas, foros culturales o espacios de diálogo interreligioso. En el paso de eliminación, se descartaron escenas y recursos narrativos redundantes para mantener una estructura breve, minimalista y visualmente coherente. Finalmente, se procedió a reorganizar la secuencia narrativa para construir una progresión emocional ascendente, que invite al espectador a una experiencia reflexiva más que informativa.

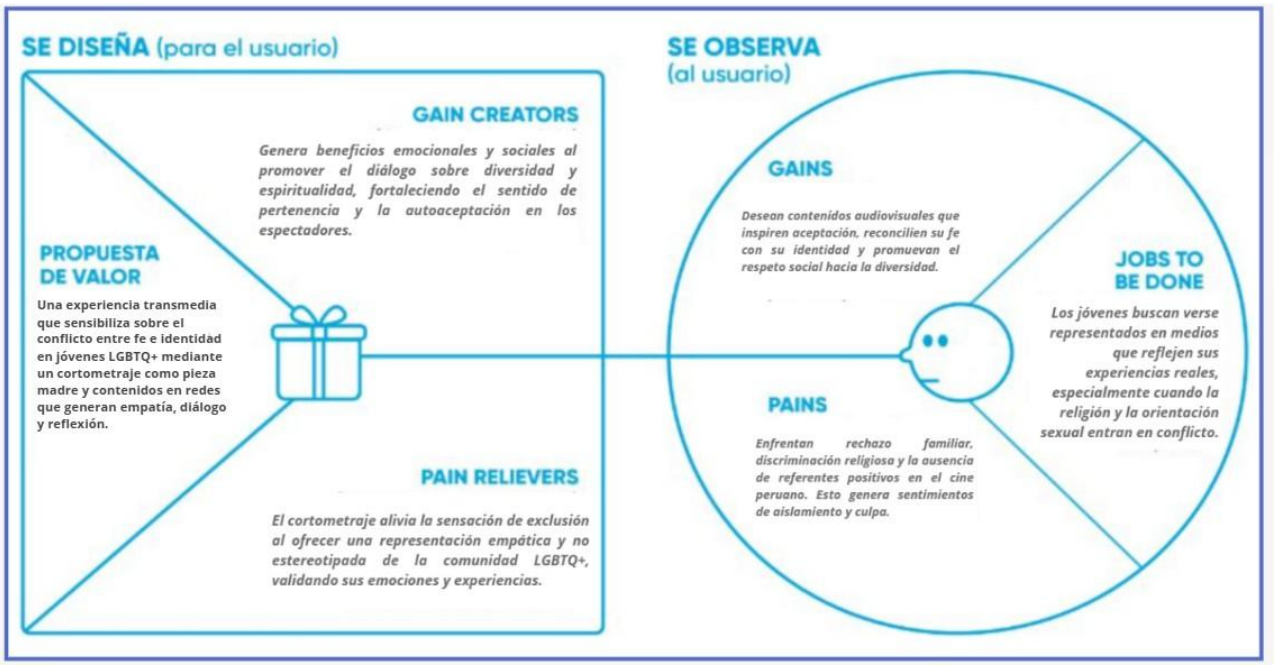
Esta aplicación del método SCAMPER permitió optimizar la propuesta audiovisual, generando un producto innovador, coherente con su propósito artístico y social, y capaz de conectar emocionalmente con públicos diversos.

Figura 5



El contexto que sustenta esta propuesta es una Lima diversa, donde persisten tensiones culturales entre la religiosidad tradicional y la apertura hacia la diversidad sexual. Según Huaroc Cabrera (2023), el audiovisual peruano aún presenta un déficit de representaciones queer que aborden la fe como un eje central, mientras que Castaneda (2023) destacan que la falta de aceptación social afecta directamente el bienestar emocional de las personas LGBTQ+. Así, Mateo 15 responde a la necesidad de visibilizar experiencias que han sido históricamente silenciadas o distorsionadas por estereotipos mediáticos.

Figura 6



2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño del producto se plantea a partir de la necesidad de desarrollar una propuesta transmedia capaz de generar una experiencia emocional significativa en el público. En este contexto, el cortometraje *Mateo 15* se concibe como la pieza madre del proyecto, funcionando como el eje narrativo desde el cual se articulan las demás extensiones audiovisuales. Ese proyecto se concibe como un proceso de exploración estética y social que une técnica, sensibilidad y propósito, buscando representar el conflicto entre fe e identidad desde una mirada humana. Cada decisión visual, sonora y narrativa es pensada para conectar con el público y reflejar la complejidad del tema sin caer en estereotipos, demostrando que el arte audiovisual puede ser un espacio de diálogo y comprensión.

Etapa Desarrollar: Herramientas

El prototipo de Mateo 15 busca probar la capacidad del lenguaje audiovisual para generar empatía y reflexión en torno al conflicto entre fe e identidad dentro de la comunidad LGBTQ+. Más allá de contar una historia, este diseño pretende verificar si los recursos visuales, sonoros y simbólicos logran comunicar emociones de manera auténtica, sin depender de diálogos directos. Al momento de diseñarlo, se puso especial atención en cómo la iluminación, el ritmo narrativo y los silencios podían transmitir el peso emocional del personaje principal, haciendo que el espectador perciba su lucha interior sin necesidad de explicaciones. También se evaluará si la atmósfera general del cortometraje (construida a

partir del color, la música y la puesta en escena) consigue conectar con experiencias humanas universales como la soledad, el miedo o la búsqueda de aceptación.

Objetivos del prototipo:

Evaluar la conexión emocional del espectador con la historia y los personajes, identificando si el cortometraje logra generar empatía y reflexión sobre la fe y la identidad.
Medir la comprensión del mensaje principal, verificando si el público interpreta correctamente los símbolos, metáforas y recursos visuales empleados.
Analizar la percepción estética y narrativa del corto, considerando la eficacia de los elementos audiovisuales (iluminación, color, sonido, ritmo y composición).
Observar las reacciones del público objetivo para determinar si se sienten representados o identificados con el conflicto mostrado.
Recoger comentarios cualitativos del público sobre la claridad del discurso y el impacto emocional que produce la propuesta audiovisual.
Validar la funcionalidad del prototipo como producto comunicacional capaz de sensibilizar y generar conversación en espacios educativos o culturales.
Identificar oportunidades de mejora en los aspectos técnicos o narrativos antes de la versión final del cortometraje.

Trabajo de taller (elaboración)

El trabajo de taller del proyecto Mateo 15 se llevó a cabo mediante un proceso colaborativo que integró distintos recursos y etapas de desarrollo. En cuanto a los recursos humanos, el equipo estuvo conformado por un director, un asistente de dirección, un director

de fotografía, un sonidista, un editor, un diseñador de arte. Todos estos siendo estudiantes y un grupo reducido de actores. Cada integrante aportó su experiencia para construir una narrativa visual coherente y emocionalmente potente. En el aspecto tecnológico, se utilizaron cámaras digitales de alta resolución, equipos de iluminación LED, micrófonos direccionales y software de edición profesional como Premiere Pro.

El proceso de elaboración se estructuró en cuatro etapas principales. La primera fue la preproducción, donde se definió el guion técnico, el storyboard y la planificación del rodaje.

Luego, durante la producción, se realizó la filmación en espacios controlados con énfasis en el manejo de la luz y el silencio como herramientas expresivas. En la fase de postproducción, se trabajó en la edición, corrección de color y diseño sonoro para potenciar el tono introspectivo del relato. Finalmente, la etapa de validación incluyó una proyección ante un grupo de jóvenes y docentes, cuyos comentarios permitieron realizar ajustes en ritmo, tono y estructura narrativa.

Contacto usuario/prototipo

Durante la muestra del cortometraje Mateo 15, las opiniones del público evidenciaron que, aunque el corto genera impacto visual, su mensaje no resulta del todo comprensible sin una explicación previa. La mayoría de los asistentes coincidió en que el cortometraje es estéticamente atractivo, pero que su simbolismo puede generar confusión. Uno de los comentarios más frecuentes fue que “se siente que hay algo profundo detrás, pero no se termina de entender qué quiere decir exactamente”.

Varios espectadores mencionaron que el corto “tiene imágenes muy potentes, pero cuesta relacionarlas con la historia o el conflicto del personaje”. Algunos incluso

interpretaron el contenido desde perspectivas distintas: “parece que el chico está lidiando con una pérdida o un trauma, pero no entendí que tenía que ver con la religión o su identidad”. Esto refleja que, aunque la carga emocional es efectiva, la narrativa simbólica no comunica claramente la relación entre fe e identidad.

Otros comentarios apuntaron a la necesidad de un mayor contexto: “si no te explican antes de qué trata, es difícil captar el mensaje” o “recién entendí el tema cuando el autor lo explicó después de la proyección”. Un grupo pequeño consideró que esa ambigüedad podía ser intencional, pero la mayoría coincidió en que el corto podría beneficiarse de una introducción breve o una frase final que ayude al espectador a comprender mejor el trasfondo del conflicto.

En el aspecto técnico, algunos asistentes señalaron que “la fotografía está muy bien cuidada, pero el ritmo es un poco lento”, y que “las escenas oscuras, aunque artísticas, dificultan entender lo que ocurre emocionalmente”. En conjunto, el público consideró que Mateo 15 tiene una propuesta visual sólida, pero necesita un hilo narrativo más claro para que el espectador promedio pueda conectar con el mensaje desde la primera visualización.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Mateo 15 se estructura como una propuesta cultural sostenible que combina el arte, la comunicación social y el activismo por la diversidad. Su enfoque no busca la rentabilidad económica inmediata, sino la creación de valor social y simbólico mediante la representación audiovisual de temas poco explorados en el contexto peruano, como la relación entre fe e identidad. El Canvas permite visualizar cómo el proyecto genera impacto a través de alianzas estratégicas con organizaciones culturales, el uso de plataformas digitales y la participación comunitaria.

Figura 7



2.5.6 Resultados esperados

La propuesta busca generar que los jóvenes LGBTQ+ que visualicen el cortometraje *Mateo 15*, como pieza madre del proyecto, experimenten un proceso de identificación emocional con el protagonista, reconociendo en la narrativa simbólica elementos vinculados a su propia búsqueda de aceptación, espiritualidad e identidad. El cortometraje se plantea como un primer espacio de representación segura, donde los conflictos internos del personaje son abordados desde una perspectiva respetuosa, estética y humana.

A partir de la difusión del cortometraje en entornos digitales, se espera generar reacciones iniciales como comentarios, interpretaciones y conversación en torno a la temática abordada, las cuales servirán como base para el desarrollo y validación de las extensiones transmedia del proyecto. En esta etapa, el énfasis no se sitúa en posicionar la obra como un producto competitivo de alto alcance, sino en permitir una circulación orgánica dentro de comunidades culturales y audiencias sensibles al tema.

De este modo, se espera que el mercado audiovisual digital reciba *Mateo 15* como una propuesta narrativa introspectiva que visibiliza una problemática social desde el lenguaje simbólico, sentando las bases para futuras acciones transmedia orientadas a la reflexión, el diálogo y la sensibilización social.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Los experimentos realizados tuvieron como propósito validar la propuesta audiovisual con usuarios reales, medir el nivel de comprensión del mensaje simbólico y evaluar la conexión emocional que genera el prototipo. Estas actividades permitieron comprobar qué tan claro, accesible y efectivo resultaba el conflicto representado

2.5.8 Experimentos

La encuesta realizada tuvo como propósito analizar la propuesta audiovisual con usuarios reales, medir el nivel de comprensión del mensaje simbólico y evaluar la conexión emocional que genera el prototipo. Estas actividades permitieron comprobar qué tan claro, accesible y efectivo resultaba el conflicto representado. Para esto, se mostró el prototipo a 20 encuestados, entre jóvenes y estudiantes que se identifican o conocen de cerca la realidad LGBTQ+.

En resumen, los 23 encuestados coincidieron en que el cortometraje es visualmente fuerte y conmovedor, pero señalaron que sería útil reforzar algunos símbolos o detalles que indiquen con mayor claridad el vínculo entre fe e identidad. Gracias a estas opiniones, se identificaron oportunidades para mejorar la narrativa final y hacer que el mensaje llegue mejor sin perder su estilo poético.

Tabla 1

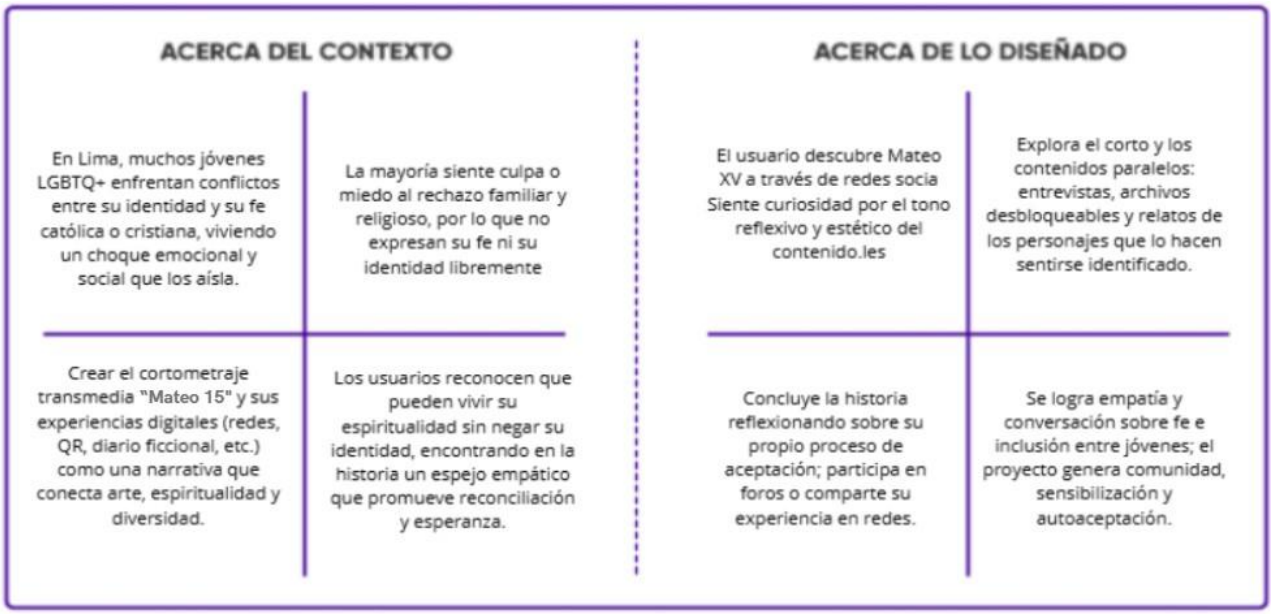


TABLA RECEPTORA

La retroalimentación obtenida muestra que *Mateo 15* logra conmover visual y emocionalmente a los espectadores gracias a su fuerza simbólica y a la coherencia de su lenguaje cinematográfico. Sin embargo, su enfoque poético invita al público a una interpretación más reflexiva, lo que puede generar cierta distancia en quienes esperan una historia directa o lineal.

Tabla 2

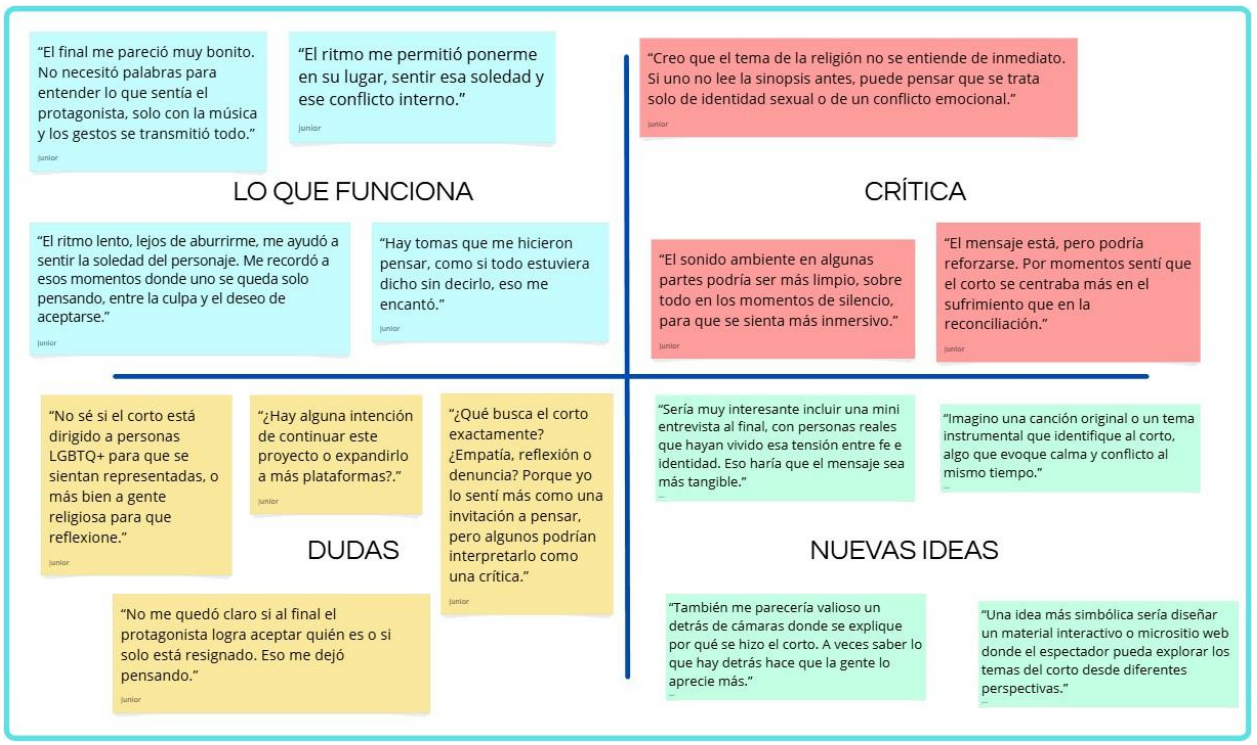


Tabla 3

TABLA DE CREACION DE CONTENIDO

¿QUÉ PROBARÁ EL PROTOTIPO?	OBJETIVOS DEL PROTOTIPO	TRABAJO DE TALLER (ELABORACIÓN)	
• La capacidad del corto + elementos transmedia para generar conciencia y reflexión • Si el usuario comprende y sigue la narrativa transmedia sin perderse. • Si los contenidos digitales son intuitivos, accesibles y emocionalmente significativos. • La calidad estética y simbólica del cortometraje como detonante emocional.	• Medir si los usuarios conectan emocionalmente con la propuesta. • Recopilar percepciones del público sobre el tono, ritmo y claridad narrativa. • Identificar mejoras en diseño visual, sonido, storytelling, interacción y carga emocional. • Determinar si los jóvenes se sienten representados o interpelados.	Recursos humanos: • Director/a del corto • Diseñador transmedia • Editor de video • Diseñador UX/UI • Guionista • Ilustrador o diseñador de piezas visuales (archivos desbloqueables) • Community manager • Equipo de pruebas con usuarios	Plan de elaboración del prototipo 1. Producción del teaser o segmento del cortometraje. 2. Sesión de testing con usuarios. 3. Recopilación de datos y entrevistas. 4. Ajustes narrativos y UX según resultados.
CONTACTO USUARIO / PROTOTIPO	• En conjunto, el público consideró que Mateo 15 tiene alto impacto emocional, pero que su narrativa simbólica todavía necesita más claridad para que el mensaje sobre fe e identidad resulte evidente. • Las reacciones evidencian que el prototipo funciona bien en sensibilización emocional, pero debe fortalecerse en orientación narrativa, para evitar interpretaciones desviadas del tema central.		

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación “Mateo 15: Representación simbólica de los conflictos de fe e identidad en jóvenes LGBTQ+ de Lima” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Inclusión Social y Diversidad Cultural, y la actividad económica de Industrias Culturales y Producción Audiovisual, y busca resolver la falta de representaciones sensibles y auténticas sobre el conflicto entre fe e identidad que viven jóvenes LGBTQ+ en entornos conservadores, teniendo como población beneficiaria a jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana que viven día a día tensiones entre su identidad y sus creencias religiosas.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados. Estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica Persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio para observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en un cortometraje simbólico y poético que utiliza la estética, la luz, el silencio y los símbolos religiosos para representar el conflicto emocional entre fe e identidad, se trata de un producto audiovisual cultural con enfoque social, cuyas características combinan impacto emocional, narrativa introspectiva, lenguaje visual minimalista y un triple balance donde destaca su

contribución social al promover diálogo, su sostenibilidad económica a través de un modelo cultural sin fines de lucro y su respeto ambiental mediante producción de bajo impacto y uso eficiente de recursos.

Para la experimentación se diseñaron prototipos audiovisuales preliminares del cortometraje, utilizados para medir la claridad del mensaje, evaluar la conexión emocional con los espectadores y validar el potencial del corto como herramienta de sensibilización. Se realizaron pruebas de visualización con jóvenes y docentes, analizando sus interpretaciones, comprensión del simbolismo y nivel de identificación. Los resultados evidenciaron impacto emocional positivo, pero también la necesidad de ajustar la narrativa simbólica para mejorar su comprensión, lo cual permitió refinar decisiones estéticas y narrativas.

Se concluye que la solución propuesta es efectiva para generar reflexión y empatía en torno al conflicto entre fe e identidad, y posee potencial como recurso cultural y educativo, y se recomienda continuar el desarrollo del cortometraje hacia su versión final, fortalecer la claridad narrativa sin perder su estética simbólica, escalar la propuesta a espacios educativos y culturales, y dar seguimiento a su recepción para futuras mejoras o expansiones transmedia.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El presupuesto de la troncal corresponde a la producción completa del cortometraje *Mateo 15*, incluyendo los costos de preproducción, producción y postproducción necesarios para garantizar un resultado audiovisual profesional y coherente con los objetivos del proyecto. Los rubros consideran honorarios del equipo técnico y artístico, logística operativa, alquiler de equipos especializados, materiales de arte y utilería, locaciones y servicios de postproducción como edición, corrección de color y diseño sonoro.

El presupuesto de transmedias reúne los gastos necesarios para crear los contenidos adicionales que acompañan al cortometraje *Mateo 15*. Estos incluyen la producción del podcast, las historias de vida para Instagram y las entrevistas o pequeñas activaciones con el público. Cada formato sirve para dar más espacio a las experiencias y reflexiones que aborda el corto, permitiendo que el mensaje llegue a más personas y se mantenga activo en diferentes plataformas. El monto total cubre lo necesario para realizar estos contenidos de forma ordenada y con buena calidad.

I. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto ha logrado consolidarse como una propuesta de innovación viable y de gran relevancia social. Primero, se validó la necesidad urgente de abordar la confluencia de fe e identidad LGBTQ+ en el contexto limeño, un vacío narrativo que afecta la salud mental de la población objetivo. Segundo, la metodología híbrida de Design Thinking y Lean Startup demostró ser efectiva, asegurando que el producto, *Mateo 15*, no solo fuera artísticamente ambicioso, sino también directamente sintonizado con el dolor y la experiencia del usuario Finalmente, el experimento de prototipado confirmó la fuerza emotiva del lenguaje simbólico, pero simultáneamente, las encuestas de la audiencia señalaron la necesidad de integrar más elementos visuales explícitos vinculados a la religión, lo cual valida la dirección artística y define el paso final para maximizar la claridad.

4.2 Recomendaciones

Se debe orientar la distribución hacia un modelo de impacto social, priorizando festivales con enfoque en derechos humanos y el circuito de ONGs y foros académicos para que el cortometraje actúe como una herramienta catalizadora de diálogo. A largo plazo, se sugiere la exploración de una plataforma de contenido asociado que pueda expandir el debate sobre diversidad y espiritualidad.

II. Referencias Bibliográficas

Castaneda, J., Poma, N., Mougenot, B., & Herrera-Añazco, P. (2023). Association between the expression of sexual orientation and/or gender identity and mental health perceptions in the Peruvian LGBTI population. International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(9), 5655. https://doi.org/10.3390/ijerph20095655

Defensoría del Pueblo. (2023). Informe anual sobre derechos humanos de las personas LGBTIQ+ en el Perú. https://www.defensoria.gob.pe/informes/informe-defensorial-no-175/

Huaroc Cabrera, V. (2023). Cine actual y representación queer: la heteronormativa fórmula de la industria cinematográfica. La Colmena, 16, 119–129. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lacolmena/article/view/27719

Ipsos Perú. (2021). Estudio sobre juventud, diversidad e inclusión social. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-11/Diversidad%20e%20inclusi%C3%B3n%20en%20el%20per%C3%BA_Patricia%20Rojas.pdf

Ministerio de Cultura del Perú. (2023). Informe de consumo cultural 2023. Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

https://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2024/06/informes-oficiales/memoriaanual2023culturafinal230524.pdf

Organización de las Naciones Unidas. (2023). Objetivos de Desarrollo Sostenible: Reducción de las desigualdades (ODS 10). https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/

Meyer, I. H. (2003). Prejudice, social stress, and mental health in lesbian, gay, and bisexual populations. Psychological Bulletin, 129(5), 674–697.

https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.5.674

Soriano-Moreno, D. R., Saldaña-Cabanillas, D., Vásquez-Yeng, L., Valencia-Huamán, J. A., Alave-Rosas, J. L., & Soriano, A. N. (2022). Discrimination and mental health in the minority sexual population: Cross-sectional analysis of the first Peruvian virtual survey. PLOS ONE, 17(6), e0268755. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0268755

III. Anexos

6.1 Informe de Turnitin

Turnitin-2022170153-ASENCIO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549063956

Fecha de entrega
24 ene 2026, 5:15 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
24 ene 2026, 5:23 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2022170153-ASENCIO.pdf

Tamaño del archivo
3.6 MB

48 páginas

6302 palabras

36.555 caracteres

turnitin Página 1 de 54 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:549063956

18% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
18% 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.

6.2 Herramientas de Toulouse Thinking

Tabla de ¿Cómo podríamos…?

¿Cómo podriamos?

Usuario	+	Necesidad	+	Insight
Jóvenes LGBTQ+ de Lima Metropolitana que viven conflictos entre su fe e identidad en contextos religiosos o familiares conservadores	Necesita	Ser representados de manera auténtica y encontrar espacios de reconocimiento emocional donde puedan reconciliar espiritualidad e identidad	porque	Estos jóvenes cargan con culpa, silencio y miedo al rechazo, pero también buscan conservar su fe y sentirse amados por quienes son realmente

¿Cómo podríamos crear una representación audiovisual que visibilice el conflicto entre fe e identidad, generando empatía y reflexión social?

¿Cómo hariamos para lograr que el público comprenda el simbolismo del cortometraje sin sacrificar su poética visual?

¿Cómo podríamos utilizar el arte audiovisual como herramienta educativa que promueva inclusión y salud emocional?

Tabla de Scamper

SCAMPER

		pregunta	solución
S	¿Qué podemos **sustituir** para...	¿Qué elementos podríamos sustituir para reforzar la claridad del mensaje?	Sustituir algunos símbolos religiosos abstractos por signos visuales más reconocibles, que hagan más evidente el conflicto espiritual del protagonista.
C	¿Qué pasaría si **combinamos**...	¿Qué pasaría si combinamos el lenguaje poético con recursos más narrativos?	Combinar planos simbólicos con pequeñas acciones concretas que conecten el significado emocional con la historia.
A	¿Cómo podemos **adaptar**...	¿Cómo podemos adaptar el corto a nuevos contextos de sensibilización?	Adaptar una versión con intervenciones breves (texto inicial o final) para su uso en espacios educativos, conversatorios o iglesias inclusivas, facilitando el diálogo posterior.
M	¿Qué podríamos **modificar**...	¿Qué podríamos modificar para hacerlo más comprensible y atractivo?	Modificar el ritmo y contraste visual en algunas escenas oscuras para que la intención emocional sea más legible y mantenga la atención del público objetivo.
P	¿Cómo podemos **aplicar**...	¿Cómo podemos aplicar este contenido fuera del cortometraje?	Crear piezas transmedia para plataformas digitales que amplíen la experiencia reflexiva.
E	¿Qué podríamos **eliminar**...	¿Qué podríamos eliminar porque distrae del conflicto central?	Eliminar transiciones o elementos visuales que no aportan directamente a la tensión entre fe e identidad, manteniendo un lenguaje más minimalista y enfocado.
R	¿Cómo podríamos **reorganizar**...	¿Cómo podríamos reorganizar el orden narrativo para generar mayor impacto?	Reordenar la progresión simbólica hacia un clímax más emocional: iniciar con calma espiritual → conflicto → liberación o búsqueda de reconciliación.

Pitch storyteller

Gancho	¿Qué es?	¿Cómo funciona?	Remate	Call to action
En Lima Metropolitana, más del 60% de jóvenes LGBTQ+ ha vivido rechazo en espacios familiares o religiosos. Muchos de ellos luchan en silencio entre lo que creen y quienes realmente son.	Mateo XV es un cortometraje simbólico que muestra ese conflicto interno entre fe e identidad. Es una propuesta que busca representar lo que muchos jóvenes sienten, pero no saben cómo expresar.	Trabajamos desde la experiencia real de nuestro usuario, analizamos su entorno, sus emociones y cómo vive esa tensión a diario. Con eso creamos un corto donde la iluminación, el silencio y los símbolos hablan por él. Probamos el prototipo con jóvenes y nos dijeron que les movió emociones fuertes y que si estarían dispuestos a compartir este contenido.	Lo que hace única a esta propuesta es la forma en que cuenta la historia, sin gritos, sin juicios, solo desde lo humano y lo íntimo. Es un relato que invita a reflexionar sin señalar a nadie.	Somos un equipo comprometido con hablar de temas que normalmente se callan. Queremos que este corto llegue a más espacios, para abrir diálogo y generar empatía. Los invitamos a apoyarnos, compartirlo y sumarse a esta conversación
Tiempo: 10-12 seg	Tiempo: 8–10 seg	Tiempo: 12–15 seg	Tiempo: 8–10 seg	Tiempo: 10 seg

6.3 Encuestas

Preguntas

1. ¿Conoces a alguien que haya experimentado conflictos entre su identidad sexual y sus creencias religiosas? *

- ○ Sí
- ○ No

2. ¿Consideras que en el Perú existe poca representación audiovisual sobre personas LGBTQ+ que también viven su fe? *

- ○ Sí
- ○ No

3. ¿Qué tan cómodo(a) te sentirías viendo un cortometraje que explore este conflicto desde un enfoque simbólico y poético? *
(1 = nada cómodo, 5 = muy cómodo)

- ○ 1
- ○ 2
- ○ 3
- ○ 4
- ○ 5

4. ¿Qué emociones crees que debería transmitir un proyecto como "Mateo XV"? *(Respuesta múltiple)*

- ○ Empatía
- ○ Reflexión
- ○ Tristeza
- ○ Identificación
- ○ Esperanza
- ○ Cuestionamiento

5. Después de ver el prototipo del proyecto, ¿Qué tan claro te quedó el mensaje principal? *
(1 = nada claro, 5 = muy claro)

- ○ 1
- ○ 2
- ○ 3
- ○ 4
- ○ Opción 5

6. ¿Te gustaría que se incluyan más elementos visuales vinculados a la religión para reforzar el conflicto interno del personaje?

- ○ Sí
- ○ No

7. ¿Consideras que un cortometraje como este puede generar reflexión sobre prejuicios y creencias en la sociedad? *

- ○ Sí, definitivamente
- ○ Sí, en cierta medida
- ○ No estoy seguro
- ○ No

8. ¿Compartirías este contenido si sintieras que toca un tema importante para ti o tu círculo social? *

- ○ Sí
- ○ Tal vez
- ○ No

6.4 Tabla de costos

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total en Soles	Total ítem en Soles	Subtotales en Soles
1	PRE PRODUCCIÓN						956
2.4	ELENCO					550	
	Diego	Días	1	230	230		
	Patrick	Días	1	80	80		
	Maria Teresa	Días	1	120	120		
	Luis	Días	1	120	120		
2.5	LOGÍSTICA					406	
	Transporte actores	Días	1	76.2	76		
	Transporte equipo de producción	Días	1	109	109		
	Alimentación (actores)	Días	1	65	65		
	Almuerzo equipo	Días	1	64	64		
	Styling	Días	1	91	91		
2	PRODUCCIÓN						29,565
3.1	EQUIPO TÉCNICO					18,600	
	Director	Días	1	500	3000		
	Asistente dirección	Días	-	1000	1000		
	Productor	Días	-	2000	2000		
	Asistente de producción	Días	-	1000	1000		
	Director de fotografía	Días	-	2000	2000		
	Asistente de fotografía	Días	-	800	800		
	Director de iluminación	Días	-	1500	1500		
	Asistente de iluminacion	Días	-	800	800		
	Director de arte	Días	-	3000	3000		
	Asistente de arte 1	Días	-	500	500		
	Asistente de arte 2	Días	-	500	500		
	Asistente de arte 3	Días	-	500	500		
	Dirección de sonido	Días	-	1500	1500		
	Asistente de sonido	Días	-	500	500		
3.2	ACTORES - HONORARIOS					300	
	Diego	Días	1	300	300		
3.3	EQUIPOS TÉCNICOS, ACCESORIOS Y MATERIALES	Días				2,400	
	Alquiler Cámara y accesorios	Días	1	1,000	1,000		
	Alquiler óptica y accesorios	Días	1	800	800		
	Alquiler paquete de luces y *grip*	Días	1	300	300		
	Discos duros u otros medios de almacenamiento	Días	1	300	300		
3.4	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO					3,191	
	Compras y alquileres utilería/escenografía	Días		2,500	2,500		
	Compras y alquileres vestuario	Días		600	600		
	Compras y alquileres maquillaje	Días		91	91		
3.5	LOCACIONES					383	
	Alquiler casa	Días	1	383	383		
	UTILERÍA					1,500	
	Utileria en total	Días	1	2,500	1,500		
	Vestimenta	Días	1	500	500		
3	POST PRODUCCIÓN						4,800
4.1	EDICIÓN					4,800	
	Montaje y Colorización	Días	-	2800	2,800		
4.2	SONIDO						
	Edición de sonido	Días	-	2000	2,000		
6	TOTAL						35,321

6.5 Presupuesto de transmedias

PRESUPUESTO DE TRANSMEDIAS							
COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total en Soles	Total ítem en Soles	
1	TRANSMEDIAS						
	TRANSMEDIA PODCAST					1,500	
	TRANSMEDIA HISTORIAS DE VIDA (INSTAGRAM)					1,000	
	TRANSMEDIA ENTREVISTAS-ACTIVACIONES					800	
	TOTAL						3,300

6.6 Evidencias rodajes





