ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Magz app: Innovación para equilibrar creatividad humana y algoritmos

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA

PRESENTADA POR

Angelo Joaquin Viviano Ramos
DNI: 72794630, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú
ORCID: 0009-0001-6908-7277

JURADO

Mateo Nuñez Hayashi Rafael
Asmat Ballen Vanessa
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, enero 2026

Informe_21429_VIVIANO.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:546483672

Fecha de entrega
15 ene 2026, 12:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 ene 2026, 8:14 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe_21429_VIVIANO.docx

Tamaño del archivo
8.2 MB

96 páginas

16.936 palabras

100.526 caracteres

4% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

2%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
3%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres, por el respaldo constante y la confianza sostenida en mis decisiones, incluso cuando el camino no era evidente. A quienes me permitieron cuestionar, explorar y sostener una visión propia sin imponer respuestas, y a los que acompañaron el proceso con paciencia y respeto por mis tiempos, entendiendo que crear también es una forma de pensar. Esta tesis existe gracias a ese espacio de libertad y confianza.

Agradecimiento

Agradezco a los docentes de la carrera por la formación crítica, conceptual y técnica que fundamentó mi desarrollo académico, en especial a la docente Fernanda Cubas Pinella, cuya enseñanza y enfoque pedagógico influyeron de manera significativa en mi forma de pensar, crear y estructurar procesos a lo largo de mi carrera. A la institución, por brindar el marco académico y los recursos necesarios para la realización de este trabajo. Finalmente, a quienes aportaron desde el intercambio de ideas, la observación y el apoyo constante, contribuyendo directa o indirectamente a la culminación de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I. Información general 9
1.1. Título 9
1.2. Resumen 9
1.3. Contextualización 11
II. Descripción de la innovación: 13
2.1. Planteamiento del problema: 13
2.2. Población beneficiaria 15
2.3. Objetivos del proyecto 15
2.4. Marco referencial 16
2.5. Proceso creativo y experimentos: 20
2.5.1. Información sobre el usuario: 21
2.5.2. Información sobre el mercado: 23
2.5.3. Concepto y propuesta de valor 32
2.5.4. Diseño de producto/servicio 37
2.5.5. Modelo de Negocio 51
2.5.6. Prototipos desarrollados 56
2.5.7. Resultados esperados 65
2.5.8. Experimentos 67
III. Estimación de costos 83
3.1. Presupuesto 83
IV. Conclusiones y recomendaciones 91
4.1. Conclusiones 91
4.2. Recomendaciones generales y mejoras para el proyecto 92
VI. Referencias 95
VII. Anexos: 96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Promedios de las preguntas con escala de likert *72*
Tabla 2 - Tabla de cálculo 1: Inversiones *84*
Tabla 3 - Tabla de cálculo 2: Servicios y materiales *86*
Tabla 4 - Tabla de Cálculo 3: Gastos de venta y administrativos *88*
Tabla 5 - Tabla de Cálculo 4:Ventas *89*
Tabla 6 - Tabla de Cálculo 5: Resultados *89*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Árbol de problemas *14*
Figura 2 – Mapa de actores *14*
Figura 3 – Arquetipo de usuario *21*
Figura 4 – Mapa de empatía *22*
Figura 5 – Ruta de conceptualización *35*
Figura 6 – Lienzo de propuesta de valor *36*
Figura 7 – Diagrama de flujo principal *39*
Figura 8 – Diagrama de flujo de publicaciones y lectura *42*
Figura 9 – Diagrama de flujo del sistema de descubrimiento curatorial *45*
Figura 10 – Modelo de negocios *55*
Figura 11 – Tablero UX *56*
Figura 12 – Creación de prototipo *57*
Figura 13 – Prototipo de baja definición 1 ..... *58*
Figura 14 – Prototipo de baja definición 2 ..... *58*
Figura 15 – Prototipo de alta definición 1 ..... *59*
Figura 16 – Prototipo de alta definición 2 ..... *60*
Figura 17 – Prototipo de alta definición 3 ..... *61*
Figura 18 – Prototipo de lata definición 4 ..... *62*
Figura 19 – Prototipo de alta definición 5 ..... *63*
Figura 20 – Tabla receptora *64*
Figura 21 – Checklist de prototipado *64*

I. Información general

1.1. Título

Magz app: Innovación para equilibrar creatividad humana y algoritmos

1.2. Resumen

El proyecto de innovación “Magz app: Innovación para equilibrar creatividad humana y algoritmos” se desarrolla en el marco del área de Competitividad y diversificación industrial, vinculándose con las actividades económicas de Información y comunicaciones y Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas. La propuesta consiste en el diseño de una aplicación digital de curaduría comunitaria que busca responder a la problemática generada por la predominancia de redes sociales basadas en algoritmos de viralidad, las cuales priorizan el consumo acelerado de contenido y reducen el control del usuario sobre los procesos de descubrimiento visual y creativo.

Magz app plantea un modelo alternativo de red social, en el que los usuarios pueden descubrir, organizar y publicar contenido visual y cultural a través de comunidades temáticas gestionadas por criterio humano (curaduría), en lugar de depender exclusivamente de recomendaciones automatizadas. La plataforma funciona como una revista digital colaborativa en tiempo real, donde los usuarios asumen un rol activo como curadores, participando en la selección, contextualización y organización del contenido que circula dentro del ecosistema digital.

La población beneficiaria está conformada por jóvenes de las generaciones Z y Alfa, entre 17 y 28 años, principalmente estudiantes, creadores y profesionales vinculados a disciplinas creativas, quienes presentan un uso intensivo de entornos digitales y una creciente insatisfacción frente a la saturación de contenido repetitivo y poco relevante. Para este público, la aplicación ofrece una experiencia de consumo visual más ordenada, reflexiva y

significativa, orientada al fortalecimiento del criterio, la identidad creativa y la participación comunitaria.

El desarrollo del proyecto se apoya en metodologías de Design Thinking y Lean Startup, priorizando la comprensión del usuario, la validación temprana y la iteración progresiva de la solución. Como parte del proceso, se elaboraron arquetipos, mapas de empatía, flujos de interacción y prototipos de baja y alta fidelidad, los cuales fueron evaluados mediante encuestas y entrevistas a usuarios del segmento objetivo, permitiendo validar tanto la existencia del problema como la aceptación de la propuesta.

Desde una perspectiva de sostenibilidad, Magz app se alinea con el enfoque de triple balance. En el ámbito social, promueve una relación más consciente con el consumo digital y fortalece la creatividad colectiva. En el aspecto económico, propone un modelo de negocio basado en suscripciones, servicios educativos y análisis curatoriales, evitando la monetización de la atención mediante publicidad algorítmica. Finalmente, en el plano ambiental, se vincula con la ODS 12: Producción y consumo responsables, al fomentar hábitos de consumo cultural más reflexivos que inciden indirectamente en la reducción de dinámicas de sobreproducción asociadas a industrias creativas como la moda y el entretenimiento.

1.3. Contextualización

En los últimos años, el uso intensivo de plataformas digitales y redes sociales ha modificado de manera significativa la forma en que las personas acceden, consumen y producen contenido visual y cultural. Estas plataformas, diseñadas principalmente para maximizar la permanencia del usuario, operan mediante algoritmos que priorizan la viralidad, la repetición de formatos y el entretenimiento inmediato. Como consecuencia, el usuario pierde control sobre el proceso de descubrimiento, se expone a flujos de contenido homogéneo y enfrenta dificultades para encontrar referencias visuales alineadas con sus intereses reales o procesos creativos.

Este escenario resulta especialmente relevante en jóvenes pertenecientes a las generaciones Z y Alfa, quienes utilizan de manera constante herramientas digitales para estudiar, inspirarse y crear. Si bien estas plataformas facilitan el acceso masivo a información visual, también generan saturación, fragmentación del proceso creativo y una relación pasiva con el contenido, donde el usuario consume más de lo que selecciona o analiza. En disciplinas creativas como la moda, el diseño, la fotografía o el arte visual, esta dinámica impacta directamente en la calidad del proceso creativo y en la construcción de criterio propio.

En el contexto peruano y latinoamericano, esta problemática se ve acentuada por la falta de plataformas digitales orientadas a la curaduría cultural y al uso educativo del contenido visual. La mayoría de redes disponibles responden a lógicas comerciales globales que no consideran las necesidades locales de formación, identidad cultural y participación comunitaria. Esto genera una brecha entre el alto consumo de contenido digital y la escasez de herramientas que permitan organizar, contextualizar y reflexionar sobre dicho contenido de manera consciente.

En este marco, el proyecto de innovación, Magz app, propone el desarrollo de una aplicación digital que funcione como una red social curada por comunidades, en la cual el contenido no se define únicamente por algoritmos, sino por la selección editorial de curadores especializados en distintos ámbitos artísticos y culturales. El rasgo innovador radica en que cualquier usuario, además de consumir contenido, puede asumir un rol de creador editorial, solicitando su participación en tableros editoriales colectivos ya establecidas o creando composiciones curatoriales propias, con la posibilidad de atraer seguidores gracias a su criterio, capacidad de selección y perspectiva estética. De esta manera, el usuario experimenta un modelo dinámico que se asemeja a crear o integrarse en revistas digitales colaborativas en tiempo real, donde confluyen comunicación, aprendizaje y entretenimiento bajo un enfoque comunitario.

La pertinencia de este proyecto se alinea con el área estratégica de Competitividad y diversificación industrial y con las actividades económicas de Información y comunicaciones, así como Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas, ya que responde a la necesidad de fortalecer la competitividad cultural y tecnológica del país mediante la innovación en industrias creativas digitales. Al mismo tiempo, busca ofrecer a los usuarios jóvenes un espacio de interacción más equilibrado y significativo, donde el uso de la tecnología se articule de manera complementaria con el desarrollo de la creatividad humana.

II. Descripción de la innovación:

2.1. Planteamiento del problema:

En la actualidad, los entornos digitales están dominados por redes sociales que priorizan la interacción inmediata y el consumo masivo de contenido determinado por algoritmos, lo cual genera una progresiva desconexión entre las personas y su capacidad de ejercer criterio propio en la construcción cultural. Esta situación se debe principalmente al diseño algorítmico orientado a maximizar la permanencia del usuario en la plataforma a través de la sobreexposición a publicidad, entretenimiento efímero y dinámicas de recompensa instantánea, desplazando la valoración del proceso creativo humano y la reflexión crítica. Como consecuencia, se produce un escenario adverso caracterizado por la saturación de información desechable, la homogeneización de contenidos y la pérdida de espacios digitales que fomenten el desarrollo de la creatividad, el razonamiento y la construcción de comunidades con identidad cultural. Esta problemática no solo limita la diversidad cultural en el entorno digital, sino que además impacta en el ámbito ambiental al cambiar dinámicas de consumo acelerado y desechable, vinculadas a la **ODS 12: Producción y consumo responsables**, en tanto la cultura digital influye directamente en patrones de compra, hábitos de consumo de moda y tendencias culturales que, al carecer de sentido y durabilidad, alimentan ciclos de sobreproducción y desecho material en industrias creativas como la moda y el entretenimiento.

Figura 1

ÁRBOL DE PROBLEMAS



CONSECUENCIAS:

- Reducción de la diversidad cultural en entornos digitales.
- Debilitamiento de la creatividad y reflexión crítica en los jóvenes.
- Consolidación de patrones de consumo poco sostenibles (ODS 12).
- Pérdida de espacios de participación cultural activa y comunitaria.

PROBLEMA CENTRAL

- Desconexión de los jóvenes con su creatividad manual y con el valor cultural de la producción artística humana, debido al dominio de algoritmos en las redes sociales.

CAUSAS

- Reducción de la diversidad cultural en entornos digitales.
- Debilitamiento de la creatividad y reflexión crítica en los jóvenes.
- Consolidación de patrones de consumo poco sostenibles (ODS 12).
- Pérdida de espacios de participación cultural activa y comunitaria.

Figura 2

MAPA DE ACTORES

ACTORES CENTRALES:

- Usuarios jóvenes (Gen Z y Alfa)
- curadores profesionales y amateurs.
- creadores culturales y artistas.

ACTORES DIRECTOS:

- Instituciones educativas y culturales
- startups creativas/tecnológicas
- empresas de moda, arte y entretenimiento.

ACTORES INDIRECTOS:

- Redes sociales tradicionales como: Instagram, X, TikTok, Pinterest
- Organismos internacionales como la ONU, UNESCO
- Consultoras de tendencias como la WGSN, etc.

2.2. Población beneficiaria

La población beneficiaria está conformada principalmente por jóvenes pertenecientes a las generaciones Z y Alfa, personas entre 17 y 28 años, caracterizados por su alta exposición a entornos digitales y, al mismo tiempo, por una creciente sensibilidad hacia la búsqueda de experiencias culturales y creativas diferenciadoras. Este grupo, integrado por estudiantes, creadores emergentes y consumidores culturales, se encuentra en una etapa de construcción indentitaria donde el acceso a contenidos significativos resulta determinante para su desarrollo personal y profesional. Asimismo, son usuarios que manifiestan interés en plataformas que aporten valor más allá del entretenimiento inmediato, privilegiando propuestas que equilibran la interacción digital con el fortalecimiento del razonamiento, la creatividad y la participación comunitaria. Al ofrecerles un espacio de curaduría colaborativa en el que puedan tanto consumir como producir y gestionar comunidades de contenido, el proyecto busca no solo responder a sus necesidades actuales, sino también potenciar su rol como agentes activos en la transformación cultural y digital del entorno contemporáneo.

2.3. Objetivos del proyecto

El objetivo de este proyecto se basa en desarrollar una aplicación digital innovadora que funcione como una red social basada en la curaduría comunitaria, orientada a generar un equilibrio entre el uso de tecnologías digitales y el fortalecimiento de la creatividad y el criterio humano, contribuyendo a la construcción de experiencias culturales significativas en jóvenes de las generaciones Z y Alfa.

- Diseñar un modelo de interacción digital en el que el usuario pueda desempeñar roles activos como consumidor, creador y curador de comunidades.

- Fomentar el acceso a contenidos de valor cultural, artístico y creativo mediante procesos de selección editorial comunitaria, diferenciados de los algoritmos convencionales de recomendación.
- Promover hábitos de consumo cultural más conscientes y sostenibles, alineados con la ODS 12: Producción y consumo responsables.
- Contribuir al fortalecimiento de la competitividad y diversificación de la industria creativa y tecnológica.

2.4. Marco referencial

Magz app se posiciona como una propuesta innovadora que toma como base antecedentes internacionales, pero introduce un modelo diferenciado al implementar la función de edición editorial y vincularla con objetivos de sostenibilidad cultural y ambiental.

2.4.1. Antecedentes teóricos

Se evidencia que la relación entre inteligencia artificial y creatividad tiene dos resultados: puede estimular la producción de ideas a nivel individual, pero también reducir la diversidad colectiva de los contenidos (Hauser & Doshi, 2024; Ashkinaze et al., 2025). En el ámbito educativo, se observa que la IA generativa impacta en la creatividad de los estudiantes, generando tanto oportunidades como limitaciones (Habib et al., 2024).

Por otro lado, estudios sobre curaduría digital destacan que los procesos de selección y organización de contenidos no son neutrales, sino que responden a criterios algorítmicos que determinan qué circula y qué se invisibiliza en las plataformas (Johnson, 2014; Tedone & Dekker, 2019). Esta situación se enmarca dentro de la denominada economía de la atención,

en la cual el exceso de información reduce la capacidad de los usuarios para ejercer criterio propio (Davenport & Beck, 2001).

Finalmente, desde la perspectiva de tendencias culturales, el pronóstico “Afinidad intencional” de WGSN proyecta que lo hecho a mano y lo imperfecto se consolidarán como un antídoto frente a la uniformidad algorítmica y el perfeccionismo de la IA, reivindicando el valor de lo artesanal y comunitario como eje de innovación (Maggioni, 2025)

2.4.2. **Casos internacionales relevantes**

- **Pinterest**: Plataforma basada en intereses personales; curaduría algorítmica, pero no completamente comunitaria.
- **Reddit**: Comunidades temáticas auto gestionadas por moderadores; fuerte componente social, pero sin énfasis en sostenibilidad cultural.
- **Medium**: Promueve escritura y curaduría de contenidos; sin embargo, se centra en artículos largos, no en formatos multimodales.
- **X (antes Twitter):** Cuenta con comunidades en las que el contenido se organiza a partir de las publicaciones de los propios usuarios y no únicamente mediante algoritmos. Sin embargo, a diferencia de la propuesta de este proyecto, la plataforma mantiene feeds separados para cada comunidad, lo que fragmenta la experiencia del usuario. En contraste a la propuesta que busca integrar diversas comunidades curadoras en un solo feed colectivo, generando un espacio más dinámico y cohesionado de interacción.
- **Cosmos:** Plataforma digital orientada a creativos que se asemeja a Pinterest al permitir la organización de referencias visuales en colecciones, con el valor añadido de contar con un sistema de búsqueda mejorado por imagen y color.

No obstante, su interfaz de usuario resulta más compleja y menos fluida en comparación con Pinterest, lo que genera una experiencia de uso menos accesible para quienes buscan rapidez y simplicidad en la navegación cotidiana.

- **Are.na:** Plataforma colaborativa semejante a Pinterest que permite coleccionar y organizar distintos tipos de contenido digital en “canales”. Su propuesta se centra en la colaboración y el trabajo creativo, alejándose de la lógica de likes o algoritmos virales. Sin embargo, gran parte de sus funciones avanzadas se encuentran bajo un modelo de pago, lo que restringe su accesibilidad, además de tener una estética que puede percibirse rígida o demasiado de nicho “retro” para un público más amplio.

Diversos estudios internacionales analizan cómo se implementan modelos de curaduría digital y el papel de la inteligencia artificial en la creatividad colectiva. Liu et al. (2025) examinan la plataforma descentralizada Mastodon, donde la ausencia de algoritmos centralizados favorece la participación comunitaria en la organización de los contenidos. En el mismo camino, Wanrong et al. (2023) presentan el caso de Cura, una propuesta que busca escalar la curaduría en redes sociales masivas, evidenciando tanto sus posibilidades como los retos para mantener diversidad en contextos de gran volumen.

En el ámbito de la innovación digital, Stanikzai y Mittal (2025) muestran que la combinación de contenido humano e IA puede aumentar el nivel de interacción y creatividad en modelos de emprendimiento, lo que plantea un camino intermedio entre lo algorítmico y lo humano. A su vez, Sun (2025) ofrece un análisis empírico sobre cómo los algoritmos afectan la atención de los usuarios y reproducen diferencias de género en la visibilidad de contenidos, lo que confirma que las dinámicas algorítmicas no son neutrales.

2.4.3. **Casos y experiencias en Latinoamérica**

- **Platzi (Colombia)**: Comunidad digital de aprendizaje, ejemplo de cómo una plataforma puede crecer a partir de curadores-expertos.
- **Crehana (Perú)**: Plataforma educativa creativa que conecta a usuarios con contenidos de valor, aunque enfocada en un formato académico.
- **Díaz Chica et al. (2021)**: En el contexto latinoamericano, Díaz Chica, Santos Fernández y Matellanes Lazo (2021) examinan la relación entre la generación Z y la creatividad en redes sociales, destacando que la juventud construye gran parte de su identidad creativa en espacios digitales. La relevancia de este proyecto muestra que, en la región, la innovación cultural ya se encuentra fuertemente mediada por plataformas, aunque sin una reflexión crítica sistemática sobre los riesgos de homogeneización que plantean los algoritmos.

2.4.4. **Consideraciones clave para el proyecto**

De la revisión de antecedentes se desprenden varias consideraciones centrales para el desarrollo de la propuesta “Magz app”. En primer lugar, se muestra que la inteligencia artificial representa un recurso capaz de potenciar la creatividad individual, pero al mismo tiempo plantea riesgos de homogeneización cultural y pérdida de diversidad en la producción colectiva (Hauser & Doshi, 2024; Ashkinaze et al., 2025). En segundo lugar, los estudios sobre curaduría digital evidencian que los procesos de selección de contenidos no son neutrales, pues responden a criterios algorítmicos y comerciales que moldean la circulación de ideas y, en consecuencia, los patrones de consumo cultural (Johnson, 2014; Tedone & Dekker, 2019; Sun, 2025).

Asimismo, los casos internacionales analizados muestran que existen alternativas al modelo algorítmico dominante, como las experiencias de curación descentralizada en Mastodon o la escalabilidad de proyectos como Cura (Liu et al., 2025; Wanrong et al., 2023). No obstante, estas iniciativas aún enfrentan limitaciones para garantizar accesibilidad, diversidad y sostenibilidad cultural en el tiempo.

En el contexto latinoamericano, investigaciones como la de Díaz Chica, Santos Fernández y Matellanes Lazo (2021) demuestran que la generación Z construye gran parte de su identidad en redes sociales, lo que confirma la necesidad de contar con plataformas que prioricen procesos creativos conscientes y colectivos.

Finalmente, las tendencias culturales globales, como el pronóstico "Afinidad intencional" de WGSN, refuerzan que la sociedad experimenta una creciente atracción por lo artesanal, lo imperfecto y lo comunitario como respuesta frente al perfeccionismo de la IA y la uniformidad algorítmica (Maggioni, 2025). Es importante considerar que esta problemática no solo limita la diversidad cultural en el entorno digital, sino que también tiene consecuencias ambientales, al reforzar dinámicas de consumo acelerado y desechable.

2.5. Proceso creativo y experimentos:

El proceso creativo del proyecto se fundamentó en la metodología Toulouse Thinking, priorizando la exploración empática con los usuarios y la identificación de necesidades no resueltas en el ecosistema digital actual. Para ello, se construyeron arquetipos representativos, se elaboró un mapa de empatía y se analizaron los hallazgos obtenidos en relación con los hábitos de consumo cultural de jóvenes pertenecientes entre la generación Z y Alfa. Estos instrumentos permitieron comprender cómo los usuarios experimentan las

plataformas digitales actuales, qué aspectos generan frustración y cuáles son las oportunidades de mejora que orientan la propuesta de valor.

2.5.1. **Información sobre el usuario:**

El usuario identificado como principal beneficiario del proyecto Magz app pertenece a la Generación Z, caracterizada por una alta exposición a entornos digitales y una búsqueda constante de experiencias culturales diferenciadas. Para representar a este grupo se diseñó el arquetipo de Valeria, 23 años, diseñadora de moda freelance residente en Lima Metropolitana, quien refleja las tensiones de un perfil creativo que interactúa cotidianamente con redes sociales pero que experimenta descontento con la saturación algorítmica y la superficialidad del contenido predominante.

Figura 3

Arquetipo de usuario

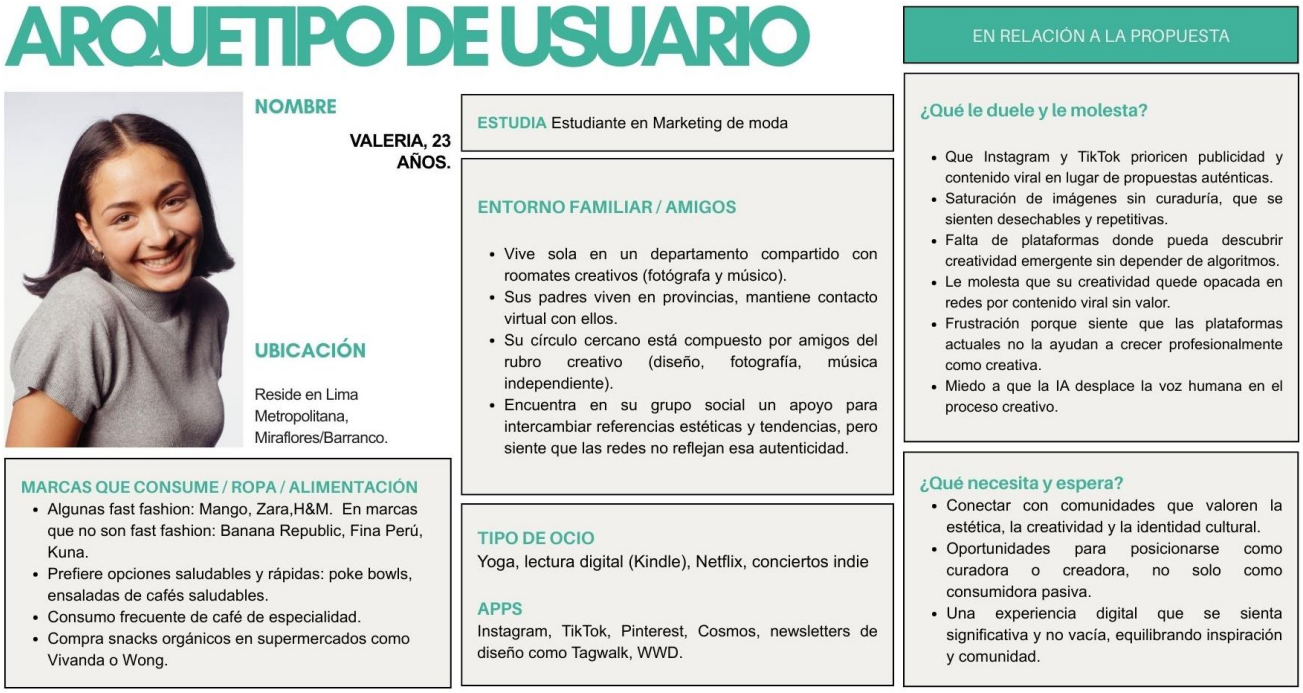


Figura 4

Mapa de empatía



El análisis de los mapas permitió reconocer que los usuarios:

- Los usuarios no solo quieren consumir, sino también
- Los jóvenes sienten que pasan mucho tiempo en redes sociales, pero la experiencia se percibe vacía: consumen contenido repetitivo, homogéneo y determinado por algoritmos que no reflejan sus intereses reales.
- Se valora cada vez más lo imperfecto, lo artesanal y lo comunitario como contrapeso a la perfección artificial de la IA y la uniformidad algorítmica. La inspiración auténtica se busca en espacios alternativos.
- Existe un desencanto con plataformas como Instagram o TikTok, donde el usuario percibe que ya no controla lo que ve. Esto genera la necesidad de recuperar el criterio humano y comunitario en la selección de contenidos.

Estos hallazgos sirvieron de base para orientar la propuesta de innovación hacia un modelo de curaduría comunitaria en tiempo real, donde el criterio humano y la participación activa se integran como ejes centrales de la experiencia digital.

2.5.2. **Información sobre el mercado:**

El público central se basa en personas del recorte de población Gen Z y jóvenes profesionales, de entre 18 y 30 años, en disciplinas visuales como moda, diseño, arquitectura o fotografía, que ya usan redes visuales, pero buscan criterio, atribución y comunidad (Díaz Chica, Santos Fernández & Matellanes Lazo, 2021). Además de docentes, escuelas y curadores independientes que requieren tableros con licencias claras para docencia, investigación y exhibición. Cómo público indirecto se presentan las instituciones culturales,

editoriales y marcas que patrocinan colecciones curatoriales con storytelling y derechos definidos.

La generalización de feeds algorítmicos prioriza retención, viralidad y publicidad, desplazando la reflexión y el proceso creativo humano hacia un consumo acelerado y homogéneo (Davenport & Beck, 2001; Johnson, 2014; Tedone & Dekker, 2019). Estudios recientes confirman que, si bien la IA puede estimular la productividad/ideación individual, en paralelo tiende a reducir la diversidad colectiva del contenido si no hay intervención humana de por medio. (Hauser & Doshi, 2024; Ashkinaze et al., 2025; Habib et al., 2024).

- **Cambio cultural a favor:**

Las tendencias señalan una preferencia creciente por lo manual, imperfecto y comunitario como antídoto frente al perfeccionismo de la IA y la uniformidad algorítmica (Maggioni, 2025). En este contexto, esta propuesta de plataforma reinstaura el criterio humano y la curaduría comunitaria ofreciendo diferenciación tangible: atribución/licencias claras, trazabilidad y sentido narrativo del contenido. Además, el pronóstico de Afinidad intencional sostiene que la belleza de lo hecho a mano y lo imperfecto surge como antídoto frente a la cultura de la IA, la uniformidad y el perfeccionismo; y que las marcas deberán construir comunidad, revalorizar la artesanía y crear productos que fomenten afinidad y propósito compartido. Esto concuerda directamente con lo presentado anteriormente como propuesta de plataforma que prioriza la curaduría humana, vínculos y atribución.

- **Barreras de entrada y mitigaciones**

El desarrollo de una plataforma editorial comunitaria enfrenta una serie de barreras de entrada vinculadas tanto al comportamiento de los usuarios como a los aspectos técnicos, legales y culturales del entorno digital actual. Estas barreras se especifican en los siguientes puntos:

Existencia de redes masivas de descubrimiento como Instagram, TikTok y Pinterest. Poseen una gran escala y hábito, pero baja trazabilidad de autores y fuerte incentivo a la viralidad, lo que alimenta homogeneidad y atención fragmentada referida a la economía de la atención ocasionando una curaduría sin principios de trazabilidad. El usuario promedio está acostumbrado a interactuar con feeds algorítmicos infinitos en plataformas como Instagram o TikTok, donde la lógica de consumo está basada en la retención y la recompensa inmediata (Davenport & Beck, 2001). Este hábito genera una fuerte resistencia al cambio, pues ofrece gratificación constante y reduce el interés por experiencias más reflexivas (Johnson, 2014; Tedone & Dekker, 2019).

La estrategia inicial del proyecto se centrará en el modelo "nicho-primero", dirigido a segmentos específicos (moda, diseño, fotografía), donde los usuarios ya buscan espacios de inspiración y profundidad estética. Al presentarse a estudiantes en escuelas de diseño, ferias culturales y archivos visuales abiertos, la plataforma podrá crear una comunidad de valor que compense la falta de volumen inicial con calidad y sentido de pertenencia. Además, la curaduría editorial y los foros comunitarios aumentarán la retención al ofrecer participación activa en lugar de consumo pasivo (Liu et al., 2025; Wanrong et al., 2023).

- **Riesgos legales de la ingesta irrestricta**

Una de las principales limitaciones técnicas y legales para una plataforma basada en imágenes es la falta de trazabilidad y atribución clara. El uso de material sin licencia o la pérdida de metadatos como autor, fecha y fuente, son problemas comunes en entornos digitales (Johnson, 2014). Esta situación no solo puede generar conflictos legales, sino que también afecta la credibilidad y legitimidad de la comunidad curatorial.

- Derechos de autor (copyright): Guardar o redistribuir imágenes sin permiso puede vulnerar derechos patrimoniales y morales (p. ej., falta de atribución, integridad de la obra).
- Condiciones de servicio (ToS) de plataformas: Muchas plataformas prohíben el scraping o la reutilización fuera de su ecosistema.
- Derechos de imagen y de publicidad: Retratos de personas identificables o marcas registradas pueden requerir consentimiento "model/property reléase" según el uso.
- Riesgo de responsabilidad secundaria: Aun si el usuario sube el contenido, la plataforma puede ser requerida a retirar material infractor y necesita un proceso formal y documentado.

Para esto Magz app implementará un sistema de ingesta responsable, donde todo contenido provenga de fuentes verificables o de usuarios que autoricen expresamente su uso. Las imágenes ingresadas por URL o mediante APIs (p. ej., Wikimedia, Flickr CC) conservarán sus metadatos originales y se etiquetarán con la licencia correspondiente. Además, se adoptará un protocolo de "notice and takedown" (aviso y retiro) que permita responder ante reclamos de derechos en menos de 48 horas, reforzando la transparencia y el cumplimiento normativo (Tedone & Dekker, 2019).

- **Moderación de contenido y calidad curatorial**

En los ecosistemas de participación abierta surgen problemas de spam, plagio y baja calidad visual. Si no se gestionan adecuadamente, estos factores deterioran la percepción de valor y generan desconfianza en la comunidad (Habib et al., 2024).

Se aplicará IA de forma asistiva, únicamente para detectar duplicados o contenido sin licencia, manteniendo siempre la supervisión humana en las decisiones curatoriales. Esta

práctica responde al modelo de curaduría socio-técnica, donde los algoritmos sirven de apoyo y no reemplazan el criterio humano (Tedone & Dekker, 2019).

- **Sora 2 como fuente de automatización**

Sora 2 fue lanzado el 30/09/25 y representa el tipo de entorno que esta propuesta de innovación intenta cuestionar: la automatización de la imaginación y el reemplazo de la sensibilidad humana por síntesis estadística. Esta app presenta cuestiones éticas como la difusión de deepfakes, deterioro de confianza en lo real vs lo generado, implicaciones para creadores visuales.

En un contexto saturado por imágenes generadas con inteligencia artificial (AIGC), donde predomina la perfección técnica, la sociedad comienza a experimentar fatiga estética y pérdida de conexión emocional con las imágenes (Maggioni, 2025). Este fenómeno coincide con lo que WGSN define como la tendencia de la “afinidad intencional”, que impulsa a los consumidores a valorar lo artesanal, lo imperfecto y lo comunitario.

El posicionamiento del proyecto se basa precisamente en esta contratendencia cultural. A través de su narrativa de “curaduría humana” y su énfasis en la procedencia, la app busca devolver autenticidad y sentido a los procesos creativos. Cada colección de imagenes se construirá de manera colaborativa y con reglas de transparencia, convirtiéndose en una respuesta directa a la automatización del gusto promovida por plataformas generativas como Sora 2.

- **Veo 3.1 como fuente de automatización**

Veo 3, presentado por Google DeepMind en mayo de 2025, constituye uno de los desarrollos más avanzados en generación de video mediante inteligencia artificial. Este modelo permite transformar texto o imágenes en secuencias audiovisuales de alta calidad,

alcanzando una fidelidad visual notable en movimiento, iluminación y profundidad de campo. En términos técnicos, representa un salto respecto a los modelos anteriores centrados en imágenes estáticas, al integrar sonido, efectos ambientales y control de estilo, acercándose a un flujo de producción audiovisual completo.

Sin embargo, Veo 3 también ejemplifica los desafíos que esta propuesta plantea para los campos creativos y culturales. Su capacidad para producir contenido con apariencia real sin mediación humana directa cuestiona la noción de autoría, autenticidad y responsabilidad ética. En este contexto, Magz App se posiciona como una propuesta contracultural frente a esa automatización creativa: En lugar de generar imágenes perfectas, promueve la creación editorial colaborativa, la transparencia de procedencia y la valorización de la imperfección como signo de autenticidad cultural.

- **Alcance esperado:**

Magz app presenta un alcance e impacto que se proyecta en tres niveles complementarios: social, cultural y geográfico, con potencial de crecimiento tanto nacional como global a largo plazo, al responder a una problemática compartida: la saturación de los entornos digitales dominados por algoritmos y la pérdida de criterio humano en la creación visual.

Alcance social: En el contexto peruano y latinoamericano, la aplicación puede convertirse en un espacio de participación cultural donde jóvenes creadores, docentes y comunidades artísticas se vinculen mediante la práctica de la curaduría colaborativa. Esto representa una alternativa educativa y social frente al consumo pasivo de redes visuales (Díaz Chica, Santos Fernández & Matellanes Lazo, 2021). Además, impulsa la creación de comunidades descentralizadas y colaborativas, donde la identidad no se define por la popularidad, sino por la calidad de la selección y el pensamiento crítico. Esta lógica contrasta

con el modelo de redes basadas en “likes” y responde a la tendencia global de los consumidores que buscan afinidad, propósito y comunidad (WGSN, 2026).

- **Alcance cultural:**

Magz no se limita a organizar imágenes, sino que propone un nuevo modo de construir memoria cultural a través de la curaduría. Cada usuario puede convertirse en mediador entre la cultura local y los discursos globales del arte, la moda o el diseño, generando un archivo vivo de sensibilidad contemporánea.

A nivel nacional, este modelo favorece la visibilización de escenas emergentes como diseñadores, artistas y fotógrafos independientes que suelen quedar fuera de los circuitos de difusión tradicionales. De este modo, la aplicación funciona como un ecosistema de legitimación cultural horizontal, donde la comunidad evalúa y resignifica las obras más allá de su origen geográfico o comercial (Tedone & Dekker, 2019).

En este contexto, la propuesta se fundamenta en el concepto de curaduría socio-técnica, entendido como la interacción entre las infraestructuras digitales (plataformas, bases de datos, interfaces) y las prácticas humanas de selección, etiquetado y legitimación del contenido. Según Tedone y Dekker (2019), la curaduría digital nunca es neutral, pues depende del diseño del sistema y de las reglas que determinan qué obras se visibilizan. Del mismo modo, Johnson (2014) sostiene que el curador contemporáneo actúa en un entorno híbrido donde los criterios estéticos se entrelazan con decisiones técnicas, como los filtros, los formatos o los algoritmos de recomendación. Bajo esta perspectiva, la app se concibe como un dispositivo socio-técnico que revela y equilibra ambas dimensiones: el criterio humano y la mediación tecnológica, promoviendo transparencia, autoría y sentido en la circulación cultural.

En el plano global, el proyecto dialoga con una tendencia creciente hacia la curaduría socio-técnica y la co-curaduría en red y, en la que los usuarios se convierten en agentes culturales activos (Johnson, 2014; Liu et al., 2025). Esto sitúa a la app dentro de las corrientes internacionales que buscan una relación más ética y participativa con el contenido digital, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4, 11 y 12) al promover educación cultural, acceso responsable y sostenibilidad en la producción creativa.

- **Alcance geográfico y proyección global:**

Aunque su implementación inicial se enmarca en el contexto latinoamericano, la problemática que aborda, la automatización del gusto y la saturación algorítmica, es un fenómeno global (Davenport & Beck, 2001; Ashkinaze et al., 2025). Por tanto, Magz posee potencial para integrarse a redes curatoriales internacionales mediante alianzas con museos, escuelas de arte y archivos de código abierto. Su alcance geográfico y simbólico se sustenta en la capacidad de integrar usuarios, instituciones y archivos internacionales mediante licencias abiertas, estándares de metadatos y criterios curatoriales comunes. De esta manera, la aplicación contribuye a la interconexión cultural entre territorios, posibilitando que creadores, curadores y estudiantes de distintos países intercambien referencias, perspectivas y sensibilidades sin barreras idiomáticas o geográficas. A nivel global, este tipo de red fortalece el principio de acceso abierto a la cultura y promueve una circulación del arte basada en la atribución, la diversidad y el respeto por la autoría.

Así Magz app, entendido como una revista digital curatorial colaborativa, se convierte en un puente entre culturas locales y narrativas globales, capaz de mostrar cómo distintas sociedades interpretan los mismos temas visuales desde su identidad y sensibilidad. A largo plazo, este alcance transnacional posiciona al proyecto como una iniciativa de curaduría

cultural descentralizada, donde la tecnología no sustituye la creatividad humana, sino que la amplifica mediante redes colaborativas que cruzan fronteras.

FODA

- **Fortalezas (internas):**

  Propuesta única de curaduría humana más diseño editorial, que se diferencia frente a redes visuales convencionales.

  Herramientas de creación de páginas visuales editadas por el usuario, lo que permite identidad estética propia.

  Función de descubrimiento estético y tableros temáticos, que favorece el contenido de exploración y profundidad.

  Foco en la lectura, observación y análisis, lo que aporta valor cultural frente al consumo superficial.

- **Debilidades (internas)**

  Dependencia inicial de una base de usuarios para generar contenido de calidad, los usuarios deben asumir rol editorial.

  Necesidad de moderación, verificación y calidad editorial, lo que implica recursos operativos significativos.

- **Oportunidades (externas)**

  Tendencia creciente de “afinidad intencional” en consumidores, que buscan autenticidad, artesanía, y experiencias visuales más profundas.

  Mercado de creadores, diseñadores, artistas digitales con necesidad de plataformas alternativas a las grandes redes y las IA generativas.

  Posibilidad de alianzas con instituciones educativas, museos, marcas culturales

para contenidos y licencias curatoriales.

Potencial monetización mediante detección de tendencias emergentes, marketplace curatorial y suscripciones premium.

- **Amenazas (externas)**

Competencia de plataformas visuales masivas o IA generativa que ofrecen creación automática de contenido y gran alcance.

Saturación de aplicaciones digitales, fatiga por nuevas plataformas entre los usuarios.

Cambios regulatorios o de derechos de autor en contenidos digitales que podrían afectar la curaduría y la redistribución de obras.

Dependencia de la calidad del contenido generado por usuarios: si no se controla, puede disminuir la percepción de valor editorial.

2.5.3. **Concepto y propuesta de valor**

Magz es una plataforma digital colaborativa que funciona como una revista curatorial colectiva guiada por sensibilidad humana, donde los usuarios seleccionan, recomiendan y comparten contenido con propósito, en lugar de permitir que los algoritmos determinen qué ver. Fundamentada en el principio del slow content, la app prioriza la calidad, el contexto y la autenticidad por encima del volumen o la viralidad. Los usuarios participan en comunidades temáticas, similares a foros o círculos curatoriales, donde pueden compartir obras, referencias o proyectos con sentido.

El proyecto surge como respuesta al contexto post-algorítmico, caracterizado por la saturación de información y la automatización de la creatividad, fenómenos que han reducido la diversidad cultural y fomentado un consumo visual superficial. Frente a este escenario, la

app propone un modelo alternativo de experiencia digital: significativa y emocionalmente saludable. Su objetivo es transformar el consumo pasivo de contenido en una práctica colectiva de descubrimiento y análisis visual, donde cada usuario actúa como curador activo de cultura digital. Así, la experiencia social se transforma en un espacio de descubrimiento reflexivo más que en un flujo automático de tendencias.

En esta red, cada usuario es un curador digital: al subir o recomendar una imagen, debe incluir la referencia mínima de origen (autor, año o fuente). Este requisito fomenta una cultura digital basada en la atribución, el respeto por la autoría y la educación visual, fortaleciendo la confianza entre comunidades.

Lienzo de propuesta de valor

El Lienzo de Propuesta de Valor sintetiza cómo la aplicación responde a las necesidades emocionales, sociales y culturales de los usuarios dentro del ecosistema digital actual. En un contexto dominado por la saturación informativa y la automatización algorítmica, los usuarios, principalmente jóvenes creadores y personas vinculadas a la cultura visual, buscan espacios donde el contenido posea significado, contexto y sensibilidad humana. Entre sus principales “jobs to be done” se encuentran: descubrir inspiración auténtica, conectar con comunidades afines, compartir su propio criterio estético y escapar del ruido repetitivo de las redes convencionales. Los “pains” identificados giran en torno a la sobrecarga de información superficial, la fatiga emocional generada por la presión de “estar al día” y la falta de espacios que fomenten reflexión y autenticidad. Frente a ello, Magz app actúa como “pain reliever” al eliminar el scroll infinito, reducir la exposición a métricas vacías y reemplazar la navegación adictiva por experiencias de descubrimiento intencional y colaborativo. De este modo, genera “gains” vinculados al bienestar digital, la pertenencia comunitaria, el desarrollo del pensamiento crítico y la apreciación estética. Finalmente, como

“gain creator”, Magz impulsa un cambio cultural al transformar el consumo pasivo en participación activa: los usuarios dejan de ser receptores de tendencias para convertirse en curadores conscientes de cultura digital, centrándose en devolver el control creativo a las personas, promoviendo una nueva cultura digital basada en la calidad, el contexto y la conexión humana. Magz app busca generar bienestar digital, fortalecer la autonomía curatorial y construir una comunidad global de descubrimiento consciente.

Figura 5

Ruta de conceptualización

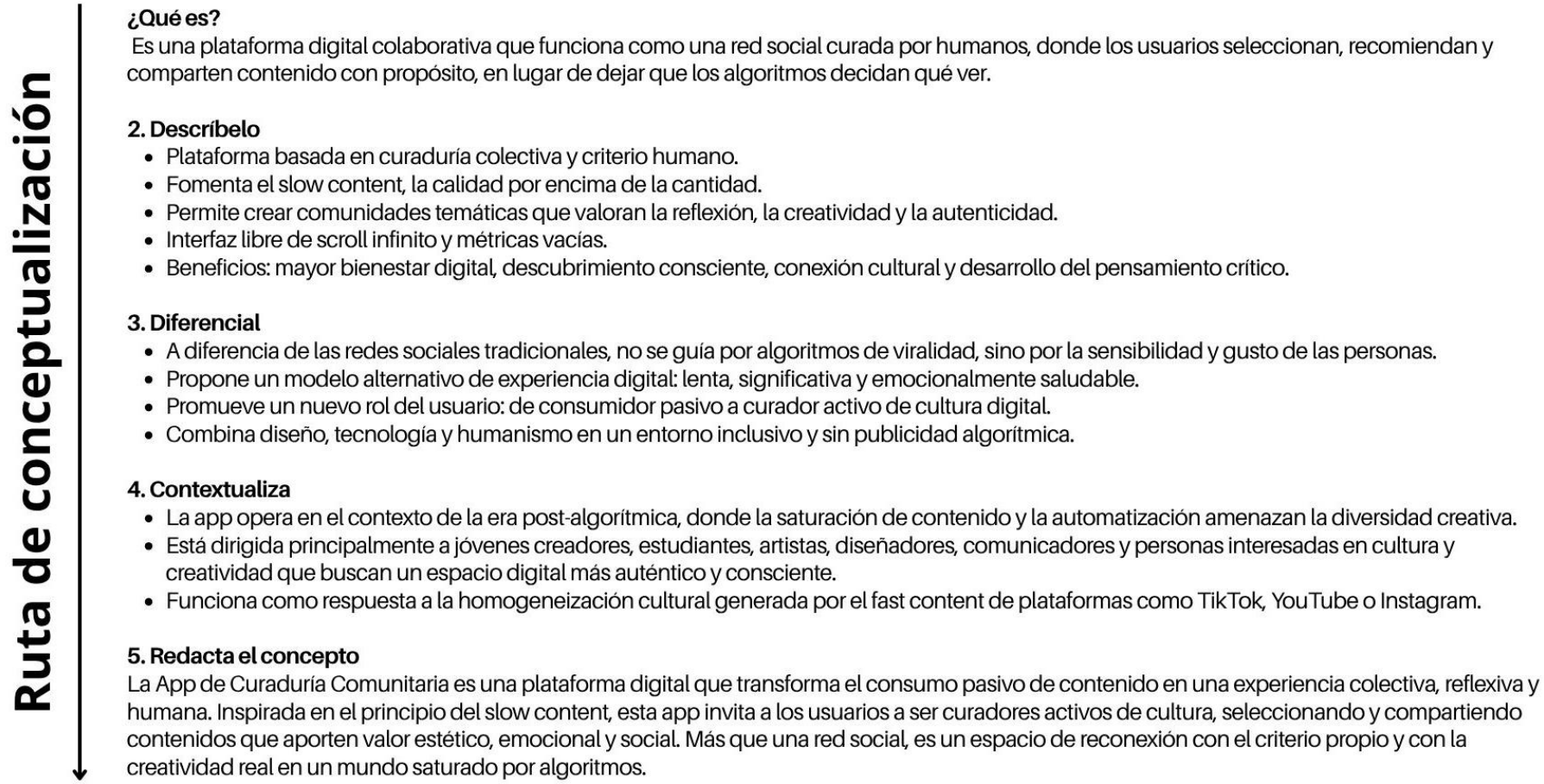


Figura 6

Lienzo de propuesta de valor



Clasificación o categoría

El proyecto pertenece a la categoría de redes sociales culturales y colaborativas, integrando tres dimensiones complementarias:

- **Social:** espacio de interacción, diálogo y pertenencia a comunidades de afinidad creativa.
- **Cultural:** promueve la curaduría colectiva como práctica de apreciación estética y preservación simbólica.
- **Educativa:** desarrolla pensamiento crítico visual y sensibilidad frente al impacto de los algoritmos en la cultura contemporánea.

Su naturaleza híbrida la posiciona entre Pinterest, por su estructura visual, Twitter, por la dinámica de comunidades, e Instagram, por el formato de feed, pero con un propósito más humano y reflexivo.

2.5.4. Diseño de producto/servicio

Su interfaz se construye en torno a una lógica visual tipo feed inspirada en Pinterest e Instagram, pero con un enfoque de comunidades temáticas similares a Twitter. Cada comunidad representa un espacio curatorial con identidad propia: puede girar en torno a una corriente estética, un movimiento artístico o un interés común, por ejemplo “Fotografía analógica”, “Diseño sostenible” o “Moda latinoamericana”. En lugar de desplazamiento infinito, el usuario navega por bloques de contenido curado, actualizados periódicamente en ciclos semanales o mensuales.

La estructura general de navegación se organiza en dos niveles de feed:

- El Feed principal (Magz Feed), donde aparecen las publicaciones de los grupos editoriales denominados “Magz” que el usuario sigue.
- El Feed secundario (Cuts Feed), de tipo visual expansivo similar a Pinterest, donde el usuario explora y guarda imágenes denominadas “cuts” según sus intereses.

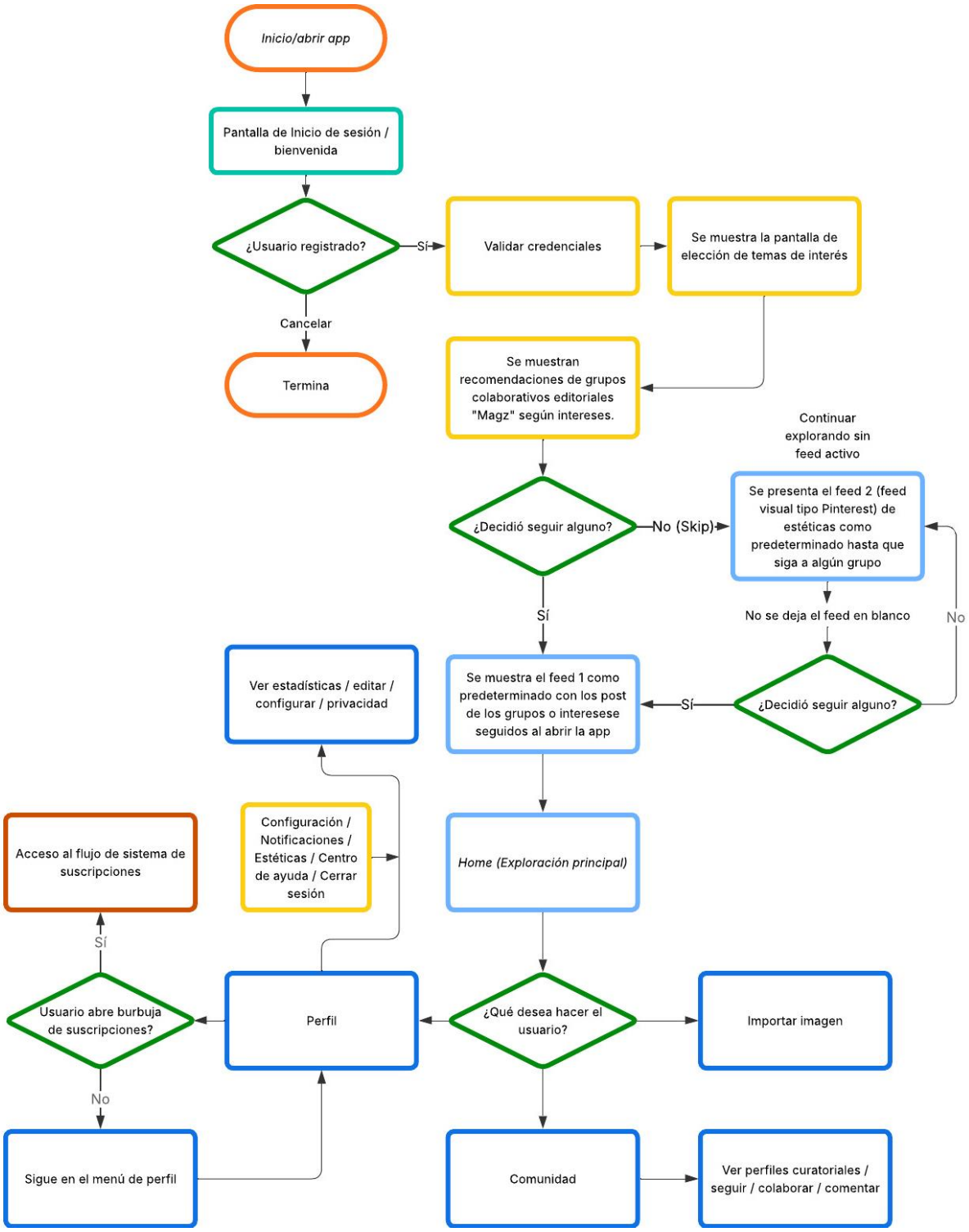
Las “Magz” son grupos editoriales creados por los usuarios, equivalentes a pequeñas revistas digitales colectivas. En ellas se publican posts de formato editorial (páginas de revista) que pueden elaborarse con material propio o con imágenes tomadas desde la galería de “Cuts”. De esta relación surge el principio “Cut it & put it in a Mag”: ya que el usuario selecciona una imagen o “cut”, la guarda en su galería personal y luego puede integrarla dentro de una publicación editorial dentro de alguna Magz.

En caso de que el usuario importe imágenes directamente desde su dispositivo para una publicación, el sistema añade automáticamente esas imágenes a su galería de Cuts, manteniendo la coherencia entre ambos flujos y sin olvidar solicitar la atribución del origen de cada archivo como si hubiera sido subido por la vía habitual.

En lugar de desplazamiento infinito, el usuario navega por bloques de contenido curado, actualizados periódicamente en ciclos semanales o mensuales. Al cierre de cada ciclo, recibe un “resumen de descubrimiento” con las publicaciones más apreciadas por la comunidad y reflexiones curatoriales colectivas.

Figura 7

Diagrama de flujo principal del "diseño de producto"



Función de publicaciones editoriales y lectura visual

Magz introduce una experiencia centrada en el acto de observar, sustituyendo el scroll automático por la contemplación de publicaciones con narrativa visual y contenido analítico. En lugar de simples publicaciones, los usuarios crean páginas editoriales: una fusión entre post visual, ensayo breve y diseño editorial.

Cada post funciona como una página de revista digital, donde el usuario integra imágenes (ya sea importadas desde Cuts o desde su dispositivo), texto y composición gráfica en una pieza unificada. De este modo, las publicaciones dentro de una Magz no son solo contenido estético, sino también discursivo: interpretan y contextualizan visualmente las tendencias, imágenes o conceptos seleccionados.

A diferencia de Pinterest o Instagram, donde la publicación se limita a la exposición de imágenes, Magz promueve una narrativa visual editorial. Los usuarios no solo comparten contenido, sino que editan, interpretan y curan lo que publican, otorgando a cada post el formato de una página editorial única. Así Magz permite diseñar publicaciones en formato de página, integrando imágenes, texto y tipografía en composiciones coherentes. La interfaz ofrece plantillas predeterminadas o la opción de crear diseños personalizados, permitiendo que cada usuario establezca su propio estilo gráfico o firma visual.

Esta función se estructura sobre una serie de componentes que redefinen la manera de crear, presentar y leer contenido visual dentro de la plataforma.

Esta función impulsa la construcción de una identidad curatorial. Cada usuario desarrolla un lenguaje visual propio mediante la elección de paletas cromáticas, tipografías, estructuras y estilos de diagramación. Este conjunto de decisiones constituye su sello editorial y lo diferencia dentro de la comunidad. De este modo, los seguidores se vinculan con los criterios estéticos y discursivos de los curadores más que con la popularidad, fortaleciendo la

comunidad en torno al criterio visual., generando una relación basada en afinidad conceptual más que en simple popularidad.

El modo de lectura visual que presenta esta función representa un cambio radical respecto a las dinámicas convencionales de interacción digital. Esta estructura busca restituir la lectura pausada y reflexiva, promoviendo un consumo cultural más consciente y alejado del impulso inmediato de deslizar y olvidar.

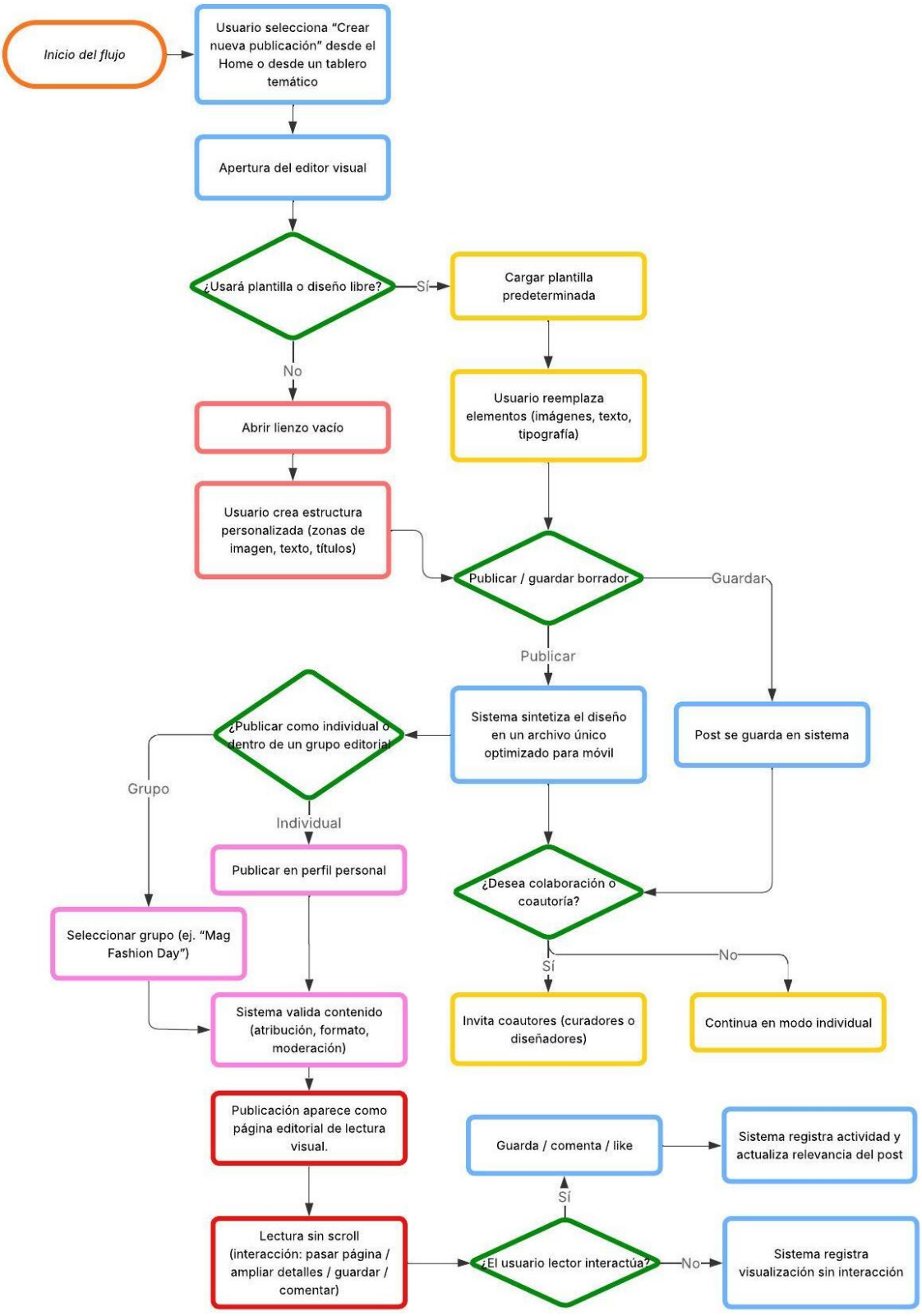
Dentro de su contexto curatorial, cada publicación se integra en una Mag, grupo editorial donde convergen autores y obras bajo una línea estética común, y puede asociarse además a tableros temáticos de la función “descubrir”, función detallada en el siguiente punto, que organiza las publicaciones en tableros temáticos o estéticos. Al ingresar en ellos, el usuario puede explorar diferentes ramas del arte, diseño o cultura visual. Por ejemplo, al acceder a un tablero como “Cyber Nostalgia” o “Neo-Futurismo Japonés”, encontrará publicaciones-editoriales creadas por distintos curadores, cada una con su propio lenguaje, pero coherente con la estética general del espacio.

Cabe mencionar que esta función en conjunto permite que dos o más usuarios colaboren dentro de un mismo Mag o tablero editorial, generando publicaciones en un mismo grupo que integran diferentes perspectivas. Este sistema de coautoría curatorial promueve el trabajo colaborativo entre curadores, diseñadores, artistas o investigadores visuales, permitiendo construir páginas editoriales compartidas, resultando en una síntesis colectiva de perspectivas, donde la diversidad de miradas enriquece el contenido y amplía la comprensión del fenómeno visual tratado.

Esta accesibilidad técnica democratiza la creación visual y amplía las posibilidades expresivas de los usuarios, quienes dejan de limitarse a compartir imágenes o textos breves para convertirse en editores de contenido visual con intención discursiva y estética.

Figura 8

Diagrama de flujo de la "Función de publicaciones editoriales y lectura visual"



Sistema de descubrimiento curatorial

Otra de las características centrales de Magz es su función de descubrimiento entendida como un espacio de exploración estética en tiempo real. A diferencia de la navegación algorítmica tradicional basada en viralidad o popularidad, esta herramienta permite al usuario descubrir nuevas ramas estéticas, artísticas o culturales curadas por personas reales y moderadas por la comunidad.

El funcionamiento se inspira en la lógica de descubrimiento de plataformas como Spotify, pero trasladada al campo visual estético y cultural.
El usuario accede a la sección “Descubrir”, que funciona como un buscador expandido o mapa curatorial. Al ingresar, se despliega una serie de “tableros curatoriales” organizados por estéticas, corrientes o movimientos artísticos, por ejemplo: “Arte asiático”, “Futurismo analógico”, “Surrealismo contemporáneo”, “Diseño latinoamericano”.

Dentro de cada tablero, el usuario puede acceder a “subtableros”, ramas más específicas o derivadas, creadas tanto por usuarios como por el propio sistema, y nutrida por publicaciones provenientes de las Magz y los Cuts de los usuarios.

Los contenidos que aparecen en estos espacios provienen de dos fuentes:

- Publicaciones originales de los usuarios (textos, imágenes, reseñas curatoriales).
- Cuts o reposts curatoriales, siempre con autoría acreditada, esta opción se posiciona como la más frecuente en comparación a apps como Pinterest.

La distribución de los contenidos dentro de los tableros se realiza mediante un sistema mixto de organización, que combina:

- Etiquetado editorial (hashtags curatoriales) definidos por los propios usuarios.

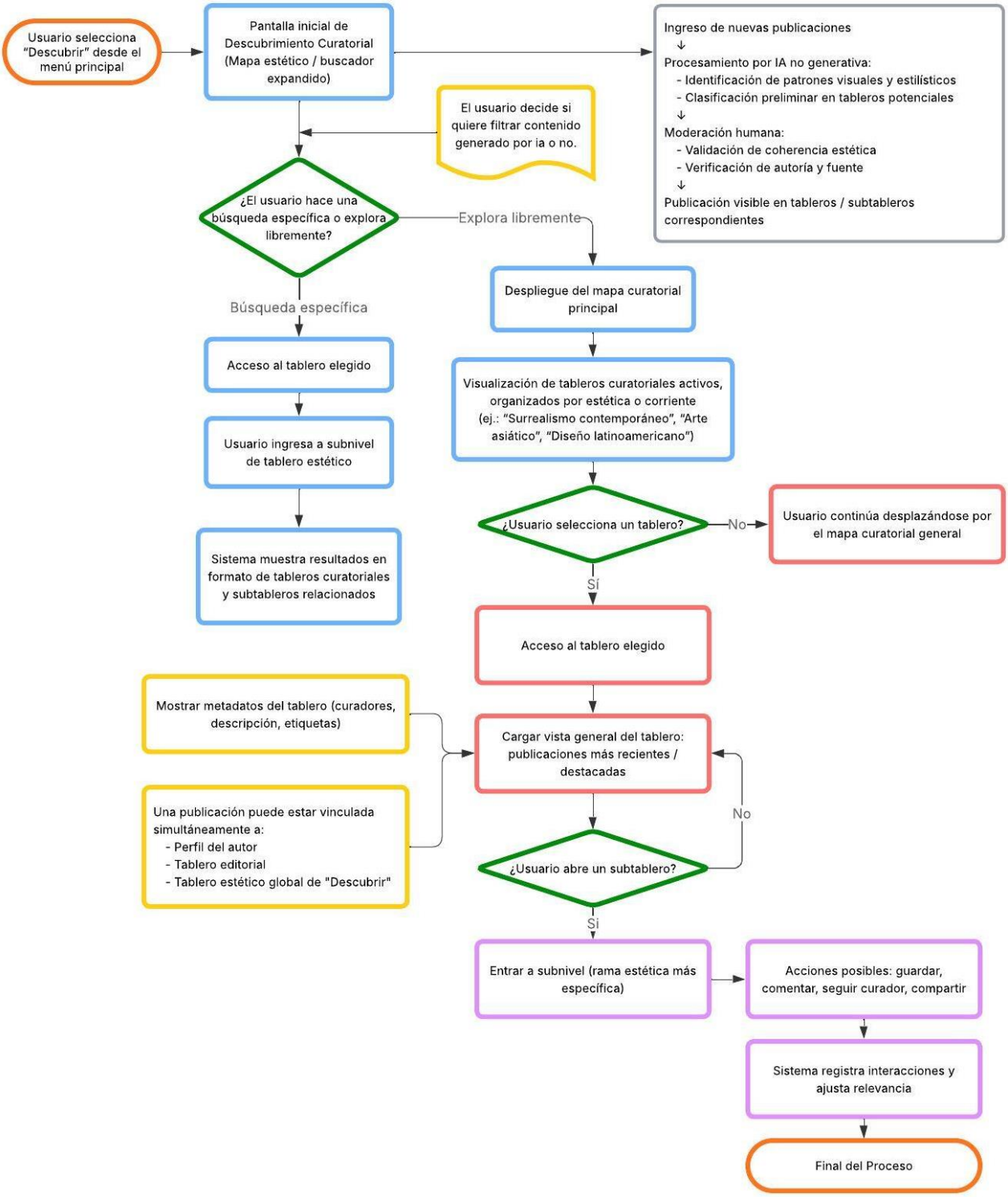
- Aprendizaje automatizado de estilos (IA no generativa) capaz de identificar patrones estéticos y distribuir los contenidos en los tableros generales correspondientes.
- Verificación humana previa a la publicación pública, asegurando coherencia visual, atribución y veracidad de origen.

De esta forma, la experiencia de “Descubrir” no se limita a una búsqueda estática, sino que se convierte en una exploración curatorial colectiva, donde los usuarios pueden conocer nuevas corrientes visuales, movimientos culturales o estilos emergentes que quizá desconocían.

El sistema permite que una misma publicación pertenezca a varios niveles de clasificación: perfil del autor, grupo curatorial y tablero estético de descubrimiento general, lo que amplía su visibilidad sin perder contexto y refuerza el carácter “editorial” de la plataforma.

Figura 9

Diagrama de flujo del "Sistema de descubrimiento curatorial"



Análisis de tendencias mensuales y emergentes

El análisis de tendencias mensuales sería una función complementaria dentro del ecosistema curatorial Magz, diseñada para convertir la observación colectiva en información de valor cultural e ingreso económico.

Cada mes, un sistema por IA podría recopilar y procesar datos provenientes de los tableros curatoriales y de las publicaciones editoriales observables, identificando cuáles estéticas, temas, movimientos o referencias visuales fueron más analizados, compartidos o reinterpretados por los usuarios. Este análisis no se basaría en la popularidad superficial de los contenidos, sino en indicadores cualitativos como el tiempo de lectura, la cantidad de interacciones discursivas o la diversidad de perspectivas curatoriales asociadas a cada tema.

El resultado sería un Informe de Tendencias Curatoriales del Mes, accesible como apartado dentro de la app. Este informe destacaría, por ejemplo, que durante determinado mes surgió un interés por la “Pasarela de Victoria’s Secret 2026”, o que aumentaron las publicaciones relacionadas con el “minimalismo textil japonés” o el “cyber-surrealismo”. Esta información tendría alto valor para escuelas de diseño, revistas culturales, marcas de moda o estudios creativos que buscan inspiración y comprensión temprana de los cambios estéticos.

El Informe de Tendencias Curatoriales del Mes será una función visible para todos los usuarios dentro de la pantalla principal de la aplicación. Se presentará de manera similar a la experiencia de “Tu año en Spotify”, mediante un banner o sección destacada que muestre las corrientes visuales, estéticas o temáticas más activas durante el último mes. El objetivo no es medir la popularidad superficial, sino reconocer qué estilos, eventos o ideas fueron más explorados y reinterpretados dentro de los tableros curatoriales.

En paralelo, se desarrollará una función avanzada de detección de tendencias emergentes mediante IA no generativa, ya que el tipo de inteligencia artificial a describir no crea contenido nuevo, sino que analiza, clasifica y detecta patrones dentro del contenido ya generado por los usuarios humanos, que analice los metadatos, etiquetas curatoriales y descripciones textuales para identificar patrones visuales o discursivos en ascenso. Además de ser exclusiva para usuarios premium o institucionales, a diferencia del informe mensual, que resume lo visible y consolidado, esta herramienta analiza metadatos, etiquetas curatoriales, palabras clave y rasgos visuales, funcionando como un radar cultural capaz de reconocer el surgimiento temprano de nuevas corrientes antes de su consolidación pública. Por ejemplo, podría detectar un crecimiento progresivo en publicaciones con estética “post-orgánica” o “tecnonatural”, incluso antes de que se conviertan en fenómenos reconocidos.

El acceso a esta información se ofrecerá mediante una suscripción avanzada que permita a profesionales, marcas o instituciones culturales acceder a reportes de proyección, alertas personalizadas y mapas visuales de evolución estética. Así, la app transformará su ecosistema en un observatorio curatorial inteligente, donde la práctica comunitaria no solo genera cultura visual, sino también conocimiento analítico y valor económico sostenible, siendo de beneficio a marcas externas mediante recomendaciones temáticas para orientar proyectos, estrategias de comunicación o desarrollo de producto.

Monetización integrada

La aplicación contempla un sistema de monetización integrada que permite a los usuarios obtener ingresos a partir de sus propias publicaciones curatoriales, siempre bajo principios de transparencia, coherencia estética y respeto por el contenido. Este modelo se orienta a reconocer el valor autoral y discursivo del curador, transformando la práctica editorial en una posible fuente de sostenibilidad personal dentro de la plataforma.

Los usuarios pueden incluir patrocinios o colaboraciones visuales dentro de sus composiciones editoriales, siguiendo un formato estético coherente con el contenido. Por ejemplo, una publicación puede incorporar una mención visual o textual a una marca o proyecto asociado, presentada dentro del mismo lenguaje gráfico del autor. Este sistema no introduce publicidad convencional, sino que plantea el patrocinio como una colaboración editorial integrada al diseño y al discurso curatorial.

La aplicación establecerá lineamientos éticos y estéticos para regular estas prácticas, evitando la saturación publicitaria o la pérdida de sentido visual. Toda publicación patrocinada deberá mantener la coherencia con el tono de la plataforma, priorizando la calidad del contenido sobre el interés comercial.

Asimismo, las colaboraciones verificadas contarán con un sello de transparencia, visible de forma discreta como “colaboración editorial verificada”. Esta distinción reforzará la credibilidad del autor y permitirá diferenciar el contenido curatorial independiente del contenido asociado a marcas o proyectos.

En conjunto, la monetización integrada permite que los curadores transformen sus páginas editoriales en espacios de colaboración profesional, preservando su autonomía creativa y consolidando un modelo económico ético dentro del ecosistema cultural y digital de la aplicación.

Triple balance

El diseño del proyecto responde al modelo de triple balance, que integra el valor social, ambiental y económico de la innovación.

- **Balance social:**

Magz fomenta una relación consciente con la tecnología, priorizando el análisis visual y la lectura pausada frente a la interacción compulsiva. Revaloriza la creatividad humana al ofrecer herramientas editoriales que democratizan la práctica curatorial, permitiendo que cualquier usuario pueda construir discurso visual con rigor estético. Promueve comunidades basadas en la colaboración y el pensamiento crítico, fortaleciendo vínculos entre generaciones creativas. La función de tableros editoriales colaborativos incentiva el trabajo interdisciplinario y la coautoría, consolidando redes culturales descentralizadas y activas.

- **Balance ambiental**

El modelo de navegación de baja intensidad reduce el consumo energético digital al eliminar el scroll infinito y reemplazarlo por ciclos curatoriales actualizados periódicamente. Magz visibiliza proyectos con enfoques ecológicos, artísticos o sociales, ampliando la conciencia ambiental desde el plano simbólico y cultural. Además, al fomentar un consumo digital más reflexivo, contribuye indirectamente a disminuir la sobreproducción material asociada al consumo estético acelerado en industrias creativas como la moda, el diseño o la publicidad.

- **Balance económico**

El balance económico se formula desde la sostenibilidad cultural, no la publicidad algorítmica. Los flujos de ingreso provienen de tres fuentes:

- Suscripciones premium e institucionales, que otorgan acceso a funciones analíticas avanzadas como la detección de tendencias emergentes mediante IA interpretativa.
- Suscripciones premium individuales que permiten un mayor alcance en la exposición del perfil individual o grupal del usuario, llegando así a más personas.
- Marketplace curatorial, donde los usuarios pueden comercializar obras físicas o digitales con licencias transparentes y trazabilidad.
- Programas y talleres presenciales, desarrollados junto a escuelas, museos y marcas culturales.

A diferencia de las redes comerciales, Magz no monetiza la atención, sino el conocimiento y la participación. El análisis mensual de tendencias, presentado gratuitamente a toda la comunidad, refuerza la transparencia y el valor educativo de la plataforma, mientras que la detección temprana de tendencias emergentes posiciona a la app como un servicio de inteligencia cultural, abriendo una nueva vía de rentabilidad sostenible basada en la información estética.

Reflexión final del diseño

Magz se plantea como una herramienta que re cablea la mirada digital y devuelve al usuario el hábito de detenerse ante una obra, leer un texto, analizar una composición o reflexionar sobre un discurso visual. De esta manera, se promueve una relación más profunda y consciente con el contenido, donde el valor no se mide por la cantidad de interacciones, sino por la calidad de la experiencia visual y cognitiva, revirtiendo los hábitos de consumo superficial que dominan las plataformas digitales contemporáneas.

Así, la innovación no reside únicamente en la interfaz o en la tecnología, sino en su objetivo cultural: recuperar el tiempo, la atención y la lectura como valores esenciales de la experiencia humana. Magz propone un nuevo modelo de interacción, en el que mirar vuelve a ser un acto de comprensión, y publicar, una forma de pensamiento visual.

2.5.5. **Modelo de Negocio**

El modelo de negocio de Magz se sustenta en la creación de una red social cultural y colaborativa que equilibra la creatividad humana con el uso consciente de la tecnología. El modelo de negocio se centra en consolidar un ecosistema curatorial sostenible, que combine propósito cultural, bienestar digital y generación de valor económico ético, donde los usuarios pueden descubrir, compartir y conectar mediante contenido visual con significado. A diferencia de las plataformas comerciales, Magz no busca monetizar la atención del usuario, sino promover bienestar digital, pensamiento crítico y comunidad creativa.

En el centro del modelo se ubica la propuesta de valor: una red social curada por humanos que transforma el consumo pasivo en participación activa y significativa. Este valor se materializa mediante tres pilares:

- Curaduría colaborativa, donde los usuarios crean colecciones y comunidades temáticas.
- Atribución y transparencia, que garantizan el reconocimiento de autores y fuentes.
- Bienestar digital, promoviendo tiempos de uso limitados, reflexión y vínculos reales.

El flujo de ingresos se genera a través de talleres y eventos curatoriales, “suscripciones premium” individuales o “suscripciones educativas y/o profesionales” para

instituciones educativas o museos, además de un Marketplace como opción futura que permita la venta ética de obras digitales o físicas con licencias transparentes. Con ello, el modelo combina sostenibilidad financiera con propósito cultural y educativo.

Segmentos de clientes:

- Usuarios creativos individuales (curadores, artistas, diseñadores, estudiantes).
- Grupos curatoriales o editoriales colaborativas.
- Instituciones educativas, museos, marcas culturales o agencias creativas que requieran acceso analítico o presencia curatorial.

Estrategia de comercialización

La estrategia de comercialización se basa en un modelo de crecimiento orgánico y colaborativo, priorizando alianzas culturales y comunidades activas en lugar de campañas publicitarias tradicionales.

El lanzamiento inicial de Magz se desarrollará a través de pilotos con universidades, escuelas de diseño y colectivos creativos, donde se validará la experiencia de usuario, la interfaz y el enfoque de slow content. A partir de esta primera fase, la app se expandirá mediante un sistema de invitaciones y embajadores curatoriales, usuarios destacados que difundirán la propuesta dentro de sus redes académicas o profesionales.

La promoción digital se apoyará en redes externas como Instagram o TikTok, pero con un enfoque de contenido reflexivo y educativo, no de publicidad masiva. Paralelamente, se realizarán alianzas con museos, archivos digitales y marcas culturales sostenibles, que aportarán legitimidad y contenido de valor.

El modelo de monetización combina tres líneas principales:

- La app cuenta con acceso gratuito a todas las funciones necesarias, no hay restricciones de uso, pero posee 3 tipos de suscripciones: individual, de grupo curatorial, y educativa/profesional para instituciones, marcas o museos.
- Marketplace curatorial, para obras físicas o digitales, con un porcentaje del costo de venta hacia la app.
- Programas educativos, como talleres, experiencias o reuniones físicas.

La comercialización, por tanto, no se limita a vender una app, sino a construir un ecosistema cultural sostenible, donde el valor económico proviene del conocimiento, la participación y la confianza colectiva.

Diferenciación del proyecto

La diferenciación competitiva de Magz se basa en su propósito: ofrecer una red social que combina el formato de plataformas visuales como Pinterest, el sentido comunitario de Twitter y la estética de Instagram, pero eliminando los aspectos más problemáticos de cada una.

- A diferencia de Pinterest, Magz no se limita a la recopilación individual de imágenes inspiracionales. El objetivo principal es crear comunidad mediante el compartir de imágenes, propiciando espacios de diálogo, colaboración y descubrimiento de ramas estéticas. Mientras Pinterest funciona como una herramienta personal de archivo visual, la app propone un entorno donde las personas interactúan, discuten y construyen sentido en conjunto, fortaleciendo la dimensión social de la cultura digital.

- A diferencia de Twitter (X), Magz no se orienta a la inmediatez ni a la confrontación de opiniones, sino a la conversación estética y cultural dentro de comunidades temáticas. La app propone un modelo de interacción más pausado y reflexivo, donde los usuarios comparten ideas visuales, conceptos o referencias creativas que invitan al diálogo y no a la reacción impulsiva.

- A diferencia de Instagram, cuyo sistema está guiado por métricas de popularidad y tendencias, Magz propone una experiencia de descubrimiento artístico, donde cada usuario tiene la misma posibilidad de visibilidad y reconocimiento. En lugar de centrarse en la exhibición personal, promueve la colaboración, la atribución y la autenticidad, priorizando la calidad del contenido y el descubrimiento sobre un algoritmo de viralidad.

Respondiendo a la visión de Philip Kotler (2003) sobre la diferenciación en la estrategia de posicionamiento por valor, la app se diferencia por:

- Beneficio funcional: una red social libre de algoritmos de saturación comercial.

- Beneficio emocional: un espacio que genera pertenencia y conexión a través de comunidades curatoriales con propósito.

- Beneficio simbólico: una alternativa cultural y ética frente a la automatización estética y el consumo visual sin contexto.

Figura 10

TABLERO MODELO DE NEGOCIO

Recursos clave

- Equipo interdisciplinario: diseñadores UX/UI, programadores, comunicadores y curadores.
- Infraestructura tecnológica: servidores de bajo impacto y bases de datos optimizadas para metadatos visuales.
- Red de alianzas: instituciones académicas, museos, archivos de contenido abierto.
- Identidad conceptual: marca sólida con propósito humanista, estética digital limpia y discurso curatorial coherente.

Actividades clave

- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma (app + web).
- Curaduría de contenido y moderación de comunidades.
- Gestión de alianzas educativas y culturales.
- Diseño de experiencias slow content y comunicación de marca.
- Investigación de tendencias culturales y comportamiento digital.

Aliados clave

- Instituciones educativas (Toulouse Lautrec, universidades de diseño).
- Museos y archivos digitales.
- Marcas culturales sostenibles que busquen visibilidad ética.
- Comunidad de curadores y embajadores creativos.

Propuesta de valor

La app ofrece una experiencia digital consciente centrada en la curaduría humana, donde las personas pueden descubrir, compartir y conectar a través de contenido visual con significado. A diferencia de las redes sociales tradicionales, no busca viralidad ni publicidad algorítmica, sino bienestar digital, pensamiento crítico y conexión emocional.

El valor principal reside en transformar el consumo pasivo de imágenes en una práctica colaborativa de descubrimiento cultural, promoviendo autenticidad, diversidad estética y autoría.

Relación con los clientes

- Comunidad colaborativa: relación horizontal entre usuarios-curadores, basada en afinidad, respeto y aprendizaje compartido.
- Soporte educativo: guías sobre curaduría, licencias, atribución y salud digital.
- Gamificación consciente: logros y reconocimientos simbólicos por participación de calidad, no por cantidad de seguidores.
- Programas de embajadores curatoriales: alianzas con creadores e instituciones que actúan como referentes de comunidad.

Segmento de clientes

- Principales: jóvenes creadores, diseñadores, artistas, comunicadores y estudiantes de arte o moda.
- Secundarios: educadores, instituciones culturales y escuelas de diseño que desean incorporar la curaduría digital en sus procesos formativos.
- Aliados estratégicos: museos, marcas culturales y plataformas con licencias abiertas.

Estos segmentos comparten una necesidad común: un espacio digital que equilibre creatividad, contexto y bienestar, donde el criterio humano vuelva a tener protagonismo.

Estructura de costes

- Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
- Servidores, almacenamiento y licencias tecnológicas.
- Diseño gráfico y comunicación digital.
- Moderación y gestión de comunidades.
- Actividades educativas, alianzas y eventos curatoriales.
- Investigación y mejora de experiencia de usuario.

Flujo de ingresos

- Talleres, eventos y programas curatoriales: actividades online/offline orientadas a formación y networking.
- Suscripción Premium Curatorial (mensual/anual).
- Suscripciones educativas para universidades y museos.
- Marketplace curatorial (venta de obras digitales y físicas).

Canales

- Aplicación móvil (principal vía de interacción y comunidad).
- Versión web para exploración y participación institucional.
- Redes sociales (Instagram, TikTok, LinkedIn) utilizadas como medios de difusión, no como canal curatorial.
- Colaboraciones con universidades, escuelas de diseño y museos para programas curatoriales o retos colaborativos.

2.5.6. **Prototipos desarrollados**

Figura 11

TABLERO UX

ACERCA DEL CONTEXTO		ACERCA DE LO DISEÑADO	
Contexto: En un entorno digital saturado por la sobreproducción de imágenes y el dominio de algoritmos generativos, los usuarios experimentan una fatiga y pérdida progresiva de conexión emocional con el contenido visual. Las plataformas priorizan la cantidad de interacción sobre la profundidad, generando hábitos de consumo pasivo y superficial.	**Problema:** Los creadores y observadores carecen de un espacio donde la experiencia visual recupere valor reflexivo. Las redes actuales no promueven el análisis, la lectura ni la procedencia del contenido, y el usuario creativo pierde protagonismo frente a la automatización algorítmica y la viralidad descontextualizada.	**Inicio:** El usuario abre la app y después de revisar su feed principal de contenido editorial, accede al explorador de estéticas, donde puede descubrir universos visuales como Cyberpunk, Gorpcore, Hyperpop, etc. Desde allí selecciona un tablero y observa más revistas, imágenes, o subestéticas relacionadas.	**Durante:** Explora revistas editoriales creadas por otros usuarios, guarda contenidos inspiradores en Cuts y participa en tableros colaborativos. El proceso es inmersivo y visualmente coherente; el usuario siente que navega una biblioteca editorial viva.
Solución propuesta: Magz App introduce una plataforma de curaduría humana y publicación editorial visual, donde cada post funciona como una página de revista. El usuario puede crear y editar, colaborando en tableros editoriales temáticos, además de poder explorar y descubrir nuevas estéticas de arte. La navegación incentiva la observación y la lectura visual, priorizando el contenido significativo sobre el volumen de publicaciones.	**Desenlace:** El usuario reconstruye su relación con lo visual, desarrollando hábitos de observación más atentos y pensamiento crítico. Las comunidades curatoriales se consolidan como espacios de aprendizaje y reflexión, y la app se convierte en un punto de encuentro entre tecnología, cultura y sensibilidad humana.	**Fin:** El usuario finaliza su sesión habiendo descubierto nuevas corrientes estéticas, publicaciones y posibles colaboraciones. La experiencia se percibe como significativa y educativa, no solo recreativa.	**Éxito:** El éxito se mide por el grado en que el usuario retoma el hábito de observar y leer visualmente, valora la procedencia de las imágenes y participa activamente en comunidades de pensamiento estético. La aplicación logra posicionarse como una alternativa cultural frente al consumo automático de imágenes, restaurando el equilibrio entre tecnología, arte y humanidad.

Figura 12

TABLA DE CREACIÓN DE PROTOTIPO

¿QUÉ PROBARÁ EL PROTOTIPO? Aspectos que nos enfocan al momento de diseñarlo.	**OBJETIVOS DEL PROTOTIPO** Lista los objetivos esperados para evaluar la experiencia de usuario.	**TRABAJO DE TALLER (ELABORACIÓN)** Lista los recursos necesarios: humanos, tecnológicos, económicos, materiales, etc; y el plan del proceso de elaboración.
El prototipo evaluará la experiencia de navegación editorial dentro de la aplicación, verificando la comprensión del usuario sobre el sistema de tableros estéticos, subestéticas y publicaciones visuales. Además, se probará la interacción y entendimiento entre las secciones Magz y Cuts, el funcionamiento del perfil personalizable y la facilidad para descubrir nuevas estéticas artísticas.	- Comprobar si el usuario comprende la lógica de navegación basada en estéticas y subestéticas. - Evaluar el nivel de engagement con los feeds Magz (revistas editoriales) y Cuts (inspiración visual). - Medir la claridad de la interfaz, la jerarquía visual y la coherencia de los íconos. - Analizar el comportamiento de exploración (búsqueda, descubrimiento, creación o seguimiento de revistas). - Recopilar retroalimentación sobre la usabilidad del diseño editorial digital.	• Illustrator • Photoshop
CONTACTO USUARIO/PROTOTIPO Anota todas las reacciones y comentarios del usuario al entrar en contacto con el prototipo, esto es clave para hacer ajustes o validar la propuesta.	Durante la prueba, los usuarios mostraron interés inmediato por el explorador de estéticas, mencionando que anteriormente habían estado buscando algo así. Se destacó el poder de personalización del perfil. Algunos usuarios propusieron incluir un sistema de "favoritos". El prototipo validó la necesidad de una plataforma que priorice la lectura visual divertida, confirmando que las personas leerían información necesaria, si el source, o alrededores del texto, es visualmente atractivo.	

- **Baja definición**

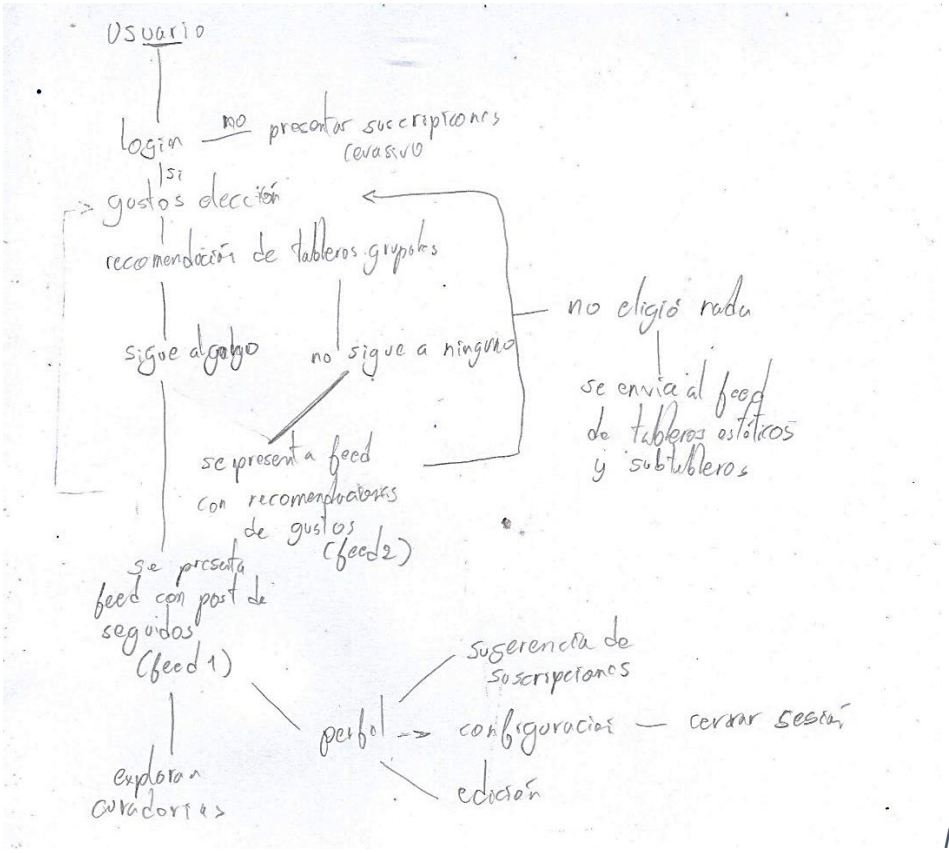


Figura 13

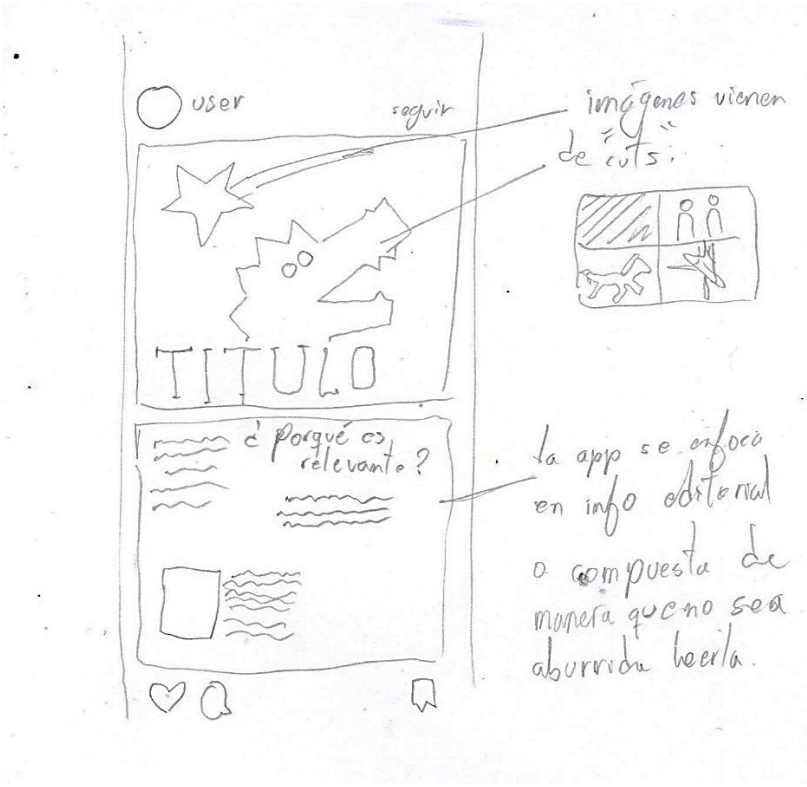


Figura 14

- **Alta definición**

Figura 15

Presentación de tipos de feeds

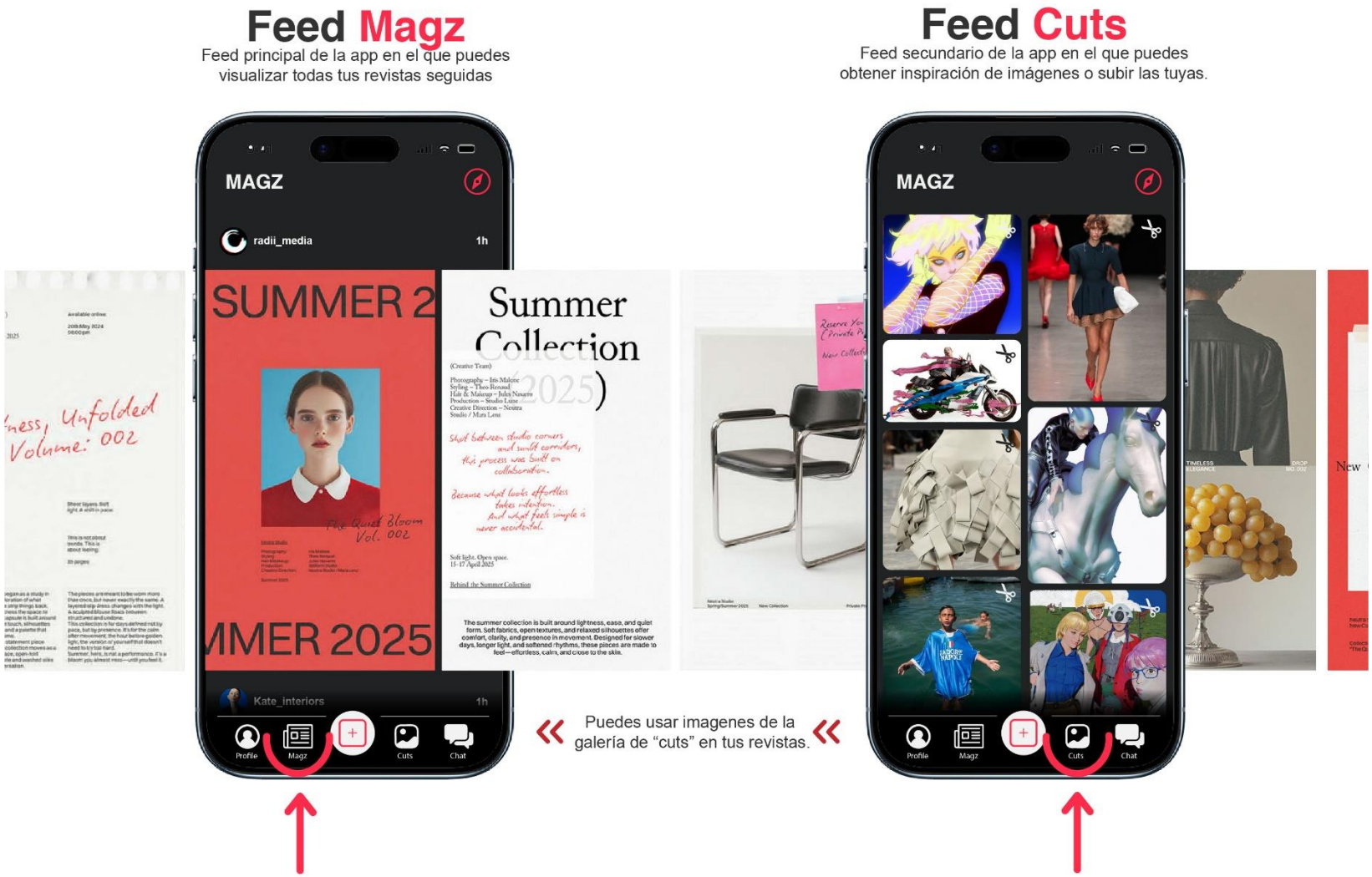


Figura 16

Presentación del explorador de estéticas

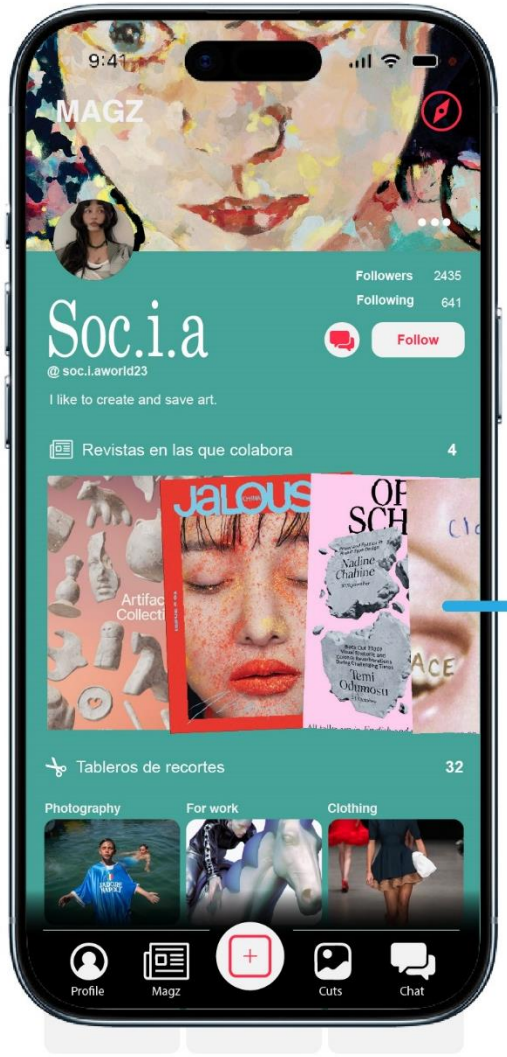


Figura 17

Apartado de perfil

El perfil es totalmente customizable, desde el color, orden, tipo de font, tamaño de font.

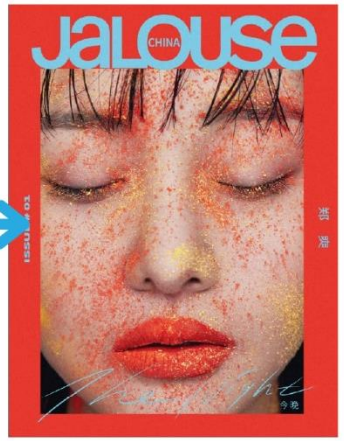
Se trata de una app para creativos, las funciones deben conectar con ellos. Aún se pueden agregar más permisos de modificación.



Dependiendo del símbolo mostrado se sabrá si la revista es colaborativa o individual:

Colaborativa

Individual



JALOUSE magazine

Magazine about asian make up.
bio

213 followers
Último post: 2 days ago.

Ver más.

Follow

El perfil muestra tanto las revistas en las que el usuario colabora o trabaja de manera individual, como también sus tableros de recortes públicos.

Al pulsar en una revista, se muestra la información de esta.

Figura 18

Presentación del buscador de seguidos



Figura 19

Presentación del buscador de seguidos



Figura 20

Tabla receptora



Figura 21

Checklist de prototipado



2.5.7. **Resultados esperados**

El resultado ideal de la implementación de Magz App es una plataforma editorial de curaduría humana, donde el usuario no solo consume imágenes, sino que las importa, contextualiza y transforma en pensamiento visual. Esta propuesta responde a la necesidad de reequilibrar la relación entre creatividad humana y automatización, en un entorno dominado por la producción masiva de contenido generado por inteligencia artificial (AIGC). Según Ashkinaze et al. (2025), si bien la IA puede potenciar la ideación individual, su uso generalizado sin mediación humana tiende a reducir la diversidad cultural y estética, fenómeno que Magz busca contrarrestar mediante la curaduría colaborativa y el criterio colectivo.

Al ingresar al mercado, la aplicación aspira a posicionarse como una alternativa cultural y educativa frente a las redes sociales basadas en desplazamiento infinito y algoritmos de viralidad. En contraposición a la lógica de la atención superficial (Davenport & Beck, 2001), Magz propone una experiencia de slow content, donde la interacción se centra en la lectura, la observación y la reflexión sobre las imágenes. Esta visión se alinea con lo descrito por Maggioni (2025) en los reportes de tendencias de WGSN, que identifican un cambio de paradigma hacia la “afinidad intencional”: la búsqueda de productos, plataformas y comunidades que prioricen lo artesanal, lo imperfecto y lo humano frente a la perfección técnica de la inteligencia artificial.

En su etapa inicial, se prevé que Magz App atraiga principalmente a comunidades creativas de artistas, diseñadores, fotógrafos, investigadores visuales y estudiantes interesados en recuperar la profundidad estética y discursiva del entorno digital. Estos primeros usuarios operarán como agentes de posicionamiento cultural (Johnson, 2014), configurando una comunidad pionera que funcione como base simbólica del proyecto. A través de sus tableros

y publicaciones colaborativas, la app busca generar un nuevo modelo de participación digital donde el valor se mida por la coherencia y el aporte reflexivo, no por la cantidad de interacciones o seguidores.

Una vez consolidada la comunidad base, la implementación de sistemas de publicaciones editoriales y tableros curatoriales colaborativos permitirá activar dinámicas de aprendizaje interdisciplinario y producción de conocimiento compartido. Esta forma de editoriales colaborativas responde al enfoque de Tedone y Dekker (2019), quienes plantean que la curaduría digital es un proceso socio-técnico no neutral, donde el diseño de la plataforma y las decisiones comunitarias moldean la cultura visual que se produce y circula. En ese marco, Magz App se proyecta como un observatorio visual contemporáneo, capaz de ofrecer análisis interpretativos de tendencias estéticas mediante algoritmos asistivos que actúan bajo supervisión humana, tal como sugieren los modelos de Habib et al. (2024) sobre el uso ético de IA en entornos educativos y creativos.

Se busca construir una comunidad que valore la procedencia, la autoría y el contexto de las imágenes como parte esencial del proceso creativo y educativo. Coincidiendo con la visión de tendencias culturales señaladas por WGSN (2026–2027), que anticipan una transición global hacia la revalorización de la procedencia, la trazabilidad y el contenido con alma humana. A largo plazo, la app pretende reeducar los hábitos de atención y consumo estético, fomentando una interacción más consciente, sostenible y emocionalmente saludable entre tecnología, arte y humanidad. En este sentido, Magz App encarna la transición hacia un ecosistema post-algorítmico donde la tecnología no sustituye la creatividad humana, sino que la amplifica mediante la colaboración y la sensibilidad colectiva (Tedone & Dekker, 2019; WGSN, 2026).

2.5.8. **Experimentos**

En esta sección se documentan los experimentos diseñados para validar tres puntos de Magz: el problema, la deseabilidad del producto y los criterios funcionales que esta herramienta debe cumplir con los usuarios. Se emplearon dos métodos complementarios: una encuesta estructurada de tipo cuantitativo - descriptivo y una entrevista semiestructurada de carácter cualitativo - exploratorio que evidencia las implicancias prácticas y los vacíos concretos que Magz podría cubrir desde la perspectiva de una profesional.

El cuestionario combina preguntas cerradas estructuradas, las cuales permitieron identificar patrones de uso, plataformas predominantes, frecuencia de búsqueda visual y hábitos existentes de consumo de referencias, una pregunta abierta exploratoria, que permitió recoger mejoras concretas o funciones esperadas desde la perspectiva del propio usuario, y un conjunto central de ítems con escala de valoración evaluados mediante una escala Likert del 1 al 10 que aportaron mediciones comparables sobre frustraciones, expectativas funcionales y valoraciones del ecosistema visual actual. Los 3 ítems fueron utilizados para medir el grado de acuerdo del usuario frente a aspectos clave: interferencia algorítmica, saturación de contenido, pérdida de control sobre el descubrimiento visual, interés por herramientas editoriales y utilidad percibida de alternativas no basadas en scroll constante. El diseño permitió obtener datos comparables, detectar patrones y cuantificar la presencia del problema.

La entrevista por otra parte, dirigida a una profesional docente del sector creativo de diseño en modas, buscó profundizar en cómo estas limitaciones afectan procesos reales de trabajo, ya sea en ella misma o en los hábitos que logra ver en sus propios alumnos, qué soluciones utilizan actualmente y qué criterios determinan la adopción de una nueva

herramienta. La estructura semiestructurada permitió obtener relatos y descripciones técnicas sin perder la linealidad necesaria para la comparación con la encuesta.

2.5.8.1. Encuestas:

La encuesta aplicada corresponde a un instrumento cuantitativo - descriptivo diseñado para validar tres aspectos centrales del proyecto:

- La existencia del problema relacionado con la interferencia algorítmica en la búsqueda de referencias visuales.
- La deseabilidad de una herramienta curatorial alternativa.
- La disposición real de uso y pago por funciones editoriales avanzadas.

La encuesta fue aplicada de manera digital, utilizando un formulario estructurado que se distribuyó a usuarios con hábitos activos de búsqueda visual. El formato permitió una recolección rápida y ordenada de respuestas, manteniendo consistencia en la información obtenida. La participación fue asíncrona, sin intervención del investigador durante el proceso, lo que asegura que las respuestas reflejen la experiencia personal de cada usuario sin influencia externa.

El instrumento fue completado por usuarios de entre 18 y 24 años, pertenecientes principalmente a perfiles académicos y creativos, todos con uso frecuente de plataformas como Pinterest e Instagram. El formulario incluía preguntas cerradas, ítems con escala de valoración evaluados mediante una escala Likert de 1 a 10, y una pregunta abierta final, lo que permitió combinar métricas cuantitativas con observaciones cualitativas mínimas. El llenado promedio tomó pocos minutos, lo que favoreció la tasa de finalización y permitió obtener un conjunto consistente de datos para el análisis.

- **Lista de preguntas e ítems de valoración para la encuesta:**

1. Edad
2. Ocupación principal
3. ¿Con qué frecuencia haces uso de búsqueda de referencias visuales?
4. Plataformas que usas para inspiración visual generalmente
5. “Las redes sociales me muestran contenido repetitivo o no relevante.”
6. “Pierdo tiempo filtrando contenido que no me interesa cuando busco referencias.”
7. “Me cuesta encontrar imágenes alineadas a mis intereses sin interferencia del algoritmo.”
8. “El exceso de contenido rápido (doom scrolling) afecta mi capacidad de analizar imágenes con profundidad.”
9. “Siento que no tengo control sobre lo que las redes sociales deciden mostrarme.”
10. “Las plataformas actuales priorizan entretenimiento sobre contenido visual de calidad.”
11. “Cuando busco inspiración, termino consumiendo contenido que no buscaba.”
12. “Las plataformas visuales actuales están saturadas y fragmentan mi proceso creativo.”
13. “Me interesa una plataforma donde el algoritmo que se encarga del contenido esté guiado por las comunidades a las que sigues y tus propios gustos.”

14. “Valoro ver contenido visual seleccionado por expertos o comunidades creativas.”
15. “Me interesa una plataforma donde pueda explorar páginas editoriales en lugar de posts rápidos.”
16. “Me resulta atractivo comunicar y compartir mi propia perspectiva sobre temas de mi gusto en redes.”
17. “Guardar imágenes (‘cuts’) para usarlas y compartirlas en composiciones (‘magz's’) me parece útil.”
18. “La idea de tener un feed visual más lento y contemplativo me resulta atractiva.”
19. “Me gustaría contar con herramientas para construir mis propias páginas editoriales sin software complejo.”
20. “Usaría una aplicación que mejore las funciones de mis moodboards actuales.”
21. “Preferiría usar una app que ordene mis imágenes sin guardar en el tablero o sub tablero correspondiente automáticamente por mí.”
22. “Me gustaría que mis creaciones sean visibles para una comunidad que valora el análisis artístico.”
23. “Considero útil una experiencia menos caótica que el scroll infinito.”
24. “Me interesa que la app se integre con mis flujos de trabajo (Drive, Behance, Figma, etc.).”
25. “El estilo visual influiría en mi decisión de uso.”
26. “¿Has pagado por la versión premium de alguna app anteriormente?”

27. “Estaría dispuesto a pagar por funciones avanzadas o herramientas editoriales.”

28. ¿Qué función, característica o mejora debería tener esta app para que realmente la uses? (pregunta abierta)

- **Resultados:**

  - **Frecuencia de uso de referencias visuales y sus plataformas**

La sección de frecuencia de uso muestra que los participantes mantienen una relación altamente activa con la búsqueda de referencias visuales. El 80.9% utiliza estas plataformas de manera diaria o varias veces por semana, lo que confirma que la exploración visual no es una actividad ocasional, sino una práctica constante integrada en sus rutinas creativas, académicas o profesionales. Este nivel de recurrencia implica que cualquier problema asociado al algoritmo, la saturación o la falta de control, repercute directamente en su productividad y en la calidad de sus procesos de inspiración. La presencia de un uso intensivo valida que este público no solo consume imágenes, sino que depende de ellas, por lo que la mejora de la experiencia visual representa una necesidad real y no un deseo superficial. Esta frecuencia elevada constituye la base para justificar el desarrollo de una herramienta que optimice, ordene y haga más eficiente la búsqueda visual diaria.

Además, se evidencia que los usuarios dependen de múltiples entornos digitales para construir sus referencias, con un predominio claro de Pinterest en el 57% de las combinaciones registradas. La mayoría no utiliza una sola plataforma, sino mezclas como Pinterest, Instagram y TikTok, lo que revela un proceso creativo fragmentado, disperso y condicionado por lógicas algorítmicas distintas en cada espacio. Este comportamiento confirma que las herramientas actuales no ofrecen una experiencia suficientemente completa ni organizada, obligando al usuario a saltar entre aplicaciones para compensar carencias

funcionales. La diversidad de combinaciones también muestra que el usuario no encuentra una plataforma capaz de centralizar su búsqueda visual sin ruido, publicidad o interferencia algorítmica.

- **Indicadores de problemas algorítmicos (Escala Likert 1–10)**

Se calcularon los promedios de todos los ítems (21 respuestas por ítem).

Tabla 1

Promedios de las preguntas con escala de likert

Indicador evaluado	Promedio (1–10)	Interpretación
Pérdida de tiempo filtrando	**5.57**	Problema recurrente y molesto.
Dificultad para encontrar contenido alineado	**6.38**	El algoritmo no refleja los intereses reales.
Doom scrolling afecta análisis	**7.29**	El consumo acelerado deteriora la profundidad.
Falta de control del feed	**6.19**	Sensación fuerte de descontrol algorítmico.
Plataformas priorizan entretenimiento sobre calidad	**7.19**	Se percibe deterioro del valor visual.
Consumo de contenido no buscado	**7.14**	El algoritmo desvía la intención del usuario.
Fragmentación del proceso creativo	**5.86**	La experiencia creativa se siente caótica.
Interés en algoritmos guiados por comunidades	**7.43**	Alta deseabilidad de filtros humanos/comunitarios.
Valor por contenido curado por expertos	**7.95**	Aprecian la curaduría como solución superior.
Atractivo del formato editorial	**7.19**	El formato no-lineal de páginas genera interés.
Atractivo de comunicar perspectiva personal	**6.90**	Buscan espacios para expresar criterio.
Utilidad de guardar cuts/magz	**7**	Fuerte apoyo al modelo de Magz.
Atractivo del feed contemplativo	**6.90**	Existe deseo de menor velocidad y más sentido.
Herramientas editoriales accesibles	**6.48**	Necesitan facilidad sin software complejo.
Mejoras a moodboards actuales	**7.90**	Insatisfacción con herramientas existentes.

Orden automático de imágenes	**7.86**	El usuario quiere automatización, no más caos.
Visibilidad ante comunidad con criterio	**6.38**	Interés en ecosistemas con valor cultural.
Experiencia menos caótica que el scroll	**7.81**	Rechazo explícito al scroll infinito.
Integración con flujos de trabajo	**7**	Necesidad de interoperabilidad profesional.
Influencia del estilo visual	**7.71**	La estética es decisiva para adopción.
Pagó premium antes	**4.5**	
Pagará funciones avanzadas	**4**	

Los resultados de los ítems tipo Likert muestran un patrón claro entre los participantes en el que una gran parte experimenta problemas reales en las plataformas visuales actuales, aunque la intensidad de esos problemas varía según el aspecto evaluado. Indicadores como doom scrolling (7.29), consumir contenido que no buscaban (7.14), priorización del entretenimiento sobre calidad (7.19) y la percepción de saturación y caos (7.81) revelan que una parte significativa de los participantes identifica que el algoritmo afecta su proceso creativo, reduce la profundidad de análisis y limita su capacidad para encontrar referencias relevantes. Otros problemas se perciben como moderados, como la dificultad para encontrar imágenes alineadas a sus intereses (6.38) o la sensación de falta de control sobre el feed (6.19), lo que sugiere que, si bien existe frustración, no todos los aspectos generan el mismo nivel de impacto.

Por otro lado, los indicadores asociados a la solución propuesta por Magz presentan puntuaciones consistentemente altas: el valor asignado a contenido curado por expertos (7.95), el interés en plataformas guiadas por comunidades (7.43), la utilidad de los magz y cuts (7.10), las mejoras a moodboards actuales (7.90) y la preferencia por experiencias menos caóticas (7.81) demuestran una fuerte afinidad hacia herramientas que ofrezcan orden,

selección humana, estructura editorial y reducción del ruido visual. Incluso elementos como el estilo visual (7.71) y la integración con flujos de trabajo profesionales (7.00) son valorados positivamente, lo que refuerza la necesidad de una plataforma diseñada con estética clara y compatibilidad técnica.

En cuanto a la disposición económica, los valores son más bajos (4.50 y 4.00), lo cual es consistente con el comportamiento de usuarios jóvenes y creativos: muestran apertura al pago solo si el valor percibido es evidente, funcional y superior a lo que ya ofrecen las redes gratuitas. Esto no invalida el modelo premium, pero indica que la monetización debe centrarse en funciones avanzadas y no en el acceso básico.

En conjunto, las cifras muestran que el problema central, la saturación, ruido algorítmico y falta de control, es reconocido por los usuarios, y que las soluciones que plantea Magz, la curaduría humana, estructura editorial y navegación menos caótica, tienen una aceptación alta. Entonces, los datos cuantitativos validan la pertinencia del proyecto y muestran que existe un segmento que valora profundamente una alternativa organizada y significativa frente al consumo visual acelerado.

- **Pregunta abierta: funciones o mejoras esperadas**

Finalmente, las respuestas de la pregunta abierta permiten identificar necesidades específicas que no emergen con la misma claridad en los ítems cerrados. Los participantes mencionan de forma recurrente la necesidad de orden automático, mejor categorización, algoritmos menos invasivos, también herramientas para adherir imágenes propias y una reducción del ruido visual que interfiere en el proceso creativo. Estas solicitudes coinciden directamente con las fallas detectadas en las plataformas actuales: desorganización, saturación, repetición y falta de control sobre el flujo de contenido.

Estos comentarios revelan que el usuario no busca una red social más, sino un sistema que facilite el pensamiento, la selección y la construcción de criterio. Entonces, la pregunta abierta confirma que las expectativas del usuario están alineadas con la propuesta central de Magz, validando la necesidad de una herramienta, no solo red social, que aporte claridad, estructura y sentido en la gestión de referencias visuales.

2.5.8.2. Entrevista

La entrevista realizada corresponde a un método cualitativo - exploratorio, diseñado para profundizar en la percepción de una profesional del ámbito creativo respecto al problema, la necesidad y la propuesta conceptual del proyecto. A diferencia de la encuesta, este instrumento permitió obtener respuestas detalladas, con matices, ejemplos y reflexiones que no pueden captarse mediante datos cuantitativos. Se empleó una guía semiestructurada de preguntas, organizada en bloques temáticos: validación del problema, validación de la necesidad, validación conceptual, experiencia de uso, impacto cultural y sostenibilidad a largo plazo. Esto permitió orientar la conversación sin limitar la amplitud de las respuestas.

La entrevista se desarrolló de forma presencial, en un entorno que permitió el diálogo continuo y la aclaración de contextos y conceptos técnicos en cada pregunta. La profesional entrevistada cuenta con experiencia en docencia, comunicación y gestión de moda, e innovación de productos, lo que le permitió analizar el comportamiento del usuario, la lógica algorítmica y los retos de las plataformas digitales actuales desde una perspectiva aplicada. Su participación aportó un entendimiento profundo sobre cómo se experimentan las problemáticas en la práctica y qué criterios determinan la adopción o el rechazo de nuevas soluciones digitales.

- **Resultados de la entrevista:**

Las respuestas obtenidas en la entrevista permiten identificar cómo una profesional del ámbito creativo entiende el problema, la necesidad y la viabilidad conceptual de Magz. La entrevistada ofreció respuestas extensas y detalladas. A continuación, se presenta la síntesis estructurada de los resultados, organizada según los bloques de validación definidos.

- **Validación del problema:**

La entrevistada confirma que la abundancia de contenido sí afecta la capacidad del usuario para identificar información relevante, pero resalta que este impacto depende tanto del tipo de contenido como del nivel de conciencia del usuario respecto a su propio algoritmo. Señala que el exceso de publicaciones sin valor, impulsadas por la lógica de cantidad, termina generando un entorno donde el usuario "pasa, pasa, pasa" sin intención clara.

Se visualiza la pérdida de criterio como un fenómeno derivado de la falta de educación o conciencia sobre cómo se alimenta dicho algoritmo, lo que conlleva a tener una mala o poco sana estructura algorítmica, que actuando en función de la actividad previa del usuario, esta hace que el mismo se acostumbra a evaluar el contenido mostrado por popularidad o impacto inmediato mas no por su calidad, relevancia o aporte cultural.

Respecto al **valor cultural**, la docente entrevistada plantea una posición ambigua. Afirma que el algoritmo sí contribuye a que circulen principalmente contenidos ligeros, repetitivos o sin profundidad, lo que puede degradar la calidad cultural del entorno digital. Sin embargo, también indica que muchos usuarios utilizan las redes para distraerse o desconectarse, no para formarse ni para consumir material culturalmente significativo. Por ello, considera que la pérdida de valor cultural no es total, sino un efecto parcial que depende del tipo de usuario y de la intención con la que cada persona utiliza las plataformas.

- **Validación de la necesidad**

La docente entrevistada concuerda en que sí hay personas que buscan espacios digitales más ordenados y seleccionados, aunque identifica que estos grupos son nichos reducidos, mayormente de áreas de diseño. Incluso cuando existen alternativas a Pinterest, la mayoría termina usando “lo más conocido” por familiaridad, rapidez, o saturación de funciones y mal diseño en las apps opuestas.

Sobre **un espacio curado por personas**, considera que la necesidad podría existir, pero cuestiona si el valor humano puede competir con la velocidad de la inteligencia artificial en la actualidad y aún más en el futuro. Afirmó que la clave sería definir con precisión las diferencias que existirían entre el aporte de un curador humano junto a lo que no podría aportar una IA.

En cuanto a **los problemas urgentes del contenido actual**, destaca la saturación, la falta de criterio, la dificultad para educar el algoritmo propio y la pérdida de control sobre el tipo de contenido que se recibe. La saturación de estímulos dificulta que el usuario pueda distinguir entre contenido valioso y popular, y la lógica algorítmica distorsionada, rápida y basada en interacción, limita su control sobre lo que ve, impidiéndole moldear su feed hacia intereses reales. Como resultado, el usuario consume referencias desordenadas, pierde profundidad en su análisis visual y desarrolla hábitos de selección basados en inmediatez.

- **Validación conceptual de Magz**

Sobre los **riesgos y beneficios de incluir curadores reales**, también explica que todo depende de si la intervención humana logra aportar un diferencial claro frente a la selección automatizada. Señala que la curaduría humana solo tiene valor cuando introduce criterios que la IA no puede reproducir completamente: sensibilidad estética, lectura contextual, interpretación cultural, intención narrativa o capacidad para conectar ideas desde la experiencia. En cambio, si la participación humana se limita a clasificar contenido de forma mecánica, la inteligencia artificial será siempre más rápida, más amplia y más eficiente. Esto implica que la presencia de curadores humanos no debe justificarse por romanticismo, sino por su capacidad de generar un tipo de selección que no se base únicamente en patrones de datos, sino en criterio explícito, coherencia temática y construcción de sentido. Entonces, la curaduría humana funciona solo si aporta profundidad y significado, no si intenta competir con la velocidad operativa de un algoritmo, que es básicamente la diferenciación final que se busca para la propuesta Magz.

Respecto a si **un espacio editorial puede competir con algoritmos**, reconoce que sería complejo competir directamente, pero sí ve viable una competencia indirecta si la propuesta se orienta hacia usuarios que ya muestran cansancio del scroll infinito y que valoran experiencias visuales más lentas, estructuradas y coherentes. Entonces un formato editorial, al funcionar a través de páginas, temas y curaduría explícita, no busca reemplazar al algoritmo en velocidad, sino ofrecer una alternativa basada en sentido, selección y claridad. En ese marco, no es necesario igualar el alcance de una red social masiva; basta con consolidar un nicho estable que priorice calidad por encima de viralidad y que encuentre en Magz un entorno donde la navegación y el descubrimiento responden a criterio humano, no a popularidad automática, para así expandir el reconocimiento de la app.

Sobre la **transición del scroll pasivo**, indica que solo se reduce cuando el contenido tiene valor. Explica que el hábito del desplazamiento rápido no es simplemente una costumbre superficial, sino una respuesta adaptativa al exceso de estímulos y a la estructura misma de las plataformas actuales, que están diseñadas para impulsar consumo veloz y decisiones automáticas. En ese contexto, el usuario solo frena cuando identifica información que le resulta significativa, útil o estéticamente consistente con sus intereses, lo que sugiere que la profundidad del contenido influye directamente en el tiempo de atención. Cuando ese valor no existe, el usuario continúa avanzando sin procesar, reforzando el ciclo de consumo acelerado. Entonces, reducir el scroll pasivo no depende de forzar al usuario a cambiar su comportamiento, sino de ofrecerle motivos reales para detenerse.

- **Validación del modelo de interacción y experiencia**

La entrevistada considera posible que algunos usuarios sí estarían dispuestos a asumir un rol más activo dentro de una plataforma, como el de curadores o editores, siempre que el entorno esté claramente diseñado para facilitar esa participación sin complejidad adicional. Explica que la aceptación depende de tres factores: la claridad del propósito, la simplicidad de las herramientas y la percepción de que su aporte tiene un impacto real en la construcción del espacio. Si la plataforma se siente como una red social tradicional, donde el usuario es un consumidor pasivo y el algoritmo toma las decisiones, el rol de curador no tendría sentido ni utilidad. Sin embargo, si el diseño hace evidente que el usuario puede ordenar, seleccionar y construir páginas editoriales que influyan en la experiencia colectiva, aumenta la motivación por participar. Añade que la estética y el diseño visual son claves para diferenciar un espacio editorial: jerarquías claras, estructura basada en composición, ausencia de elementos caóticos y una presentación más cercana a una revista que a un feed infinito.

También advierte que el exceso de funciones o la interfaz pesada son errores comunes en plataformas alternativas, lo que demuestra que la facilidad de uso es determinante para que los usuarios adopten un modelo más activo. Un espacio saturado o difícil de navegar anula cualquier intención editorial, aún si la app promete mejoras. En cambio, una experiencia clara y coherente puede convertir el acto de curar en una actividad natural. Entonces, el modelo de interacción basado en curaduría humana solo es viable si la plataforma logra una experiencia simple, ordenada y visualmente orientada al criterio, no al consumo impulsivo.

- **Validación del impacto cultural**

La docente entrevistada plantea que el problema no es únicamente la abundancia de contenido superficial, sino la forma en que las plataformas condicionan la relación del usuario con la información. Hoy, la mayoría de redes premia la interacción impulsiva y reduce la exposición del usuario a materiales que requieren interpretación o lectura consciente. Esto produce un entorno donde la cultura se percibe como entretenimiento breve y no como un espacio de construcción de significado. Además, enfatiza que el impacto cultural no depende solo del material publicado, sino de cómo la plataforma organiza y presenta el conocimiento, y de cómo esa organización redefine los hábitos de lectura e interpretación del usuario. Si una plataforma logra sostener coherencia estética, criterio curatorial y constancia temática, puede convertirse en un espacio donde el usuario reconfigura su manera de consumir imágenes.

Finalmente, la entrevistada sostiene que una plataforma basada en curaduría humana y enfoque editorial puede convertirse en un referente cultural siempre que mantenga propósito, rigor y claridad de identidad, no buscando reemplazar a las redes masivas, sino llenando un vacío que ellas no están diseñadas para cubrir. Entonces, el impacto cultural de Magz no

radica en competir con la viralidad, sino en ofrecer un entorno donde la cultura se practica, se interpreta y se organiza con mayor profundidad.

- **Validación de sostenibilidad a largo plazo**

  Sobre los errores que cometen proyectos digitales alternativos, menciona:

  - Interfaces complicadas.
  - Exceso de funciones difíciles de usar.
  - Baja claridad de propósito.
  - Falta de posicionamiento estratégico.
  - Dificultad para diferenciarse de lo ya establecido.
  - Ausencia de una estrategia fuerte de comunicación y adopción.

Señala que muchas plataformas alternativas fracasan no por la idea, sino por errores estructurales en la ejecución, el diseño y la estrategia de posicionamiento. En primer lugar, identifica que la mayoría intenta diferenciarse ofreciendo “más funciones”, lo que genera interfaces cargadas, pesadas o confusas que terminan agotando al usuario. Esta saturación funcional suele ser interpretada como complejidad innecesaria y se vuelve un obstáculo directo para la adopción, especialmente en entornos donde la simplicidad es clave. También destaca que muchas aplicaciones carecen de un propósito nítido y no logran comunicar con claridad para qué existen o qué problema resuelven mejor que las plataformas dominantes; esta falta de dirección debilita su atractivo y dificulta que los usuarios entiendan por qué deberían migrar.

Además, resalta que la sostenibilidad requiere un equilibrio entre diferenciación conceptual y facilidad de uso. Las plataformas que exploran nichos creativos suelen caer en

propuestas visualmente interesantes, pero poco prácticas, mientras que otras más funcionales fallan en construir identidad. Para sostenerse, la aplicación debe tener un diseño lo suficientemente intuitivo como para que cualquier usuario pueda entrar y operar sin curva de aprendizaje, pero también lo suficientemente distintivo como para que no parezca una copia simplificada de las redes ya existentes

La entrevistada menciona que la falta de una estrategia de comunicación robusta es otro error habitual: muchas alternativas no invierten en el posicionamiento correcto, no definen claramente a su nicho, o no aprovechan mecanismos de difusión, como colaboraciones, educación al usuario o vocerías clave, lo que limita su visibilidad y crecimiento.

Finalmente, recalca que un producto alternativo solo puede sostenerse si responde a una necesidad auténtica con precisión, coherencia y consistencia a lo largo del tiempo. Sostener una propuesta editorial exige continuidad estética, claridad conceptual y un fuerte enfoque en el valor humano que la plataforma pretende ofrecer, de manera que su relevancia no dependa de una moda temporal, sino de una utilidad estable.

- **Resumen de encuestas y entrevista**

Las respuestas obtenidas en la entrevista permiten confirmar que los problemas identificados en la investigación no son teóricos ni aislados, sino experiencias reales y recurrentes dentro del uso cotidiano de plataformas visuales. La docente entrevistada ofrece una visión objetiva que reconoce la eficiencia del algoritmo, pero también evidencia sus límites: saturación, pérdida de criterio, dificultad para moldear el feed y ausencia de espacios donde el contenido se organice por valor y no por popularidad. Asimismo, valida que existe un nicho de usuarios que busca entornos más ordenados, coherentes y temáticos, aunque advierte que solo una propuesta con claridad conceptual, simplicidad operativa y un

diferencial humano explícito podría satisfacer esa necesidad. Sus respuestas también muestran que un formato editorial no compite con el algoritmo en velocidad, sino en significado, y que su impacto cultural depende de crear condiciones que incentiven pausa, lectura y criterio. Finalmente, identifica que la sostenibilidad de una plataforma alternativa exige propósito claro, diseño accesible y una estrategia de posicionamiento consistente, lo que confirma que Magz puede ser viable siempre que ejecute su propuesta con precisión, identidad y enfoque en el valor humano que busca rescatar.

III. Estimación de costos

3.1. Presupuesto

Las inversiones iniciales se definieron bajo un criterio de funcionalidad estricta y mínima para validar el proyecto en su primera versión. Se priorizaron únicamente aquellos componentes indispensables para asegurar el despliegue técnico, la identidad digital y el registro formal del producto. La cobertura del presupuesto inicial se plantea mediante la participación en hackatones y programas de innovación realizados en el contexto peruano, tales como: la “Hackathon de Tecnologías Digitales del Ministerio de Educación (MINEDU), orientada a soluciones tecnológicas aplicadas a educación y cultura digital; la AI Hackathon Perú, enfocada en el desarrollo de prototipos que integran inteligencia artificial como soporte funcional; y el Innovathon “Launch with AI” de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), dirigido a proyectos que utilizan IA para resolver problemáticas contemporáneas mediante productos digitales innovadores. Estos eventos permitirían cubrir costos asociados al diseño UX/UI, desarrollo de un prototipo funcional, herramientas digitales y hosting básico.

Dado que esta primera fase del proyecto se centra en la validación funcional del producto y en la demostración de su viabilidad técnica y conceptual, el monto de inversión se mantiene coherente con los costos calculados en el documento, sin depender de ingresos comerciales ni financiamiento privado en etapas tempranas.

En cuanto a las piezas principales, el hosting anual y el dominio .com establecen la infraestructura básica sobre la cual operará la plataforma, garantizando estabilidad, disponibilidad y una dirección web profesional. El registro de marca responde a una necesidad legal de protección frente a futuros conflictos por propiedad intelectual. El desarrollo del MVP (Producto Mínimo Viable) mediante servicios freelance, se eligió porque permite obtener una versión operativa inicial sin asumir los costos fijos de un equipo interno; este mecanismo acelera la validación temprana del producto y mantiene un riesgo financiero controlado. El diseño UI/UX, diseño de interfaz y experiencia de usuario que define cómo se ve la plataforma y cómo interactúa el usuario con ella, se incluyó como inversión estratégica, por tratarse del componente que define la experiencia de uso y evita fricciones en una etapa donde la retención es crítica. Finalmente, la publicidad inicial contempla un monto mínimo para activar las primeras pruebas de adquisición, necesarias para medir comportamiento, interés real y primeras tasas de conversión. Todas las partidas fueron calculadas según precios de mercado actual y enfocadas en cubrir solo lo esencial para iniciar operaciones sin sobrecostos.

Tabla 2

Tabla de cálculo 1: Inversiones

I. INVERSIONES

Materiales / Servicios Iniciales	Cantidad	Precio (S/)	Total sin IGV	Total con IGV
Hosting anual	1	120	120	141.60
Dominio .com	1	60	60	70.80
Registro de marca (Indecopi)	1	535	535	631.30
Desarrollo del MVP (freelancer)	1	5	5	5,900.00
Diseño UX/UI básico	1	800	800	944.00
Publicidad inicial	1	200	200	236.00
TOTAL	-	-	6,715	7,923.70

3.2. Costos de producción

Los costos de producción se estructuraron considerando únicamente los servicios y mantenimientos indispensables para sostener el funcionamiento continuo del MVP (Producto Mínimo Viable). Se diferenciaron dos grupos: servicios básicos digitales y materiales digitales asociados al mantenimiento técnico. Los servicios básicos como hosting, base de datos, CDN para imágenes e internet de alta capacidad, representan la infraestructura mínima para asegurar estabilidad en la carga de contenidos, tiempos de respuesta consistentes y almacenamiento suficiente para el flujo visual que requiere la plataforma. Estos montos se mantuvieron uniformes mes a mes para reflejar un costo operativo estándar de un producto digital en etapa temprana. Los costos asignados a los servicios de hosting, de Cloudflare y/o Amazon Web Services, responden a tarifas reales de mercado para proyectos en fase inicial. Ambos proveedores utilizan modelos de precios estandarizados basados en consumo, donde los valores considerados corresponden a planes básicos y recursos mínimos necesarios para operar un MVP (Producto Mínimo Viable): almacenamiento, CDN (Content Delivery Network.), transferencia de datos y rendimiento estable. Las cifras utilizadas se encuentran dentro de los rangos habituales que cobran estas plataformas para entornos de baja escala y coinciden con los montos facturados comúnmente en implementaciones equivalentes.

El bloque de “materiales digitales” incorpora los elementos de mantenimiento técnico necesarios para asegurar que el MVP (Producto Mínimo Viable) permanezca funcional sin interrupciones. La optimización del sistema y el mantenimiento del backend, capa interna del sistema donde se gestionan los datos, la lógica del negocio y el funcionamiento técnico que no ve el usuario, se consideraron como tareas recurrentes de bajo volumen, pero críticas para corregir fallos, ajustar cargas de tráfico y sostener la estructura del servicio. El total de costos fijo y homogéneo responde a la etapa exploratoria del proyecto, donde aún no existen variaciones significativas por escalamiento o personal adicional.

Tabla 3

Tabla de Cálculo 2: Servicios y materiales

II. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Servicios básicos digitales

Costo de Servicios Básicos (Digital)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Hosting básico	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Base de datos (Firebase/Atlas)	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
CDN + almacenamiento de imágenes	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Internet WIN 1 Gbps	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
Total Servicios Básicos	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184

Costo de "Materiales Digitales"

Costo de Mantenimiento	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Optimización del sistema	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Mantenimiento del backend	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Total de Materiales	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130

Gastos Indirectos	No existen para una app.
	0
	Valor: s/0

Gastos Directos	
Servicios Básicos Digitales	**Monto (S/.)**
Hosting	20
Base de datos	15
CDN + almacenamiento	10
Internet WIN 1 Gbps	139
Subtotal Servicios Básicos	184
Mantenimiento Digital	
Optimización técnica	50
Mantenimiento backend	80
Subtotal Mantenimiento	130
TOTAL GASTOS DIRECTOS	314 S/.

TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN POR MES:

Rubro	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Servicios	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184
Mantenimiento	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
TOTAL COSTOS	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314

La inclusión de gastos indirectos se dejó en cero porque la plataforma aún no opera como una aplicación completa; por tanto, no existen costos adicionales como servidores ampliados. Estos cálculos buscan reflejar un modelo ajustado, funcional y realista para una prueba de concepto, sin inflar presupuestos iniciales ni comprometer recursos que todavía no forman parte del alcance operativo.

3.3. Gastos administrativos y de ventas

Los gastos administrativos y de venta se definieron con un enfoque de estricta operatividad, considerando únicamente los recursos mínimos necesarios para sostener la gestión interna del proyecto durante su fase inicial. La estructura contempla montos reducidos y controlados ya que el proyecto aún no requiere un equipo fijo ni infraestructura física; el objetivo es evitar sobrecostos mientras se avanza en la validación del producto y en la organización interna del trabajo. En esta etapa, cada gasto administrativo asegura que la gestión del proyecto permanezca organizada, documentada y funcional sin generar cargas financieras innecesarias.

En cuanto a los gastos de venta, se incorpora un presupuesto de marketing que cumple un rol estrictamente funcional dentro de la fase inicial: generar exposición controlada, obtener primeras interacciones y permitir mediciones reales sobre aceptación, comportamiento y potencial de conversión. Este gasto se incrementa ligeramente en los meses posteriores para acompañar el crecimiento esperado de usuarios activos, reflejando un ritmo de inversión acotado pero coherente con la necesidad de ampliar alcance de forma gradual. El monto asignado a “host extra” sostiene la estabilidad del tráfico derivado de estas campañas sin necesidad de ampliar infraestructura mayor. Del mismo modo, el costo de “Web builder” se mantiene en cero ya que la elaboración de la página inicial puede ser desarrollada directamente internamente sin tercerización, utilizando herramientas gratuitas o planes básicos que no generan un gasto adicional.

El servicio de contabilidad se estimó con una tarifa reducida ya que será realizado por un contador en formación, lo que permite cumplir con las obligaciones básicas de registro y orden fiscal sin asumir costos profesionales completos. Esta decisión responde a la naturaleza temprana del proyecto y al volumen aún limitado de operaciones.

Los demás gastos administrativo, cómo utilidades menores, software de organización y servicios de soporte, se mantuvieron con montos mínimos y fijos para reflejar una operación ligera, enfocada en construir orden interno sin comprometer recursos financieros.

Tabla 4

Tabla de Cálculo 3: Gastos de venta y administrativos

IV. GASTOS DE VENTA												
Concepto	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Página web (builder)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Host extra	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Marketing	200	200	200	200	200	200	300	300	300	400	400	400
Total Venta	220	220	220	220	220	220	320	320	320	420	420	420
III. GASTOS ADMINISTRATIVOS												
Concepto	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Freelance soporte técnico (horas limitadas)	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Herramientas internas (Notion/GitHub/Figma)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Contador estudiante (no profesional)	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total Administrativo	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310
TOTAL DE GASTOS MENSUALES												
Rubro	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Costos de Producción	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314
Gastos Administrativos	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310
Gastos de Venta	220	220	220	220	220	220	320	320	320	420	420	420
TOTAL GASTOS	844	844	844	844	844	844	944	944	944	1,044	1,044	1,044

El total mensual aumenta en los meses superiores debido a la suma progresiva del marketing y su alineación con la curva de crecimiento proyectada. Este incremento no responde a ampliaciones estructurales, sino a ajustes tácticos que permiten sostener un flujo de usuarios creciente y obtener datos suficientes para evaluar la viabilidad comercial del proyecto con mayor precisión.

3.4. Ventas y resultados esperados

El cuadro de ventas proyecta un escenario de crecimiento gradual basado en la adquisición progresiva de suscriptores durante los primeros doce meses. Durante este primer año, la suscripción se mantiene en una sola modalidad, con un precio fijo y estable, esta decisión evita fragmentar la oferta en una etapa inicial donde el objetivo principal es validar la propuesta de valor, medir adopción real y asegurar que el modelo básico sea comprendido por el usuario sin fricciones. El incremento mensual de suscriptores refleja un comportamiento esperado en etapas iniciales: adopción lenta en los primeros meses, seguida de un aumento sostenido conforme el producto se vuelve más visible y se validan sus primeras funcionalidades. La inclusión de ingresos por publicidad aparece únicamente cuando la base de usuarios alcanza un volumen capaz de generar impresiones suficientes para monetizar, por lo que este rubro inicia de forma tardía y moderada. La estructura total de ingresos combina ambos componentes, suscripciones y publicidad, para obtener una aproximación realista del flujo económico que podría sostener el proyecto en su primer año.

El análisis de resultados compara el comportamiento de ingresos frente a los costos totales del proyecto. En los primeros meses, el ingreso generado por la única modalidad de suscripción aún no compensa los gastos fijos, lo que produce márgenes negativos esperables en una fase de validación. A partir del quinto mes, el volumen creciente de suscriptores y la adición progresiva de ingresos publicitarios permiten alcanzar el equilibrio financiero y, posteriormente, producir márgenes positivos.

Esta mejora continua se sostiene gracias a la estabilidad de los costos operativos y al aumento constante de usuarios. Para el segundo año, el modelo contempla introducir nuevas modalidades de suscripción con tarifas diferenciadas, orientadas a segmentos con mayores requerimientos y disposición de pago. Esto permitirá incrementar los ingresos promedio por usuario y fortalecer la sostenibilidad financiera, una vez superada la etapa inicial de adopción y validación.

Tabla 5

Tabla de Cálculo 4: Ventas

V. VENTAS												
VENTAS	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Suscriptores activos	5	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	120
Precio suscripción sin IGV	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Ingresos por suscripción	75	150	300	450	600	750	900	1050	1200	1350	1500	1800
Ingresos por publicidad	0	0	0	50	50	50	80	80	80	100	100	120
Ingresos Totales	75	150	300	500	650	800	980	1130	1280	1450	1600	1920

Tabla 6

Tabla de Cálculo 5: Resultados

RESULTADOS	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Valor de Ventas sin IGV	75	150	300	500	650	800	980	1130	1280	1450	1600	1920
Total de Costos	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314	314
Total de Gastos	644	644	644	644	644	644	644	644	644	644	644	644
Utilidad	-569	-494	-344	-144	6	156	336	486	636	806	956	1276
Margen	-758%	-329%	-115%	-29%	1%	19%	34%	43%	50%	56%	60%	66%

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

La investigación confirma que el problema inicial, la interferencia algorítmica en la búsqueda de referencias visuales, no solo existe, sino que afecta de manera directa la capacidad del usuario para mantener un proceso creativo ordenado, eficiente y consciente. Tanto la encuesta cuantitativa como la entrevista cualitativa coinciden en señalar a la saturación, el desorden, la pérdida de control del feed y la fragmentación del proceso creativo como factores recurrentes en la experiencia diaria de los participantes. Esto demuestra que el problema no es aislado, sino una consecuencia estructural del diseño de las plataformas predominantes, lo que justifica la necesidad de explorar alternativas que reduzcan el ruido algorítmico y devuelvan al usuario una experiencia más humana y significativa. Del mismo modo, los datos demuestran que existe un grupo o nicho de usuarios que valora alternativas curadas y estructuradas, lo que valida la pertinencia del enfoque editorial y humano planteado por Magz. Demostrando que un entorno editorial puede influir positivamente en los hábitos de consumo cultural al introducir mecanismos que incentiven la lectura y análisis. La percepción de que la cultura digital actual se ve degradada por la lógica de viralidad sugiere que una plataforma basada en criterio y curaduría, en balance con ayuda de algoritmos, puede ofrecer una alternativa que favorezca pensamiento crítico y valoración estética. Las puntuaciones positivas sobre herramientas editoriales, orden automático y curaduría experta evidencian que la solución propuesta responde a necesidades reales del segmento analizado. Aunque la disposición de pago requiere estrategias cuidadosas, los niveles de aceptación y la coherencia entre problema, necesidad y propuesta de valor muestran que el proyecto es viable y aporta un enfoque diferenciador ante las limitaciones de las plataformas visuales dominantes actuales.

4.2. Recomendaciones generales y mejoras para el proyecto

Los resultados de la investigación sugieren que el desarrollo de Magz debe centrarse en profundizar su propuesta editorial y evitar cualquier deriva hacia modelos similares al scroll algorítmico. La plataforma debe priorizar herramientas que otorguen al usuario control explícito sobre la organización de su contenido, pues el orden, la claridad y la selección humana fueron los aspectos más valorados en la validación. Según el análisis, se planea iniciar el desarrollo con un prototipo funcional de bajo riesgo, enfocado exclusivamente en las funciones que obtuvieron mayor aceptación y conexión con la propuesta de valor: creación de páginas editoriales, categorización precisa y comunidad. Esto permitirá validar flujos de uso sin sobrecargar el sistema con herramientas que aún no han demostrado necesidad.

Dado que el modo de uso fue identificado como un factor determinante para la aceptación del rol de curador, es recomendable construir una interfaz simple, jerarquizada y visualmente coherente, evitando elementos propios de plataformas masivas como los estímulos saturados. La estética deberá reforzar la identidad editorial, ya que los usuarios declararon que el estilo visual influye en su decisión final de uso. Asimismo, la investigación sugiere que la integración con flujos de trabajo profesionales (Drive, Behance, Figma) incrementa la utilidad percibida, por lo que debe considerarse como una prioridad en fases posteriores de desarrollo.

Las observaciones de la docente permiten extraer recomendaciones que complementan la validación técnica del proyecto. Primero, evitar la sobrecarga funcional: las plataformas alternativas fracasan cuando intentan diferenciarse sumando botones, vistas y procesos innecesarios que terminan saturando al usuario. Según su experiencia, la decisión de

migrar a una nueva plataforma depende en gran medida de la claridad visual, la jerarquía de información y la coherencia gráfica.

Otro punto clave es la necesidad de delimitar con precisión el nicho: la docente entrevistada aclara que el público que busca experiencias más lentas, criterios editoriales o contenido curado no es masivo, sino especializado. Por ello, recomienda orientar la aplicación hacia usuarios que valoren detenerse, leer y analizar, especialmente perfiles vinculados a diseño, arte y moda. Esto permitiría crear una comunidad estable que no dependa de viralidad, sino de afinidad estética y propósito. De igual manera, señala que el proyecto debe definir y comunicar con claridad el valor diferencial del curador humano frente a la inteligencia artificial. La recomendación es identificar qué aporta la sensibilidad humana, ya sea criterio, intención, contexto o interpretación, que una IA no puede replicar, y convertirlo en el núcleo conceptual del producto.

También se advierte que los usuarios no cambian sus hábitos por obligación, sino por motivación. Esto implica que la plataforma debe ofrecer razones reales para detenerse, presentando la información de forma atractiva, ordenada y significativa, en lugar de intentar "corregir" hábitos directamente.

Finalmente, se recuerda que la adopción depende de educar al usuario en cómo usar la plataforma y cómo construir criterio. Muchos desconocen cómo funcionan los algoritmos o cómo ordenar su propio entorno digital, por lo que recomienda incorporar elementos pedagógicos suaves o indirectos, ejemplos de páginas editoriales, guías rápidas, que acompañen al usuario sin imponer complejidad o anuncios invasivos. Esto no solo facilita la entrada al uso de la app, sino que alinea la herramienta con una cultura digital más consciente.

VI. Referencias

Amazon Web Services. (2024). AWS pricing. Amazon.com, Inc. (n.d.). Retrieved from https://aws.amazon.com/pricing/

Ashkinaze, J., Mendelsohn, J., Qiwei, L., Budak, C., & Gilbert, E. (n.d.). How AI Ideas Affect the Creativity, Diversity, and Evolution of Human Ideas: Evidence From a Large, Dynamic Experiment. *In Proceedings of the ACM Collective Intelligence Conference (CI '25)* (pp. 198–213). New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. doi:https://doi.org/10.1145/3715928.3737481

Cloudflare. (2024). Pricing overview. Cloudflare, Inc. (n.d.). Retrieved from https://www.cloudflare.com/plans/

Díaz Chica, Ó., Santos Fernández, D., & Matellanes Lazo, M. (2021). La creatividad de la generación Z según su actividad en las redes sociales. *Fonseca, Journal of Communication: Innovación en la comunicación estratégica*(Núm. 22 (2021)). doi:https://doi.org/10.14201/fjc-v22-22703

Habib, S., Vogel, T., Anli, X., & Thorne, E. (2024). How does generative artificial intelligence impact student creativity? *Journal of Creativity, Volume 34*(100072). doi:https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100072

Johnson, A. (n.d.). Curation platforms. *Library Technology Reports, 50*(7), 16–24. Retrieved from https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/4792/5739

Liu, Y., Song, E., Xingjian Zhang, O., Merriman, J., Monroy-Hernandez, A., & Zhang, L. (n.d.). Understanding Decentralized Social Feed Curation on Mastodon. 25 pages. doi:https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.18817

Maggioni, S. (2025). Tendencias 2026/27: Afinidad intencional. *WSGN*.

P. Hauser, O., & R. Doshi, A. (2024). Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content. *ScienceAdvances, 10*. doi:https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2025.102156

Piciocchi, P., Barile, S., Bassano, C., Vito, P., & Clinton Spohrer, J. (2022). Algorithms and Human Creativity: Threats or Opportunities?A Literature Review. In Leitner, C., Ganz, W., Bassano, C., & Satterfield, D (Eds.), *The Human Side of Service Engineering. AHFE (2022) International Conference. AHFE Open Access* (Vol. 62). USA: AHFE International. doi:http://doi.org/10.54941/ahfe1002563

Stanikzai, M. E., & Mittal, E. (2025). Leveraging AI-generated and human-generated content for maximized user engagement in contentpreneurs' innovation and creativity. *J Innov Entrep, 14*(91). doi:https://doi.org/10.1186/s13731-025-00529-1

Sun, Y. (2025). Media, Algorithms, and Attention: An Empirical Analysis of Influencing Factors and Gender Differences. *Advances in Economics, Management and Political Sciences, 185*, 219-226. doi:https://doi.org/10.54254/2754-1169/2025.LH23958

Tedone, Gaia, & Dekker, Annet. (2019). Networked Co-Curation: An Exploration of the Socio-Technical Specificities of Online Curation. *Arts, 8*(3), 86. doi:https://doi.org/10.3390/arts8030086

Wanrong , H., Gordon, M., Popowski, L., & Bernstein, M. (2023, October). Cura: Curation at Social Media Scale. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 7*(CSCW2), Article 337 (33 pp.). doi:https://doi.org/10.1145/3610186

VII. Anexos:

Encuesta: (preguntas y respuestas)

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1uAqctaHiR1MIGgsjANlcpyW622j-_YYWUnZZourh2JE/edit?usp=sharing

Entrevista: (preguntas)

https://docs.google.com/document/d/1SbHu9m_HHNaLdWJhsacJ8O9jC6lkn2NpYQHw_hNCWos/edit?usp=sharing

Entrevista: (respuestas)

https://docs.google.com/document/d/1PVh6FFhAlSs41Oy5Qi47g6YRxmP2ssQnB_xUR2Z1naY/edit?usp=sharing