ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

La Quinta: Sistema narrativo para la revalorización del terror peruano contemporáneo

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

PRESENTADA POR

Katherine Lizbeth Torres Condori
DNI: 72922751, Perú
Lorena Sofia Gutierrez Adrianzen
DNI: 75882322, Perú

ASESOR

Niuman José Mendoza Martínez
C.E.: 001167720, Venezuela
ORCID: 0000-0001-7094-235X

JURADO

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
Moncada Sánchez Juan Arturo
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, Enero 2025

Agregar el informe de Turnitin (primera cara)

LA QUINTA - Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS 2025.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549236459

Fecha de entrega
25 ene 2026, 2:05 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 2:24 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
LA QUINTA - Proyecto de Innovación TLS 2025.pdf

Tamaño del archivo
7.9 MB

56 páginas

11.622 palabras

67.712 caracteres

Agregar el informe de Turnitin (segunda cara)

8% 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
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

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

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

Dedicatoria

En dedicatoria a mi perrito Lucas que me dió fuerzas para seguir adelante. Gracias por cuidarme, gracias por enseñarme a querer y gracias por siempre estar a mi lado. No creo en Dios o en el cielo pero si realmente existe espero que estés bien desde allá.

Lorena Gutiérrez

En dedicatoria a mi mamá, a mi papá y a mi perrito Milo, porque siempre me animan cuando más lo necesito. Gracias por cuidarme, por sacarme una sonrisa en los días grises y por estar siempre conmigo. Gracias por todo a los tres.

Katherine Torres

Agradecimiento

Agradezco a mi familia y a los amigos que conocí estos años dentro de la institución por todo el apoyo que me dieron. En especial agradezco a mi madre, mi padre y a mis hermanos Carlos y César por todas las cosas que hicieron para que yo pueda seguir adelante. También agradezco a mis amigos Carol, James y Gabriela por darme apoyo emocional cuando lo necesitaba.

Lorena Gutiérrez

En agradecimiento a mi familia, a mis hermanas, a mi papá, por preocuparse por mi y por trabajar muy duro para que yo pueda seguir adelante, y en especial a mi mamá, por darme apoyo, animándome cuando creía que en algún iba a caer y por ser mi mayor admiradora. También agradezco a mis amigos que conocí en estos 4 años de carrera, que sin ellos mis años en la institución no hubieran sido lo mismo.

Katherine Torres

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. 11.1 11.2

11.3 1**II.**

32.1 32.2

52.3 82.4

92.5 112.5.1

112.5.2 142.5.3

192.5.4 222.5.5

242.5.6 272.5.7

282.5.8 322.5.9

37**III.** 393.1

39**IV.** 404.1

414.2 44**V.**

44**VI.** 466.1

¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto por categoría (piloto) 39
Tabla 2 Presupuesto por categoría (difusión e implementación de la metodología) 40
Tabla 3 Presupuesto detallado (piloto) 40
Tabla 4 Presupuesto detallado (difusión e implementación de la metodología) 41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problema 4
Figura 2 Mapa de actores 7
Figura 3 Evidencia de trabajo (entrevistas) 13
Figura 4 Arquetipo del usuario 14
Figura 5 Tabla de benchmarking 16
Figura 6 Análisis FODA 17
Figura 7 Propuesta de valor 21
Figura 8 Business model canvas (BMC) 27
Figura 9 Prototipo de baja calidad - Storyboard (cortometraje) 29
Figura 10 Prototipo de baja calidad - Storyboard (360°) 30
Figura 11 Prototipo de alta calidad - Cortometraje 31
Figura 12 Prototipo de alta calidad - 360° 32
Figura 13 Evidencia de trabajo (forms) 42
Figura 14 Evidencia de trabajo (forms) 43
Figura 15 Evidencia de trabajo (forms) 43
Figura 16 Evidencia de trabajo (forms) 43
Figura 17 Evidencia de trabajo (forms) 44

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"La Quinta: Sistema narrativo para la revalorización del terror peruano contemporáneo"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

La Quinta es un proyecto transmedia de terror psicológico que busca revalorizar el consumo de entretenimiento peruano dada la escasa conexión del público peruano con el terror nacional. A través de una narrativa ambientada en una quinta limeña, la propuesta combina diferentes formatos audiovisuales y digitales, como cortometraje y experiencias en 360° para crear una narrativa inmersiva e interconectada. El proyecto se orienta a jóvenes adultos entre 18 y 30 años, consumidores activos de contenido digital e interesados en el entretenimiento audiovisual.

El propósito es ofrecer una propuesta sólida y culturalmente enraizada, que demuestre que el terror hecho en Perú puede competir en calidad narrativa y estética con producciones internacionales. Desde una perspectiva comunicacional, La Quinta plantea un modelo de creación que promueve la identificación del público con lo propio, fortaleciendo la valoración del cine y del arte de terror nacional.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El cine de terror peruano ha enfrentado una limitada aceptación dentro del país, a pesar de un interés general por el género. Esta situación responde, en gran medida, a la influencia de los modelos occidentales y norteamericanos, que han establecido los estándares estéticos y narrativos con los cuales el público local compara cualquier producción nacional. Como explica Delgado Del Águila (2023), en el Perú "se han consumido películas y obras literarias de terror, pero la recepción nunca ha sido tan buena", debido a que los espectadores asocian lo extranjero con mayor calidad y efectividad narrativa (p. 75).

El consumo cultural en el Perú se caracteriza por una marcada jerarquización simbólica, donde los productos locales suelen ser considerados de menor valor frente a los bienes culturales extranjeros, lo cual impacta directamente en la percepción del entretenimiento nacional. Este fenómeno afecta al cine peruano y, con mayor fuerza, al género de terror, que

históricamente ha enfrentado limitaciones en su desarrollo y recepción. Dentro de este panorama, la producción audiovisual local compite no solo con las grandes industrias internacionales, sino con imaginarios de consumo que privilegian lo foráneo sobre lo propio. En ese sentido, la escasa valoración del terror peruano no responde únicamente a factores técnicos o económicos, sino a la construcción social de lo que se percibe como "cultura legítima". Esta dependencia de los referentes foráneos ha dificultado el desarrollo de una identidad propia en el terror peruano. Según el autor, las producciones locales suelen "carecer de propuestas auténticas y modernas", lo que genera una percepción de imitación y debilita la credibilidad del producto nacional (Delgado Del Águila, 2023, p. 85). A ello se suma un fenómeno cultural más amplio: la preferencia por los patrones estéticos occidentales, que actúa como una forma de "blanqueamiento cultural" y margina las expresiones locales dentro del consumo audiovisual (p. 91).

En este contexto, La Quinta se plantea como una respuesta creativa y crítica. El proyecto busca explorar los códigos del terror desde la realidad peruana, empleando símbolos, espacios y tensiones propias del entorno urbano limeño. Al construir un universo transmedia que articula distintos formatos, se pretende construir un modo innovador narrativo que casi nunca es explorado por las producciones nacionales, promoviendo la idea de que el terror peruano puede ser un vehículo legítimo de entretenimiento de calidad.

El público objetivo está conformado por jóvenes adultos entre 18 y 30 años, usuarios activos de redes sociales y plataformas digitales. Se trata de una generación habituada a consumir narrativas fragmentadas, interactivas y audiovisuales, pero que mantiene una distancia frente al contenido nacional. Este grupo muestra interés por el género de terror y el misterio, aunque sus referentes principales provienen del cine y las series internacionales.

El proyecto se apoya en recursos audiovisuales digitales, estrategias de distribución multiplataforma y una narrativa transmedia que favorece la interacción del público. Entre las barreras se identifican la limitada inversión en producciones independientes y el escepticismo hacia el entretenimiento nacional. No obstante, las oportunidades se encuentran en el creciente interés por contenidos autóctonos, la expansión de las

plataformas digitales y la posibilidad de posicionar el terror peruano como un espacio de experimentación artística con identidad propia.

El propósito no es solo contar una historia de miedo, buscamos replantear cómo el espectador se vincula con la producción nacional. Mediante la combinación de recursos modernos, estéticos y participativos, La Quinta busca construir una experiencia de terror contextualizada, que dialogue con la realidad peruana sin recurrir a imitaciones externas. Este proyecto plantea que consumir cine y narrativas de terror peruanas también puede ser un acto de orgullo.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En el contexto audiovisual peruano, el género de terror enfrenta una desvalorización sostenida por parte del público nacional. Aunque en la última década se han producido diversas obras de ficción y cortometrajes independientes, estas no logran generar un impacto sostenido ni consolidar un espacio de consumo estable. El público peruano continúa mostrando una marcada preferencia por el terror extranjero, especialmente por las producciones de origen norteamericano, lo que restringe el desarrollo del género a nivel local y debilita su identidad cultural.

Esta situación se origina en la dependencia histórica de modelos narrativos foráneos y en la falta de propuestas que integren elementos propios de la realidad peruana. Según Delgado Del Águila (2023), la producción nacional de terror suele replicar fórmulas occidentales sin una adaptación efectiva a su contexto, lo que impide generar autenticidad y conexión con el espectador. Además, la limitada inversión en el sector cinematográfico y la escasa promoción del cine independiente dificultan la visibilidad de las producciones locales en medios y plataformas digitales.

Las consecuencias de esta problemática son múltiples. En primer lugar, la baja valoración del terror peruano genera desinterés en el público joven y una percepción generalizada de que el cine nacional carece de calidad o relevancia artística. En segundo lugar, esta falta de consumo reduce las oportunidades laborales y creativas para los nuevos realizadores,

afectando directamente la sostenibilidad de la industria audiovisual. La baja recepción del cine de terror peruano impide la consolidación de una industria sostenible, restringe las oportunidades de empleo para los jóvenes creadores y limita la diversidad de contenidos disponibles para el público. Además, perpetúa la idea de que el arte y el entretenimiento de calidad provienen del extranjero, debilitando la construcción de una identidad cultural moderna y autónoma. Finalmente, se debilita la construcción de una identidad cultural en el género, que podría funcionar como un reflejo de las tensiones, miedos y mitos de la sociedad peruana contemporánea.

Con La Quinta proponemos una metodología de creación narrativa transmedia orientada a recuperar la dimensión simbólica del miedo desde lo local, utilizando cosas que representan nuestra identidad con los espacios urbanos y las dinámicas sociales limeñas como base de familiaridad y orgullo.

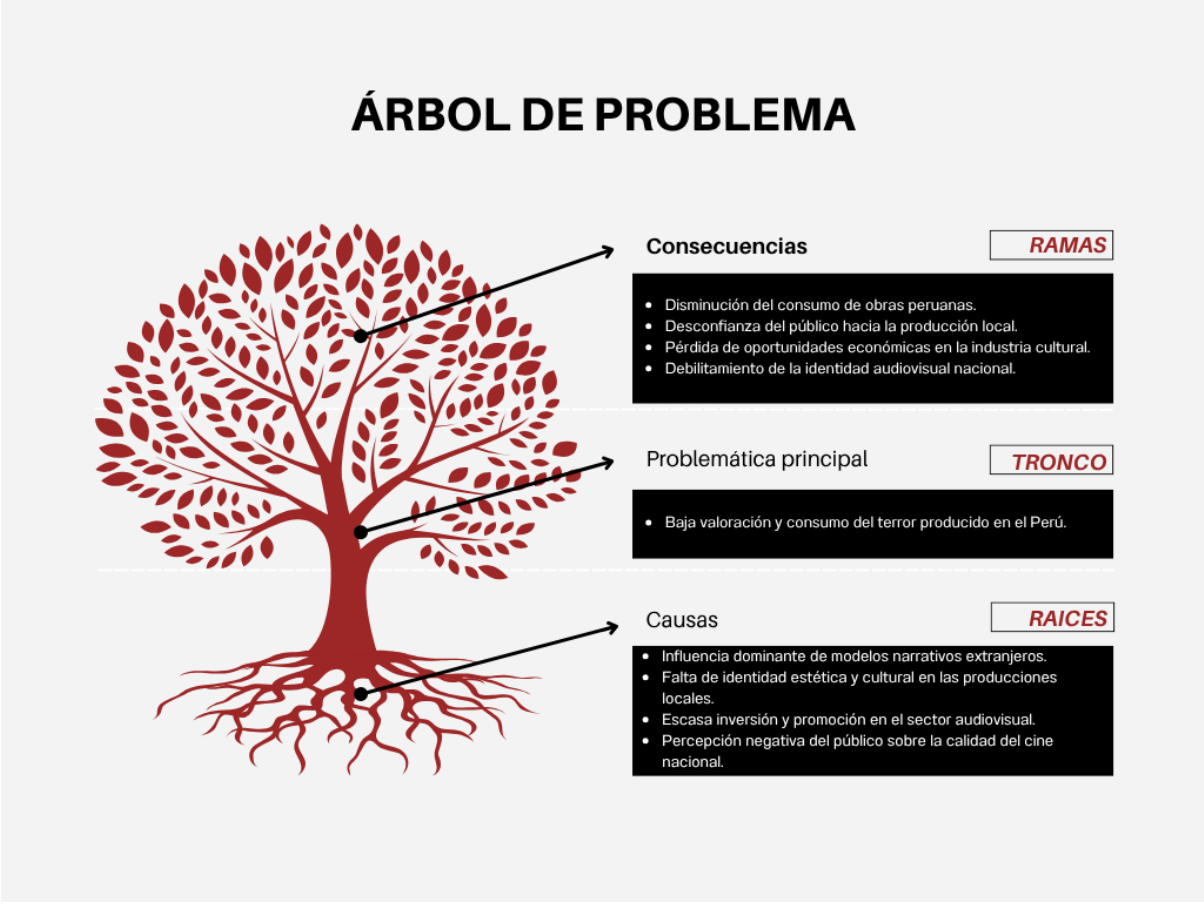


Figura 1 Árbol de problema

Esta problemática se relaciona directamente con el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, al impulsar la industria cultural y generar oportunidades para creadores audiovisuales locales. Además se alinea con el ODS 12: Producción y consumo responsables, al incentivar la apreciación del contenido cultural nacional como parte de un consumo consciente y sostenido.

2.2 Población beneficiaria

Población beneficiaria

La población beneficiaria directa de La Quinta está conformada por jóvenes adultos entre 18 y 30 años residentes en Lima Metropolitana, principalmente de sectores urbanos con acceso constante a plataformas digitales, considerando que el uso de Internet en los grupos etarios que comprenden este rango alcanza un promedio de 94,2 %, calculado a partir del 95,6 % en la población de 19 a 24 años y del 92,7 % en el grupo de 25 a 40 años (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2025). Se trata de un público con alto consumo de contenidos audiovisuales y narrativas interactivas, pero con una baja identificación hacia las producciones nacionales de terror. Este grupo se caracteriza por su afinidad con géneros como el suspenso, el horror psicológico y las experiencias inmersivas en redes sociales, además de mostrar un comportamiento crítico respecto al entretenimiento local.

El principal desafío que enfrenta esta población es la ausencia de metodologías y modelos de creación narrativa que funcionen como referentes culturales nacionales del género de terror. La ausencia de propuestas sólidas y coherentes ha generado una percepción negativa sobre la calidad del cine peruano, lo que limita su disposición a consumirlo o difundirlo. La Quinta busca revertir esta tendencia ofreciendo una metodología narrativa transmedia que dialogue con sus intereses digitales y que, al mismo tiempo, contribuya a la revalorización del terror peruano contemporáneo.

De manera indirecta, la propuesta beneficiará a los creadores audiovisuales emergentes, quienes podrán encontrar en el proyecto un modelo metodológico de creación narrativa transmedia viable y culturalmente enraizado. Asimismo, instituciones educativas,

festivales y espacios de difusión artística se verán favorecidos al contar con una referencia metodológica local que promueve la profesionalización y legitimación del terror peruano como expresión artística contemporánea.

Mapa de actores

Para comprender mejor a la población beneficiaria y las relaciones que influyen en su desarrollo, se incluye un mapa de actores que organiza a los diferentes grupos en tres niveles de relación:

Centrales:

- Jóvenes adultos entre 18 y 30 años, consumidores de contenido audiovisual y digital interesados en el género de terror.

Directos:

- Creadores y productores audiovisuales peruanos (guionistas, realizadores, ilustradores).
- Plataformas digitales de difusión (YouTube, Redes Sociales).
- Instituciones educativas vinculadas a las artes, comunicación y cine (formación y asesoría).
- Medios culturales y críticos de cine (espacios de visibilidad y análisis).

Indirectos:

- Comunidad digital y seguidores del proyecto (usuarios que comparten, comentan y viralizan contenido).
- Ministerios de Cultura y de Producción (políticas de fomento y apoyo a la industria audiovisual).
- Festivales de cine y colectivos artísticos independientes (difusión y reconocimiento).
- Público general interesado en el entretenimiento nacional.

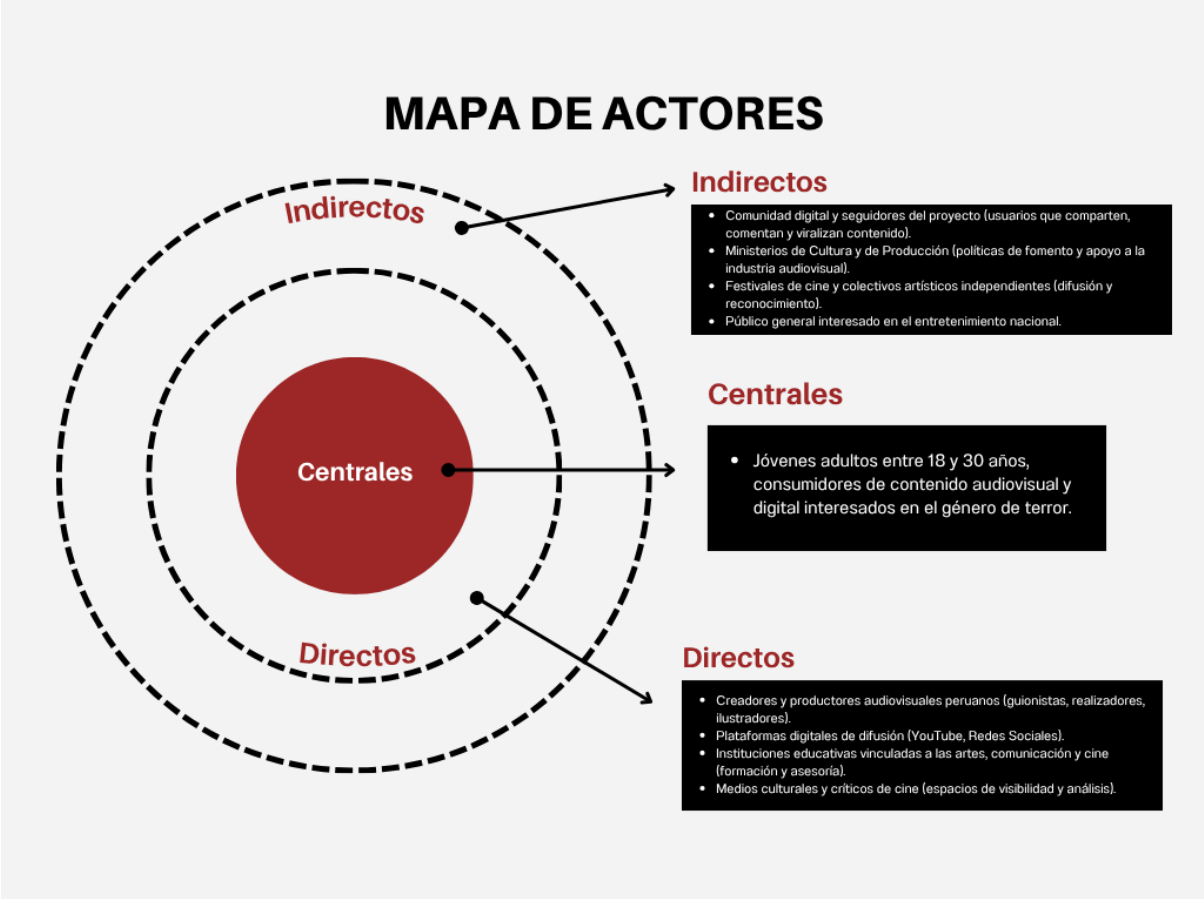


Figura 2 Mapa de actores

Análisis integrado

El mapa de actores evidencia cómo los jóvenes consumidores son el eje de la propuesta, pues sus hábitos de consumo y su respuesta al contenido determinan la efectividad del proyecto, ya que mantienen un consumo audiovisual constante, especialmente en plataformas digitales como YouTube, integradas a su rutina diaria de entretenimiento. Este grupo presenta una afinidad sostenida por géneros como el terror y el suspenso, aunque con baja exposición previa al terror peruano, lo que hace que su reacción ante nuevas propuestas sea clave para evaluar la efectividad del proyecto, pues sus hábitos de consumo y criterios de valoración inciden directamente en la recepción y viabilidad de la iniciativa. En torno a ellos, los actores directos como realizadores, plataformas digitales y espacios académicos actúan como mediadores que posibilitan la producción y circulación del material narrativo. Finalmente, los actores indirectos (instituciones, festivales y comunidad) configuran el entorno de legitimación y sostenibilidad, aportando respaldo cultural y visibilidad.

Esta articulación demuestra que La Quinta no se limita a generar una obra de entretenimiento, sino que busca activar un ecosistema colaborativo capaz de fortalecer la percepción del terror peruano y posicionarlo como un producto cultural con valor estético, simbólico y profesional.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general (OG)

Validar una metodología de creación narrativa transmedia a de terror psicológico que contribuya al replanteamiento del terror peruano contemporáneo en jóvenes adultos entre los 18 y 30 años, a través del desarrollo de un caso piloto, un cortometraje en un formato found footage y de una experiencia inmersiva en 360°. Buscamos alcanzar un mínimo del 70% de aceptación sobre el valor del terror peruano, y también 100 interacciones digitales, que incluyan visualizaciones, comentarios y compartidos, en un periodo de 8 semanas, evaluadas mediante métricas de redes sociales.

Objetivos específicos (OE)

OE 1 (Investigar): Analizar los hábitos de consumo audiovisual de 10 jóvenes adultos, para reconocer al menos 5 factores que impiden su interés hacia el terror peruano, mediante encuestas.

OE 2 (Idear): Crear tres propuestas tanto narrativas como visuales como parte del proceso metodológico del proyecto transmedia de La Quinta, y elegir la más adecuada para aplicarla como caso piloto.

OE 3 (Desarrollar): Aplicar la metodología propuesta mediante la producción de un cortometraje en formato found footage y una experiencia inmersiva 360°, y calcular su impacto inicial en 10 usuarios mediante pruebas de visualización y encuestas sobre el nivel de inmersión ≥ 4/5.

OE 4 (Transferir): Llevar a cabo la estrategia de difusión digital como parte del proceso de validación de la metodología en el caso piloto "La Quinta" en plataformas digitales (YouTube e Instagram), alcanzando un mínimo 70% de aceptación del público objetivo y 100 interacciones digitales en un periodo de 8 semanas.

2.4 Marco referencial

El proyecto, La Quinta, se basa en la necesidad de revalorizar el terror contemporáneo peruano a través de una metodología de creación narrativa transmedia que se conecte con las costumbres de consumo digital de los adultos jóvenes. Esta propuesta se basa en antecedentes audiovisuales, teorías de comunicación y experiencias que demuestran la capacidad del terror psicológico como herramienta para comunicar la identidad cultural.

Antecedentes de la innovación:

En el Perú, el cine de terror ha enfrentado un desarrollo marcado por la influencia extranjera. Según Alejos Gutiérrez (2021), producciones como "El demonio de los Andes (2007)" y "Secreto Matusita (2014)" buscaron amoldar las convenciones del terror internacional al contexto local. De igual manera, Stucchi-Portocarrero (2014) señala que muchas producciones nacionales recurren a estereotipos del terror sin desarrollar un lenguaje representativo propio, lo que contribuye a la falta de identificación del público con las historias nacionales.

Desde un enfoque cultural, Ricardo Bedoya (2016) comenta que el terror nacional puede funcionar como un reflejo de los miedos sociales y memorias colectivas, al representar la violencia, marginalidad y los imaginarios urbanos. Estos temas, según el autor, abren la posibilidad de construir un cine de terror que hable con la realidad peruana contemporánea.

Consideraciones teóricas:

Desde la teoría de la narrativa transmedia, Jenkins (2006) formula que las historias contemporáneas se propagan a través de múltiples plataformas, permitiendo al público participar activamente en la construcción de la historia. En este aspecto, La Quinta usa este enfoque al integrar un cortometraje con una experiencia inmersiva en 360°, donde cada uno de los formatos aporta algo único en el universo narrativo.

Por otro lado, tenemos la comunicación participativa, Carpentier (2011) nos habla de que la relación entre la audiencia y los medios se ha transformado hacia modelos colaborativos, donde el público no solo consume, sino que también producen y difunden contenidos. En el mundo digital, esta dinámica favorece la creación de comunidades activas que comentan, reinterpretan y difunden las historias.

Casos o experiencias previas relevantes:

Entre las experiencias internacionales que tenemos como referencias, "Marble Hornets (2009)" fue una de las primeras series en YouTube que utilizó la estética found footage para poder crear una narrativa interactiva donde los usuarios participaban en la interpretación del relato. Del mismo modo, "The Haunting of Hill House (2018)" demostró cómo la expansión narrativa entre formatos puede fortalecer la empatía y el terror psicológico.

En el ámbito peruano, películas como "La Luz en el cerro (2016)" explora la posibilidad de un terror identitario, utilizando espacios rurales y simbologías locales. Esta producción representa "una búsqueda por articular el miedo con la memoria colectiva", paso clave hacia la consolidación de una identidad visual propia dentro del género.

Conexión con el proyecto:

El marco referencial nos permite situar La Quinta dentro de una corriente que combina la representación cultural con las nuevas formas de consumo digital. Siguiendo a Jenkins (2006), nuestro proyecto plantea que la autenticidad del terror peruano puede reconstruirse mediante experiencias inmersivas y participativas. El uso del found footage y del formato 360° busca generar una sensación de realismo emocional, transformando el miedo en un elemento de identificación colectiva.

De esta forma, La Quinta no solo responde a la baja valoración del cine de terror nacional, sino que propone un modelo de creación contemporáneo que integra lo local con lo digital, validando al terror peruano como una expresión artística moderna y culturalmente legítima.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Nuestro público objetivo al que se dirige La Quinta son los jóvenes adultos limeños entre los 18 y 30 años, habituados al consumo constante de contenido digital y audiovisual. Se trata de una juventud ya acostumbrada al consumo continuo de contenido digital, contenido audiovisual. La misma generación que se informa y entretiene principalmente a través de aplicaciones como TikTok, YouTube e Instagram y es capaz de apostarle a experiencias interactivas e inmersivas por sobre el consumo pasivo.

Este público se siente atraído por el terror psicológico y el suspenso, géneros que suelen ligar a una reflexión introspectiva y a una reflexión social. Sin embargo, la misma juventud también siente que el terror peruano no ha evolucionado narrativamente y no se ha adaptado a los estéticos contemporáneos. Aunque esta juventud se siente atraída por la cultura nacional, estos consumen mayormente las producciones extranjeras debido a criterios de producción de mayor calidad técnica y de un mayor estímulo de la carga emocional.

Gracias a una entrevista realizada a 6 personas dentro del rango de edad esperado, pudimos observar un patrón claro en sus hábitos de consumo audiovisual y en su relación con el contenido de terror peruano. En todos los casos, el consumo de contenido audiovisual forma parte de la rutina diaria o casi diaria, siendo YouTube una de las plataformas principales, utilizada sobre todo desde el celular y la laptop. Los contenidos preferidos se relacionan con el entretenimiento, el análisis audiovisual, los documentales breves, los podcasts y los géneros de suspenso, thriller y terror, lo que evidencia el interés por el género.

Sin embargo, pese a este interés general por el terror, la mayoría de los entrevistados manifiesta no haber consumido terror peruano o haber tenido experiencias negativas o poco memorables con este tipo de producciones. Las razones más recurrentes están asociadas a una percepción de baja calidad técnica, escasa visibilidad, falta de expectativa o una sensación de que las propuestas no logran competir con referentes

extranjeros. Este rechazo no surge necesariamente de una negación al contenido cultural peruano en sí, sino de la imagen que tienen del terror producido localmente.

	MIGUEL	JESÚS	ALISSON	CAROL	RODRIGO	GIANELLA
Edad	20	22	22	24	27	29
¿Qué sueles hacer en tu tiempo libre?	Veo videos, uso redes y a veces juego en línea.	Me gusta ver series y pasar tiempo en YouTube.	Salgo con amigos y cuando estoy en casa veo películas.	Consumo bastante contenido audiovisual y podcasts.	Uso redes, veo documentales o algo para relajarme.	Veo películas, especialmente de noche.
¿Con qué frecuencia consumes contenido audiovisual como forma de entretenimiento?	Todos los días.	Casi todos los días.	Varias veces por semana.	Diario, aunque sea un rato.	Bastante seguido, es mi principal distracción.	Todos los días, más en las noches.
¿Con qué frecuencia consumes contenido en YouTube?	Todos los días.	Varias veces al día.	Casi todos los días.	Un par de horas al día.	Todos los días, sobre todo antes de dormir.	Muy seguido, es la plataforma que más uso.
¿Qué tipo de contenido consumes en Youtube?	Gameplays y videos de opinión.	Reviews, análisis y videoensayos.	Videos de entretenimiento y clips cortos	Ensayos audiovisuales y contenido cultural extranjero.	Podcasts, reseñas de películas y curiosidades.	Documentales cortos y videos narrativos.
¿Desde qué dispositivo consumes más contenido audiovisual?	Desde el celular.	Principalmente en la laptop.	En el celular.	En mi laptop.	En la laptop.	Entre la laptop y el celular.
¿Sueles consumir contenido cultural peruano?	Muy poco, casi nada.	A veces, pero no de forma constante.	No mucho, casi siempre veo contenido de afuera.	Rara vez.	Solo cuando alguien me lo recomienda.	Muy poco, no lo busco activamente.
¿Qué géneros audiovisuales te interesan más?	Suspenso y drama.	Terror psicológico y misterio.	Ciencia ficción y thriller.	Documental y suspenso.	Terror y crimen.	Suspenso, terror y drama.
¿Cuándo fue la última vez que consumiste un producto de terror? ¿Qué te	Fue hace poco, una película extranjera. Me gustó la tensión, no me gustaron los jumpscares exagerados.	Hace unas semanas vi una serie. Me gustó la atmósfera, pero sentí que el final fue flojo.	Vi una película de terror psicológico. Me gustó que no explique todo, pero fue lenta.	La última fue una película conocida. Me gustó la idea, pero no me dio tanto miedo.	Hace un mes más o menos. Me gustó la ambientación, no tanto los efectos.	Vi una película reciente. Me gustó la historia, pero sentí que abusaron del sonido fuerte.

gustó? ¿Qué no te gustó?						
¿Has consumido terror peruano? ¿Por qué si/no? ¿Cuándo? ¿Te gustó?	No, nunca. No me llama mucho la atención.	No. Siento que no se ve tan bien producido.	No he visto terror peruano, no suelo encontrarlo.	No, y la verdad no me genera expectativa.	Muy poco, solo fragmentos. No me gustó mucho.	No. Siempre termino viendo terror de otros países.
¿Estarías interesado en ver contenido de terror peruano en Youtube?	Tal vez, si es diferente a lo que ya existe.	Solo si está bien hecho y no se siente amateur.	Podría verlo por curiosidad, pero no es algo que buscaría.	Sí, pero tendría que llamar mucho la atención.	Quizás, si el enfoque es más psicológico.	Dependería de la historia y cómo esté producido.

Figura 3 Evidencia de trabajo (entrevistas)

A nivel simbólico, este grupo busca reconocerse en las historias que hablan de su entorno urbano, en aquellos miedos que tienen que ver con la inseguridad, con la soledad, con la violencia social, etc. Sus comportamientos digitales reflejan la necesidad de participar: comentar, recomendar y compartir experiencias audiovisuales que los conmueven o con los cuales se sienten identificados.

En ese sentido, La Quinta responde a sus expectativas al proponer una metodología de creación narrativa transmedia aplicada al horror psicológico en Lima, fusionando narrativa local y nuevos desarrollos tecnológicos. Esta propuesta no solo orienta la producción de contenidos de terror acordes a sus hábitos de consumo digital, sino que también facilita una conexión simbólica con el cine local, promoviendo el reconocimiento de referentes culturales propios dentro de entornos audiovisuales y digitales.



Figura 4 Arquetipo del usuario

2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad o necesidad identificada

El sector audiovisual en el Perú muestra un crecimiento acelerado y un claro espacio de oportunidad para propuestas innovadoras. Según el reporte de PwC, la industria cinematográfica peruana proyecta un crecimiento anual de aproximadamente 42 % hasta 2025, generando unos US$ 199 millones en ese año. Además, el mercado peruano se encuentra entre los tres de mayor proyección de crecimiento en Latinoamérica para el periodo 2021-2025, según el informe de Andina.

Por otro lado, los hábitos de consumo audiovisual de los jóvenes peruanos evidencian un desplazamiento hacia formatos digitales e inmersivos. Por ejemplo, un informe de IMS LATAM señala que en Perú los usuarios invierten en promedio 13 horas semanales en ver vídeos digitales, superando 5 horas semanales en televisión tradicional.

A la vez, las respuestas recibidas en la entrevista también revelan una apertura condicionada: varios participantes indican que sí estarían dispuestos a consumir terror peruano en YouTube si este presenta un enfoque distinto. Esto sugiere que el problema no radica

en el género ni en el origen cultural, sino en cómo se construye y se presenta la experiencia audiovisual.

En este contexto, la propuesta de La Quinta responde a una necesidad concreta: la falta de contenido nacional de terror que combine estética moderna, inmersión digital y una narrativa que conecte con lo local. Esta carencia coincide con las frustraciones del público objetivo, identificado en la sección de información de usuario, que percibe que el cine peruano no alcanza los estándares de calidad visual y narrativa de los productos extranjeros.

Competencia directa e indirecta

Competencia directa: En el ámbito del terror peruano, aunque hay producciones independientes, pocas han explorado el formato transmedia o la inmersión 360°. La cuota del cine nacional en el Top-100 de espectadores es de alrededor del 8,5 % para 2023, mientras que las producciones estadounidenses dominan con más del 80 % del mercado en Perú. Esto indica que las producciones nacionales enfrentan una competencia muy fuerte por parte de contenidos foráneos.

Competencia indirecta: Más allá del género de terror nacional, los jóvenes adultos consumen productos audiovisuales globales de terror psicológico (por ejemplo, producciones hollywoodenses de alto presupuesto) que ofrecen calidad de "escapismo" y valores de producción elevados. Al mismo tiempo, el creciente mercado de streaming representa una amenaza y una oportunidad: plataformas OTT en Perú están proyectadas para generar US$ 108 millones en 2025.

La Quinta se posiciona en un nicho híbrido: no compite únicamente con los grandes estudios internacionales, sino que aprovecha la oportunidad de una audiencia joven que busca identidad local, experiencia inmersiva y narrativa participativa. Su diferenciador radica en:

- Enfoque transmedia (cortometraje + 360°)
- Género de terror psicológico con ambientación urbana limeña
- Público joven urbano con alta interacción digital

PROYECTO / COMPETIDOR	TIPO DE PRODUCTO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	ELEMENTOS QUE LA QUINTA PUEDE MEJORAR O DIFERENCIAR
"La Casa del Diablo" (2019, Perú)	Cortometraje de terror psicológico	Explora lo sobrenatural con estética local; ambientación limeña reconocible.	Limitado alcance digital; sin expansión transmedia ni interacción en línea.	La Quinta incorpora narrativa transmedia y formato 360°, ampliando la experiencia más allá del corto tradicional.
"Sinister Circle / El Círculo" (2017, Perú)	Largometraje de terror con enfoque comercial	Distribución internacional (Netflix); uso de elementos religiosos peruanos.	Guion poco innovador; dependiente de clichés del terror extranjero.	La Quinta apuesta por una narrativa psicológica moderna, con simbolismo urbano y social limeño.
"El Último Piso" (2010, Perú)	Serie web de suspenso psicológico	Uso de espacios cotidianos urbanos; enfoque en jóvenes.	Producción de bajo presupuesto y escasa estrategia digital.	La Quinta fortalece el componente visual y la participación del usuario mediante inmersión digital.
"Paranormal Activity" (2007, EE. UU.)	Largometraje de terror en formato found footage	Referente del subgénero; atmósfera realista e intimidad narrativa.	Descontextualizado para el público latino; sin conexión con identidades locales.	La Quinta adapta el found footage al contexto limeño y al urbano peruano.
"The Haunting of Hill House" (2018, Netflix)	Serie internacional de terror psicológico	Alta calidad técnica; exploración profunda del trauma y la memoria.	Lejana a las realidades latinoamericanas; consumo pasivo.	La Quinta traduce la introspección psicológica a un entorno peruano, ofreciendo una experiencia inmersiva local y participativa.

Figura 5 Tabla de benchmarking

Análisis de contexto

La justificación estratégica de nuestro proyecto se fundamenta en la observación crítica de la dinámica del sector audiovisual peruano. Este contexto se caracteriza por una compleja dualidad: por un lado, una notable aceleración en el consumo de contenidos digitales por parte de la población joven, y por otro, la dependencia simbólica y la baja valoración del entretenimiento de terror producido localmente. Este fenómeno, en el cual los bienes culturales extranjeros son percibidos como de mayor valor frente a las expresiones propias, impacta directamente en la aceptación, el desarrollo y la sostenibilidad del género de terror nacional, un campo que históricamente ha enfrentado limitaciones en su desarrollo y recepción. Abordar esta problemática mediante la identificación de nuestras fortalezas, amenazas y oportunidades es crucial para validar nuestro modelo.

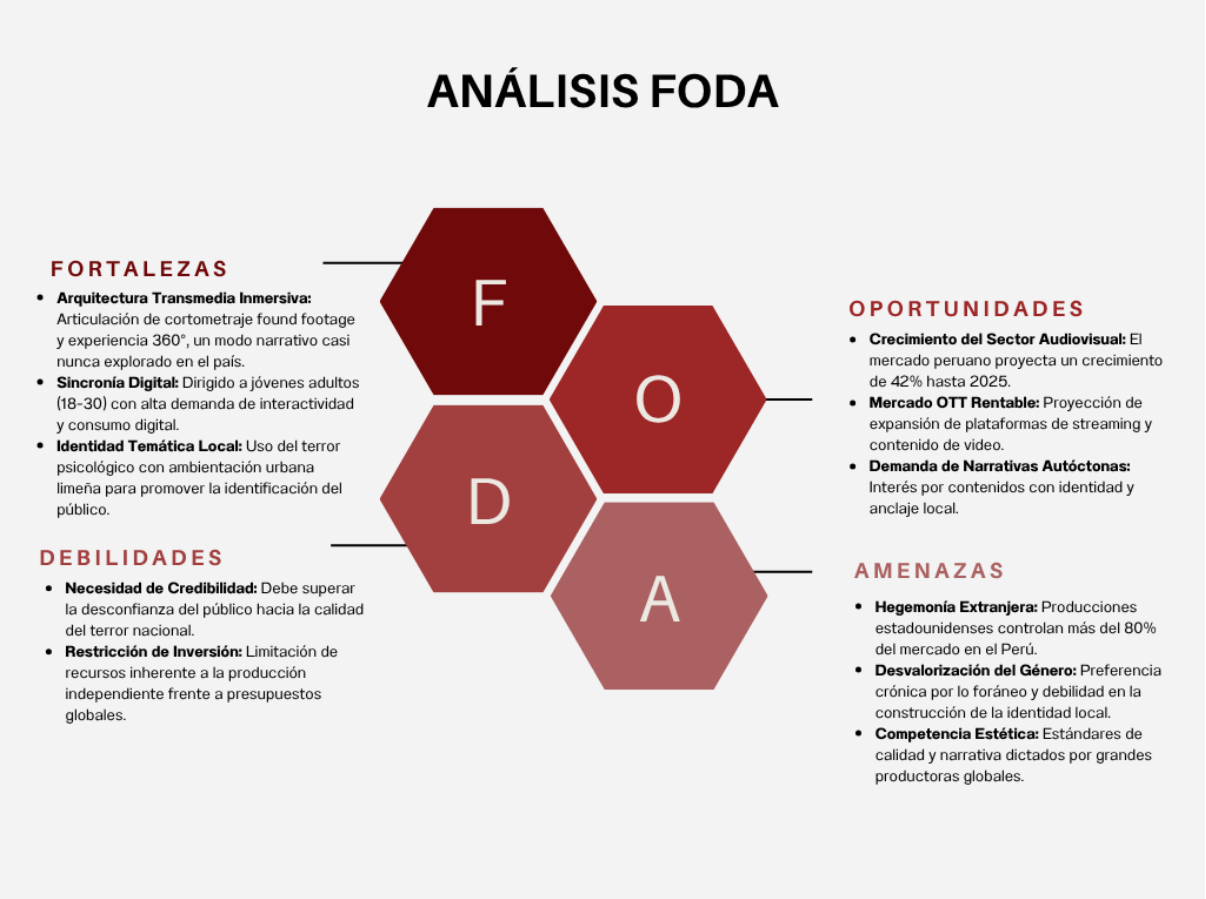


Figura 6 Análisis FODA

Fortalezas Propias

Nuestras fortalezas internas residen en la concepción estratégica y la arquitectura tecnológica del relato, elementos que nos permiten establecer una propuesta única en el mercado peruano. La principal fortaleza de "La Quinta" es la arquitectura narrativa transmedia e inmersiva que hemos diseñado. El proyecto articula el cortometraje en formato found footage con una experiencia de realidad virtual en 360°, proponiendo así un modo innovador narrativo que casi nunca es explorado por las producciones nacionales. Esta estrategia de expansión es una respuesta metodológica para superar el consumo pasivo y sintonizar con la lógica de nuestro público objetivo. Este tipo de consumidor demanda interactividad y la posibilidad de participar en la historia. La integración de los formatos garantiza una narrativa inmersiva e interconectada. Un segundo pilar de nuestra fortaleza es la identidad temática y la autenticidad local que hemos infundido al proyecto. Al optar por el terror psicológico con ambientación

urbana limeña, logramos explorar los elementos del horror desde una perspectiva familiar que promueve la identificación del público con la producción propia.

Amenazas y Competencia

El proyecto se enfrenta a amenazas estructurales y a una competencia global que exige una estrategia de posicionamiento resiliente. La amenaza más significativa es la hegemonía cultural y económica de los modelos narrativos extranjeros, especialmente los de origen norteamericano, que han establecido los estándares estéticos y narrativos con los cuales el público peruano compara cualquier producción local. Esta dominación se traduce en cifras contundentes: las producciones estadounidenses controlan más del 80% del mercado en el Perú (Ministerio de Cultura, 2023), restringiendo la cuota del cine nacional. Esta preferencia marcada ha generado una desconfianza crónica del público hacia la calidad del terror hecho en el país, lo que dificulta la recepción de nuestra propuesta, ya que los espectadores asocian lo foráneo con mayor calidad. A esta problemática cultural se añade la limitada inversión y promoción en el sector audiovisual independiente. Esta restricción económica dificulta nuestra capacidad para competir en promoción y difusión contra los referentes globales de alto presupuesto. Nuestro desafío es de credibilidad cultural, exigiendo que "La Quinta" demuestre que el terror peruano puede ser un vehículo legítimo de entretenimiento de calidad y que es capaz de romper con la percepción de imitación que históricamente ha debilitado la construcción de una identidad propia en el género.

Oportunidades del Entorno y Datos Reales

Las oportunidades para la consolidación de "La Quinta" se encuentran en la convergencia de la expansión económica del sector y la madurez digital del consumidor peruano, elementos que justifican plenamente nuestra estrategia. Datos reales sustentan ineludiblemente la viabilidad de nuestra apuesta digital, la industria cinematográfica peruana proyecta un robusto crecimiento anual de aproximadamente 42% hasta 2025, una tasa que posiciona al Perú entre los tres mercados de mayor proyección de crecimiento en Latinoamérica para ese periodo (Global Entertainment & Media Outlook, 2021; Andina, 2024). Esta expansión económica valida la potencial

sostenibilidad del proyecto a largo plazo. Más relevante aún es la transformación del consumo, los usuarios peruanos invierten en promedio 13 horas semanales en ver videos digitales, superando consistentemente a la televisión tradicional (IMS LATAM, 2016). Esta cifra confirma una audiencia digitalmente alfabetizada y predispuesta a consumir contenido en plataformas como YouTube, validando la estrategia transmedia. La conexión con lo que pasa en Lima y el creciente interés por contenidos autóctonos nos ofrecen una oportunidad cultural invaluable. La Quinta se posiciona para capitalizar la expansión de las plataformas OTT, proyectadas para generar US$ 108 millones en 2025 en el Perú (IMS LATAM, 2016), utilizando estos canales para masificar una narrativa inmersiva y participativa que, al mismo tiempo, fortalece la valoración de las producciones peruanas.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Concepto General

Hemos definido "La Quinta" como una narrativa transmedia de terror psicológico que utiliza referentes locales y dinámicas sociales limeñas como base contextual del relato. Nuestro concepto creativo fundamental es explorar formas contemporáneas de creación de terror peruano, planteándose como una respuesta creativa y crítica frente a la histórica desvalorización del género, no solo desde el producto final, sino desde la estructura narrativa y el proceso de desarrollo del proyecto. La propuesta se despliega como un ecosistema de relato interconectado que utiliza dos soportes principales: el cortometraje en estilo found footage, cuya función es establecer la base narrativa del proyecto transmedia, y la experiencia inmersiva en 360°, crucial para la expansión digital del relato en las plataformas que utiliza nuestro público. Ambos formatos son abordados como herramientas metodológicas que permiten analizar y aplicar estrategias de construcción transmedia en el género de terror. Esta articulación de formatos es lo que confiere a "La Quinta" su carácter distintivo: propone un modelo de creación que transforma el consumo pasivo en una experiencia inmersiva y participativa. De esta forma, nuestro proyecto se posiciona como una referencia metodológica de creación transmedia que fusiona el terror psicológico con los nuevos medios que se separan del consumo tradicional del entretenimiento, validando así la capacidad del terror peruano para competir narrativamente en la esfera global.

Propuesta de Valor

Nuestra Propuesta de Valor ha sido construida para atacar directamente la oportunidad de revalorizar la producción nacional de terror, ofreciendo calidad de técnica profesional y pertinencia cultural profunda en un mismo producto, al mismo tiempo que alinea el proyecto con los objetivos de fomento industrial del Estado Peruano. La formulación estratégica que guía nuestro proyecto se define de la siguiente manera:

Nuestra Propuesta de Valor ha sido construida para responder a un vacío metodológico identificado dentro del ecosistema audiovisual peruano, donde los proyectos de terror suelen desarrollarse sin estructuras que articulen calidad técnica profesional y pertinencia cultural en un mismo proceso de creación. En este sentido, La Quinta plantea un modelo metodológico de narrativa transmedia que orienta el desarrollo de contenidos de terror psicológico con referentes locales, alineándose al mismo tiempo con los objetivos de fomento y fortalecimiento de la industria audiovisual promovidos por el Estado Peruano.

"Ofrecemos una experiencia transmedia e innovadora a los jóvenes adultos que buscan un contenido nacional de género terror peruano de alto valor técnico que refleje su identidad mediante una narrativa coloquial, garantizando la sostenibilidad y rentabilidad a través de los incentivos económicos y fiscales de la Ley de Cinematografía."

El valor principal de nuestro proyecto es doble: no solo damos a los jóvenes adultos el contenido de terror peruano de calidad que quieren haciendo que se sientan orgullosos del cine nacional, sino que, lo más importante, hacemos que nuestro modelo de negocio sea fácil de financiar y muy seguro. Conseguimos esto porque el proyecto encaja perfecto con lo que el Estado Peruano quiere apoyar: podemos pedir financiamiento (Estímulos DAFO) del Ministerio de Cultura para nuestro cortometraje y hasta nuestra experiencia inmersiva.



Figura 7 Propuesta de valor

Elementos Clave o Diferenciadores

Los elementos que garantizan la diferenciación de "La Quinta" se centran en la innovación tecnológica y la estrategia de participación. El principal elemento es el carácter transmedia del producto (cortometraje y 360°), que rompe el consumo tradicional y posiciona al proyecto en la vanguardia digital. La participación y la sostenibilidad digital, garantizadas por la experiencia 360°, son claves. Este formato transforma al espectador en un explorador activo del universo narrativo, fomentando así el engagement necesario para la continuidad del proyecto.

Reflexión Grupal

El desarrollo de "La Quinta" constituye un compromiso profesional y ético que se alinea con las necesidades de la industria cultural en el Perú. Nuestro interés radica en validar al terror peruano como una expresión artística legítima, contribuyendo activamente a la sostenibilidad del sector y creando un modelo viable para futuros realizadores. Este

proyecto es fundamental porque busca la consolidación de una identidad audiovisual moderna y autónoma, revirtiendo la dependencia histórica de modelos extranjeros que han marginalizado nuestras expresiones locales. Creemos que la valoración social o cultural que dejaremos es la idea de que el consumo de narrativas de terror peruano puede ser un acto de orgullo, impulsando la industria cultural y generando oportunidades de desarrollo profesional en el ámbito audiovisual.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Descripción general del producto o servicio

La Quinta propone un producto audiovisual transmedia compuesto por dos piezas centrales: un cortometraje de terror psicológico en formato found footage y una experiencia inmersiva en 360° alojada en YouTube. Ambos formatos conforman un sistema narrativo complementario que busca revalorizar el consumo de terror peruano en jóvenes adultos. El cortometraje constituye la base del universo ficcional, presentando los hechos principales y estableciendo el tono del proyecto. Mientras que la experiencia en 360° expande este relato permitiendo al usuario recorrer digitalmente el cuatro no visto en el cortometraje y entender la otra parte de la historia, así incorporando un nivel de inmersión y exploración activa que fortalece la conexión con la historia. Este producto aplica una metodología replicable de creación narrativa transmedia, orientada a combinar identidad local con lenguajes audiovisuales contemporáneos y ofrecer una experiencia innovadora que conecte al público con el terror nacional.

Características físicas o digitales

El cortometraje está desarrollado bajo el formato found footage, lo que implica un estilo visual que simula la grabación realizada por el personaje principal antes de desaparecer. Este recurso estético permite transmitir sensación de verosimilitud y aporta un tono documental que refuerza el miedo psicológico. Su lenguaje visual se caracteriza por movimientos de cámara espontáneos, iluminación natural y un registro sonoro de pobre calidad que replica una situación real. La ambientación se desarrolla íntegramente dentro de una casa de una quinta limeña, lo que sitúa la narrativa en un espacio cotidiano y reconocible para el público peruano.

La experiencia 360° es un producto digital que utiliza captura panorámica, permitiendo al usuario orientarse libremente en el entorno mediante exploración más didáctica. La pieza está diseñada para complementar el cortometraje, ofreciendo la perspectiva de nuestro segundo protagonista que no se pudo ver en el cortometraje. Así, reforzamos la participación del público en la creación de teorías, especulaciones, etc. Los elementos sonoros y visuales están construidos para generar una experiencia inmersiva. Ambos formatos mantienen la misma coherencia estética y conceptual, utilizando la misma locación, paleta cromática y atmósferas sonoras.

Mecánica de uso o funcionamiento

El acceso del usuario se realiza a través de YouTube, plataforma de nuestra preferencia para fácil acceso y difusión, tanto para el cortometraje como para la experiencia 360°. En el caso del cortometraje, el usuario ingresa al enlace de la pieza audiovisual ya sea desde nuestras redes sociales o encontrado en sus recomendados y reproduce la historia de manera lineal. Este es el punto de entrada en donde nuestro espectador es invitado a explorar más sobre el universo de La Quinta.

En la experiencia 360° el método de inicio del usuario se mantiene igual al cortometraje, pero en este caso, en vez de una historia lineal, el usuario puede navegar libremente dentro del espacio grabado, moviendo el campo visual desde un computador, dispositivo móvil o un dispositivo VR. El recorrido no está gamificado: no existen misiones ni elecciones, sino una exploración contemplativa en la que el usuario observa el entorno que no pudo ser explorado en el cortometraje. Esta mecánica convierte al espectador en un participante activo, ampliando la inmersión sin alterar la estructura narrativa principal.

Triple balance

Sostenibilidad ambiental

El proyecto utiliza plataformas digitales para la distribución, lo que reduce la necesidad de materiales físicos asociados a la exhibición tradicional. Al tratarse de un producto audiovisual alojado en línea, la propuesta evita la producción de soportes físicos, exhibiciones, marketing físico o campañas que generen desperdicios.

Sostenibilidad económica

La Quinta se concibe como un proyecto económicamente viable dentro de los parámetros de producción independiente. Su modelo transmedia favorece la reutilización de recursos: una misma locación funciona para ambos formatos y gran parte del equipo técnico es compartido, optimizando costos. Además, la distribución digital permite llegar a la audiencia sin gastos adicionales de exhibición, lo que facilita la sostenibilidad del proyecto en contextos de bajo presupuesto. A largo plazo, la pieza puede ser utilizada como producto demostrativo en festivales, muestras y espacios académicos, generando oportunidades para la formación y el posicionamiento profesional del equipo creador.

Sostenibilidad social

El proyecto contribuye a la sostenibilidad social al fomentar la valoración de la producción audiovisual peruana y fortalecer la identidad cultural dentro del género de terror. La narrativa se construye desde un espacio característico de Lima como las quintas, lo que permite que el público se reconozca en los códigos visuales y simbólicos. Asimismo, el acceso gratuito y digital garantiza que jóvenes de distintos sectores puedan participar de la experiencia sin barreras económicas. La Quinta promueve la idea de que el entretenimiento nacional puede tener calidad, innovación y relevancia fuera de los métodos convencionales de distribución, generando un impacto positivo en la percepción del cine peruano y en la formación de nuevas audiencias.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de La Quinta se centra en la distribución digital de nuestro producto transmedia para lograr la mayor visibilidad posible usando la accesibilidad como nuestra ventaja más fuerte. La propuesta de valor se centra en ofrecer una experiencia inmersiva y coherente que conecta el cortometraje con la experiencia 360°, permitiendo al espectador explorar un relato de terror psicológico fuera de los métodos tradicionales. Este conjunto responde a la necesidad de revalorizar el terror nacional entre jóvenes adultos, quienes muestran interés por narrativas digitales, formatos breves y contenidos que integren espacios urbanos reales.

El proyecto aplica una metodología replicable de creación narrativa transmedia, que permite combinar identidad local con formatos audiovisuales contemporáneos y facilita la expansión o adaptación de la experiencia a otros contextos.

El proyecto está dirigido principalmente a jóvenes entre 18 y 30 años de Lima Metropolitana y otras ciudades urbanas del país. Este grupo se caracteriza por consumir contenido audiovisual en plataformas digitales, participar activamente en redes sociales y mostrar apertura hacia experiencias narrativas alternativas. De manera secundaria, el proyecto también puede atraer a creadores audiovisuales, estudiantes, comunidades cinéfilas y espacios culturales interesados en producciones independientes con enfoque local.

Los canales de distribución se basan en plataformas gratuitas y de alto alcance, como YouTube para el cortometraje y el video 360°, además de TikTok e Instagram para la circulación de material promocional. Esto permite que la propuesta llegue a los usuarios dentro de sus prácticas habituales de consumo digital, evitando barreras de acceso económico. La interacción con el público combina momentos de participación pasiva y activa: los espectadores siguen inicialmente la narrativa del cortometraje de manera pasiva, pero pueden explorar activamente la historia en el 360° y generar interacción social a través de redes, comentando, compartiendo y construyendo interpretaciones colectivas del universo narrativo.

En términos de sostenibilidad económica, el proyecto puede mantenerse a través de diversas fuentes: monetización en YouTube tras alcanzar los requisitos de visualización, participación en fondos concursables de cine y cultura y alianzas con espacios culturales o festivales interesados en exhibir contenido de terror peruano.

Los recursos clave incluyen el equipo técnico de producción, la locación principal, los dispositivos de grabación para el formato tradicional y 360°, plataformas digitales de distribución y el equipo humano responsable del guión, puesta en escena, filmación, postproducción y gestión de redes. Las actividades clave abarcan la producción y

edición audiovisual, la gestión de publicaciones en redes sociales, la administración del canal de YouTube, el crowdfunding y la creación de material complementario.

En los aliados clave pueden incluir festivales de cine, centros culturales, colectivos audiovisuales, instituciones educativas, influencers especializados en cine o narrativa digital y organizaciones que promuevan el contenido cultural peruano. Estos aliados pueden facilitar la difusión, legitiman el proyecto y amplían su alcance.

Los costos principales se concentran en la producción del cortometraje y del 360° (equipos, sonido, transporte, grabación y postproducción), así como en la promoción digital y la participación en festivales. Una estructura digital reduce costos operativos a largo plazo, ya que la distribución no requiere inversión en exhibición física.

Finalmente, la escalabilidad del proyecto se articula a través de la continuidad del universo narrativo. La Quinta puede expandirse mediante cómics, archivos ficticios que simulan una experiencia ARG e historias extra en redes que mantengan viva la experiencia. Su sostenibilidad de la metodología también se fortalece a través de talleres y capacitaciones para estudiantes y creadores audiovisuales, documentación del proceso creativo y guías de replicación, así como colaboraciones con festivales, colectivos culturales y universidades. Su continuidad en el tiempo depende de la interacción con la comunidad, del feedback recibido para adaptar nuevas historias y del potencial para consolidarse como una referencia dentro del terror peruano independiente, replicando su modelo en otras locaciones urbanas con narrativas similares.

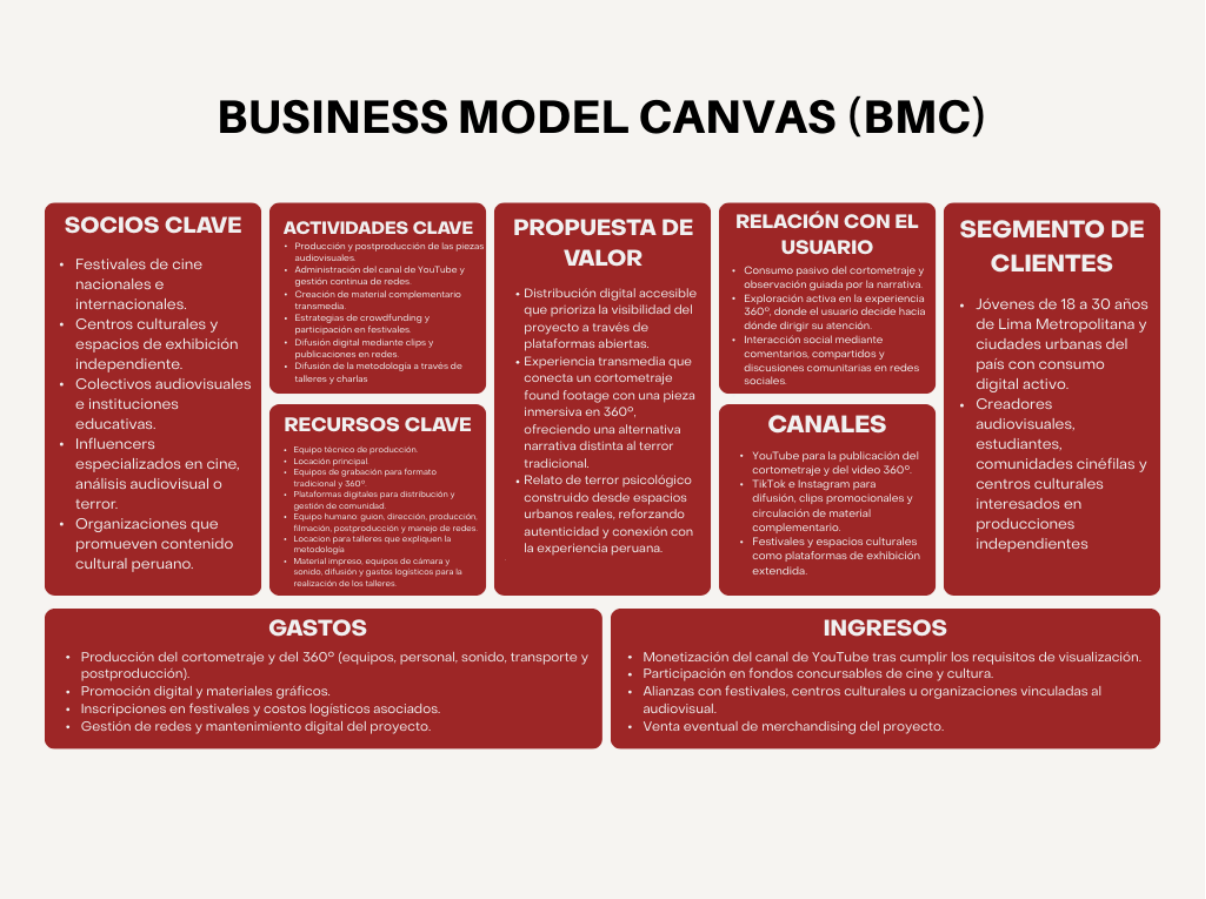


Figura 8 Business model canvas (BMC)

2.5.6 Resultados esperados

RE1: Se espera que los jóvenes adultos tengan la capacidad de conectarse emocionalmente con la historia de terror psicológico desde un entorno urbano limeño, proporcionando así una mayor identificación con el contenido nacional.

RE2: Se espera que los usuarios tengan la capacidad de experimentar una mejor inmersión narrativa que la que ofrecen los productos tradicionales, de modo que puedan expresar una sensación de participación activa y curiosidad hacia la historia .

RE3: Se espera que los espectadores tengan la capacidad de reconsiderar la calidad percibida del terror peruano, de modo que puedan expresar una valoración más positiva hacia las producciones nacionales .

RE4: Se espera que el público tenga la capacidad de interactuar y dialogar en torno al universo narrativo, de modo que se generen interpretaciones, teorías o discusiones espontáneas que demuestren un engagement profundo con la historia.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipo de baja fidelidad

Cortometraje:

Este prototipo busca hacer visible la propuesta de terror psicológico en formato found footage y evaluar la coherencia entre las escenas clave y la atmósfera que acompañará al proyecto transmedia.

El storyboard reúne los momentos más importantes del relato: la entrada de Christian a la casa, el hallazgo de la caja musical, la revisión de los videos sobre Alex, la escena del ritual captada por cámaras de seguridad, el descubrimiento de la puerta abierta, el hallazgo del cuerpo de Alex y el intento fallido de escapar.

Los elementos incluidos buscan probar si la narrativa funciona con un estilo visual amateur, si los objetos (como la caja musical) aportan significado, y si las escenas mantienen una progresión clara sin recurrir a lo explícito. Además, el prototipo permite evaluar cómo estos momentos servirán como puente hacia la experiencia 360°, que expandirá los espacios vistos en el cortometraje.

En conjunto, el storyboard permitió validar la atmósfera, el ritmo y la lógica espacial del relato antes de la producción, asegurando que la propuesta se mantenga coherente con los principios del terror psicológico y con la identidad transmedia del proyecto.



Figura 9 Prototipo de baja calidad - Storyboard (cortometraje)

Experiencia inmersiva (360°):

Este prototipo representa los momentos esenciales que estructuran la experiencia: la configuración inicial de las cámaras y luces realizada por Alex, el momento en que queda encerrado y busca comunicarse sin éxito, su desaparición repentina y el glitch final que simula la falla de la cámara.

Las escenas permiten comprobar si, efectivamente, el espacio narrativamente funciona como ambiente inmersivo, si los elementos del cuarto generan tensión, y si el avance de las imágenes permite guiar hacia una comprensión sin un apoyo explícito. Este prototipo también permite ensayar la coherencia estética con el propio cortometraje y anticipar cómo la perspectiva de 360º puede potenciar la exploración del entorno.

El storyboard le da forma a la propuesta de la inmersión y ayuda a que haya una primera necesaria retroalimentación respecto de la narrativa espacial antes de ejecutar la captura final 360º.



Figura 10 Prototipo de baja calidad - Storyboard (360°)

Prototipo de alta fidelidad

Cortometraje:

El prototipo de alta fidelidad corresponde al cortometraje final ya grabado, editado y postproducido, el cual representa una versión mucho más cercana al producto definitivo. En esta fase se introdujeron mejoras significativas respecto al prototipo de baja fidelidad: se definió la puesta en escena, se estableció una forma visual coherente al tono de terror psicológico, se ajustaron los encuadres y los movimientos de cámara para enfatizar la tensión en los relatos y se trabajó la iluminación para otorgar mayor profundidad y atmósfera al mismo. También se mantuvo y se optimizó el ritmo de la narración a través de una edición ajustada y se alcanzó con él un diseño sonoro que resalta los momentos críticos para la generación del suspenso.

Para su producción se utilizaron cámaras Go Pros, luces prácticas, micrófonos ambientales y software adecuado para la edición, la corrección del color y la mezcla de audio. El prototipo de alta fidelidad muestra cómo se verá y cómo se sentirá la propuesta en un contexto real, así como también muestra su capacidad para generar inmersión, y deja su experiencia emocional clara para el usuario que interactúe con el universo narrativo de La Quinta.



Figura 11 Prototipo de alta calidad - Cortometraje

Experiencia inmersiva (360°):

El prototipo de alta fidelidad de la experiencia 360° corresponde a la versión final ya grabada, editada y publicada como video interactivo en YouTube, lo que permite al usuario vivir la inmersión real del proyecto. En esta etapa se mejoraron significativamente los elementos planteados en el prototipo inicial: se ajustó la disposición del espacio, se reforzó la atmósfera visual mediante una ambientación más cargada y caótica, y se optimizaron las transiciones y efectos de glitch para intensificar la sensación de encierro y desorientación. También se perfeccionó la continuidad entre acciones, como la instalación de cámaras, la búsqueda de salida y la desaparición del personaje, para lograr una narrativa fluida dentro del entorno 360°.

Para su desarrollo se utilizó una cámara omnidireccional, iluminación práctica adaptada al formato panorámico y herramientas digitales para stitching, edición y corrección visual integral. Esta versión muestra directamente cómo el usuario interactúa con el espacio, revelando el nivel de tensión, exploración y participación que constituye el núcleo de la propuesta transmedia de La Quinta.



Figura 12 Prototipo de alta calidad - 360°

2.5.8 Experimentos

Actividad de validación

Para validar la propuesta transmedia La Quinta y comprender cómo los usuarios jóvenes perciben el terror peruano dentro de formatos audiovisuales contemporáneos, se desarrollaron dos actividades complementarias: un focus group presencial y un formulario digital con preguntas abiertas. Estas herramientas permitieron observar reacciones espontáneas, captar percepciones profundas y contrastar sensaciones después de la experiencia completa. El objetivo principal de esta validación fue identificar si el proyecto logra generar inmersión, si se comprende adecuadamente su narrativa y si efectivamente modifica la percepción que los jóvenes tienen sobre el terror peruano, un género que ellos mismos describen como limitado, repetitivo y poco innovador antes de la exposición al material. El focus group tuvo una duración aproximada de cuarenta minutos por sesión y se realizó en un espacio controlado, donde los participantes visionaron el cortometraje y la experiencia 360° para posteriormente reflexionar sobre su recorrido y su recepción emocional. El formulario complementó esta dinámica permitiendo obtener reacciones de otros individuos que no pudieron participar en el focus sobre

todo en torno al impacto emocional y la identificación de elementos que percibieron como propiamente locales.

Público participante

El experimento se realizó con cinco jóvenes de entre 20 y 24 años, residentes en Lima y con un fuerte hábito de consumo de películas y contenido audiovisual, particularmente relacionados al género de terror o suspenso. Este perfil fue elegido porque representa al público que con mayor frecuencia interactúa con contenidos digitales, consume horror internacional y, por tanto, tiene referentes comparativos que permiten evaluar la originalidad, calidad e impacto de una propuesta de terror peruano. Asimismo, se trata de un segmento que participa activamente en plataformas como YouTube y TikTok, lo cual es coherente con el diseño transmedia del proyecto. Dos sesiones de focus group reunieron a estos cinco participantes, quienes vieron primero el cortometraje y luego la experiencia 360°. Ambos componentes funcionaron como el punto de entrada al mundo narrativo que luego se expandiría en los demás canales del proyecto. Complementariamente, el formulario digital recogió respuestas adicionales de público joven con rangos etarios que se extendieron desde los 18 hasta los 30 años; estas respuestas permitieron ampliar la muestra de percepción y contrastar las observaciones grupales con impresiones individuales y más diversificadas. La información del formulario incluye patrones recurrentes sobre emociones (tensión, curiosidad, miedo), valoración del 360° como elemento inmersivo y comentarios sobre la percepción previa y posterior del terror peruano.

Validación del Proyecto

Proyecto: La Quinta – Propuesta transmedia de terror psicológico

Instrumento de validación: Focus group abierto + cuestionario digital con preguntas abiertas.

Participantes: 5 jóvenes de 20 a 24 años, residentes en Lima, aficionados al cine y consumidores activos de contenido audiovisual, especialmente del género de terror y 15 jóvenes de 18 a 30 años, residentes en Lima en el formulario.

Formato del experimento: Proyección del cortometraje completo seguida de la experiencia 360°; posteriormente se desarrolló una conversación moderada. Virtualmente se

aplicó un formulario digital para registrar impresiones generales de un público fuera de nuestro focus group.

Resultados del público

"Yo venía con la idea de que el terror peruano siempre es chistoso o mal hecho, pero esto sí me generó tensión de verdad."

"En el 360 sentí que estaba adentro del cuarto, hubo momentos en los que no sabía hacia dónde mirar y eso me dio ansiedad, pero en el buen sentido."

"El corto se entendió, pero quería saber más de la familia Torres o del ente. Siento que hay una historia más grande que todavía no se cuenta."

"Cuando mencionaron cosas del terrorismo me pareció fuerte porque eso sí es peruano. No es un miedo inventado, es algo que ha pasado."

"El 360 me ayudó a entender mejor lo que le pasa a Alex. En el corto solo ves que desaparece, pero acá se siente más personal."

"El terror peruano puede ser bueno si sigue este camino, más psicológico y con mejor técnica. Esto sí se siente distinto a lo que normalmente se hace."

Análisis del moderador

Las discusiones revelaron un cambio significativo en la percepción que los jóvenes tenían sobre el terror peruano. Antes de la experiencia, la mayoría lo asociaba con producciones poco serias, efectistas y con escasa innovación técnica. Tras la exposición al material, los participantes coincidieron en que tanto el cortometraje como la experiencia 360° ofrecían una aproximación más sólida al género, con mayor cuidado narrativo, mejor construcción de atmósferas y un uso del espacio que resultaba inmersivo.

El grupo valoró especialmente el 360°, considerado por todos como el elemento más novedoso, ya que intensificaba la sensación de encierro y aportaba información complementaria que enriquecía la narrativa del cortometraje. Sin embargo, también se señalaron aspectos por reforzar, como ciertos momentos de baja tensión en el 360° y la necesidad de ampliar el trasfondo de los personajes para fortalecer la coherencia del mundo narrativo.

En cuanto a los elementos culturales, los participantes identificaron rápidamente referencias locales y las interpretaron como un aporte clave para construir un terror "auténticamente peruano". La mención al terrorismo, la estética de la quinta y el uso del lenguaje coloquial generaron reconocimiento y contribuyeron a reforzar la cercanía emocional con la historia. Tanto en el focus group como en las respuestas del formulario se observó que la incorporación de miedos anclados en la memoria colectiva tuvo un impacto relevante.

La comprensión general del relato fue adecuada, aunque surgió el deseo de profundizar en la historia de la entidad y en los eventos previos al cortometraje. Además, se observó una valoración positiva del manejo sonoro, considerado como uno de los elementos más efectivos para sostener la tensión, especialmente en el formato 360°.

Resultados y hallazgos

Los hallazgos obtenidos evidenciaron patrones claros respecto a la recepción del terror peruano y la capacidad del proyecto para modificar percepciones. De manera general, los participantes señalaron que antes de la experiencia consideraban al terror peruano como limitado, poco técnico, repetitivo, basado en clichés y con escasa innovación, especialmente en comparación con producciones extranjeras. Sin embargo, tanto en el focus group como en el formulario se observó un cambio significativo en esta percepción. Los jóvenes coincidieron en que la propuesta transmedia introdujo un enfoque que no habían visto antes en producciones nacionales: mayor construcción de tensión, un uso narrativo más sólido y la incorporación de tecnología inmersiva como el video 360°, que fue identificado como el elemento más disruptivo. Varios participantes enfatizaron que la experiencia 360° "cambió por completo" su idea del terror peruano, ya que les permitió sentirse parte de la escena y comprender detalles narrativos que en el cortometraje solo estaban insinuados.

En términos emocionales, la experiencia generó principalmente tensión, miedo, curiosidad e incomodidad, sensaciones que se alinean con los objetivos del género. En el cortometraje, los momentos de mayor impacto se asociaron al ritual, a la escena final

y a la presencia del ente, mientras que en el 360° el nivel de inmersión aumentó por el uso de glitches, la sensación de encierro y la perspectiva subjetiva del personaje. Ninguno de los participantes reportó rupturas importantes en la tensión general, aunque algunos indicaron la existencia de "momentos valle" en el 360° que, si bien no los desconectaron, redujeron ligeramente la intensidad del suspenso.

Respecto a la dimensión cultural, tanto en el focus como en el formulario fue recurrente la interpretación de que el terror presentado se percibía como peruano gracias a elementos como el lenguaje coloquial, las jergas, la ambientación en una quinta limeña, la estética del espacio y referencias a episodios históricos como el terrorismo. Los participantes resaltaron que estos elementos contribuyen a generar cercanía cultural y reconocimiento emocional, lo cual consideran fundamental para un terror nacional más sólido.

En cuanto a la comprensión narrativa, la mayoría indicó que la historia fue clara, aunque señalaron que ciertos antecedentes como el origen de la entidad, la historia de los Torres o el trasfondo psicológico de los protagonistas podrían desarrollarse más. Los jóvenes también destacaron que el 360° complementa eficazmente el cortometraje, ya que les permitió conocer la perspectiva de Alex y resolver dudas que surgían en el corto, como saber qué ocurrió exactamente antes de su desaparición.

Finalmente, surgieron recomendaciones sobre mejoras técnicas y narrativas: fortalecer la iluminación para potenciar las sombras y la profundidad, trabajar la continuidad y el ritmo para evitar caídas momentáneas de tensión, incrementar la claridad de ciertos momentos narrativos y ampliar la presencia de elementos mencionados en el cortometraje dentro del 360°, como la caja musical o las referencias al ritual.

Conclusión y ajustes realizados

Los resultados del experimento evidencian que la propuesta transmedia La Quinta logra desafiar las percepciones negativas que los jóvenes tienen sobre el terror peruano, generando una experiencia más inmersiva, coherente y emocionalmente efectiva. El cortometraje establece una base sólida, mientras que la experiencia 360° expande la

narrativa y potencia la conexión psicológica con los personajes. No obstante, la validación reveló oportunidades de mejora, como afinar el ritmo del 360°, fortalecer la continuidad narrativa entre ambos productos y ampliar el trasfondo del ente y de la familia Torres.

A partir de estos hallazgos, se decidió ajustar la iluminación en puntos específicos del 360°, reforzar la presencia de elementos simbólicos que conecten ambos formatos y ampliar la información narrativa mediante recursos adicionales del proyecto. Estos cambios buscan garantizar que La Quinta consolide una identidad transmedia más robusta y una propuesta de terror peruano capaz de competir con referentes internacionales sin perder su arraigo cultural.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La Quinta surge como una metodología replicable de creación narrativa transmedia, desarrollada para abordar la desconexión persistente entre el público joven y las producciones nacionales de terror. Esta distancia no se explica únicamente por preferencias estéticas, sino por una percepción instalada de que el género, en su versión peruana, carece de desarrollo formal, actualización técnica y una exploración convincente de temáticas cercanas a la vida cotidiana. El análisis inicial evidenció que la ausencia de propuestas que utilicen lenguajes audiovisuales contemporáneos limita el interés de los espectadores y restringe la posibilidad de que el terror funcione como un espacio de representación simbólica de la experiencia urbana actual.

El proyecto se dirige a jóvenes adultos de 18 a 30 años que concentran su consumo cultural en plataformas digitales y que han incorporado la interacción constante como parte de su relación con los medios. Se trata de un público exigente, acostumbrado a evaluar la coherencia técnica y narrativa de las obras que consume, y que tiende a comparar la producción nacional con referentes internacionales de alta circulación. Sin embargo, este mismo público ha mostrado interés por propuestas que incorporen elementos de su entorno inmediato y que empleen tecnologías que amplíen la inmersión y la participación.

La metodología se aplicó a través de un caso piloto compuesto por dos formatos complementarios: un cortometraje en estilo found footage y un video inmersivo en 360°. Ambos componentes permiten que la historia se expanda y que el usuario obtenga información desde puntos de vista distintos. La innovación radica no solo en el uso de tecnologías contemporáneas, sino en su integración a un contexto limeño reconocible, lo que contribuye a una representación menos dependiente de modelos externos y permite establecer un modelo replicable para futuras producciones de terror peruano.

La propuesta se articula con la promesa de valor de la metodología, ofreciendo una experiencia accesible, coherente y adaptada al modo de consumo del público objetivo. A diferencia de formatos tradicionales, los productos de La Quinta se distribuyen íntegramente en entornos digitales, lo que facilita la circulación y reduce barreras de acceso. El modelo de negocio se sostiene gracias al uso de recursos reutilizables, a la posibilidad de participar en fondos culturales y a la circulación en plataformas donde el usuario ya se encuentra familiarizado con el tipo de consumo audiovisual que se propone.

El proceso de validación confirmó la pertinencia de la metodología. Los participantes señalaron que tanto el cortometraje como el 360° generaron tensión sostenida, claridad narrativa y una sensación de proximidad derivada de las referencias espaciales y culturales. Asimismo, se identificó que el uso del 360° contribuye a ampliar la comprensión de los hechos y fomenta la sensación de participación sin necesidad de romper la lógica del género. Si bien surgieron comentarios que motivaron ajustes como mejorar el ritmo interno del 360° o reforzar la continuidad estética entre las dos piezas, los resultados evidenciaron que la propuesta modifica de manera favorable la percepción inicial del terror peruano.

En términos de sostenibilidad, la metodología de La Quinta se apoya en un manejo eficiente de recursos, una distribución digital con bajo impacto ambiental y la promoción de una identidad cultural que favorece el fortalecimiento del sector audiovisual independiente. La estrategia busca construir una base de usuarios que reconozca el

potencial del terror nacional y que encuentre, en esta propuesta, un punto de partida para nuevas producciones que dialoguen con la realidad peruana sin renunciar a estándares contemporáneos de calidad.

Finalmente, el proyecto aspira a consolidarse como una alternativa viable y replicable dentro del panorama audiovisual peruano, demostrando que el género puede renovarse mediante propuestas que combinan tecnologías accesibles, atención al contexto local y una visión estética que responde a las expectativas del público joven. Su implementación abre la posibilidad de ampliar el repertorio del terror nacional y de fortalecer una identidad audiovisual que no dependa de la imitación de modelos externos, sino de la reinterpretación de problemáticas, espacios y tensiones que forman parte del día a día en la ciudad.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Organiza el presupuesto por categorías

PRESUPUESTO (PILOTO) POR CATEGORÍA	
CATEGORÍA	**¿QUÉ INCLUYE?**
Honorarios profesionales	Casting
Producción y montaje	Rental equipo técnico, escenografía/utilería/styling , reparación y daños en locaciones , catering
Herramientas o software	Colorización
Transporte y logística	Movilidad (equipo y talento)
Otros gastos del proyecto	Gastos misceláneos, SAFE

Tabla 1 Presupuesto por categoría (piloto)

PRESUPUESTO (DIFUSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA) POR CATEGORÍA	
CATEGORÍA	**¿QUÉ INCLUYE?**
Alquiler de espacio	Aula, sala cultural o espacio comunitario para taller
Honorarios facilitador	Conducción del taller metodológico
Materiales	Impresiones, guías metodológicas, fichas
Catering	Refrigerio para participantes
Difusión	Diseño gráfico, publicaciones digitales
Logística	Movilidad, apoyo técnico

Tabla 2 Presupuesto por categoría (difusión e implementación de la metodología)

Detalla cada ítem en una tabla

ÍTEMS (PILOTO)			
ÍTEMS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
Alquiler de locación	4 días	S/.500	S/.2.000
Actor principal	1	S/.1.000	S/.1.000
Actor secundario	1	S/.400	S/.400
Rental del equipo técnico	1	S/.70	S/.70
Escenografía / Utilería /Styling	1	S/.1.600	S/.1.600
Reparación y daños en locaciones	1	S/.200	S/.200
Gastos miselaneos	1	S/.100	S/.100
Catering	4 días	S/.150	S/.600
Movilidad (equipo y talento)	4 días	S/.125	S/.500
Colorización	1	S/.350	S/.350
SAFE	1	S/.682	S/.682

Tabla 3 Presupuesto detallado (piloto)

ÍTEMS (DIFUSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA)			
ÍTEMS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
Alquiler de espacio para taller	1 día	S/.800	S/.800
Honorarios facilitador metodológico	1	S/.600	S/.600
Materiales impresos (guías y fichas)	10	S/.10	S/.100
Equipos audiovisuales (proyector / audio)	1	S/.250	S/.250
Catering	1	S/.300	S/.300
Movilidad y logística	1	S/.200	S/.200
Difusión digital del taller	1	S/.150	S/.150
Gastos misceláneos	1	S/.100	S/.100
SAFE	1	S/.200	S/.200

Tabla 4 Presupuesto detallado (difusión e implementación de la metodología)

Calcula el total general del presupuesto

Después de sumar cada ítem de ambas tablas, tenemos como resultado el monto de **S/.10 202**. Este sería el precio aproximado para poder realizar nuestros producto piloto y también la difusión de nuestra metodología.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Valoración del proceso vivido

El desarrollo del proyecto permitió comprender con claridad las dinámicas reales de recepción del contenido por parte del público objetivo. A medida que avanzó la investigación, se evidenció que las primeras aproximaciones conceptuales necesitaban una estructura más precisa y un uso más controlado de los recursos audiovisuales. El proceso de validación confirmó la importancia de ajustar ritmos narrativos, manejo de tensión y articulación interna entre las piezas, lo que llevó a una propuesta más coherente y mejor alineada con los hábitos de consumo del usuario joven.

Validación de la propuesta de valor

La evaluación con usuarios mostró que la propuesta logra captar su atención y que existe interés por contenidos que empleen formatos inmersivos acompañados de un tratamiento visual cuidado. Se identificó que el público valora la estabilidad técnica, la claridad en la progresión de la historia y la sensación de participación que brinda la experiencia 360°. Estos aspectos fueron reconocidos como diferenciadores frente a producciones independientes habituales, lo que confirma que la propuesta responde de manera pertinente a las necesidades detectadas.

Evaluación del modelo de sostenibilidad

El modelo planteado demuestra ser viable debido a sus costos moderados y a la posibilidad de ampliarse mediante plataformas digitales sin requerir inversión adicional significativa. La estructura actual facilita postular a fondos culturales y permite integrar colaboraciones con instituciones interesadas en promover producciones independientes. Asimismo, la reutilización de locaciones y recursos técnicos refuerza su sostenibilidad, aunque será necesario fortalecer la estrategia de difusión para asegurar continuidad y crecimiento del proyecto.

Evidencias del trabajo con usuarios

Los instrumentos aplicados permitieron recopilar resultados que respaldan la pertinencia de la propuesta. La mayoría de participantes reconoció que la atmósfera visual y sonora generaba interés sostenido y que el formato 360° aportaba novedad. Además, se observó

que el usuario distinguía con claridad las funciones del cortometraje y de la experiencia inmersiva, validando su complementariedad.



Figura 13 Evidencia de trabajo (forms)



Figura 14 Evidencia de trabajo (forms)

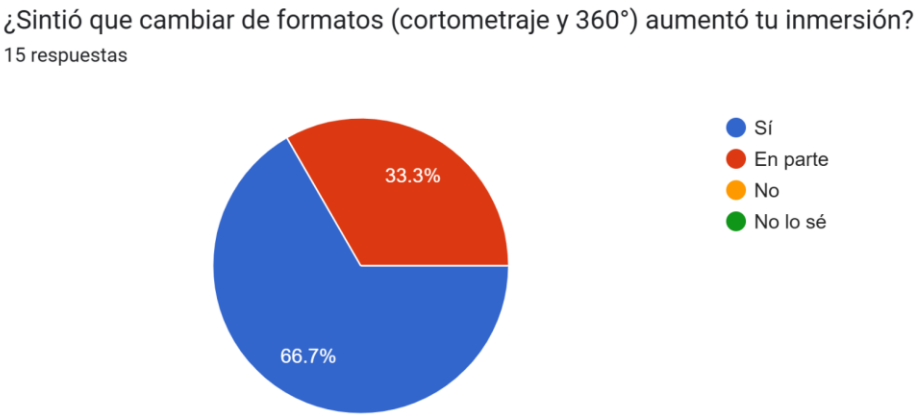


Figura 15 Evidencia de trabajo (forms)



Figura 16 Evidencia de trabajo (forms)



Figura 17 Evidencia de trabajo (forms)

4.2 Recomendaciones

Ajustes necesarios para la implementación

Se recomienda optimizar la estrategia de circulación en plataformas de mayor alcance para el público objetivo y reforzar la identidad sonora del proyecto para consolidar reconocimiento inmediato. Asimismo, será útil ampliar la documentación visual de la locación para enriquecer futuras ampliaciones narrativas y asegurar una continuidad estética homogénea en nuevas piezas.

Escalabilidad y proyección futura

El proyecto cuenta con condiciones suficientes para expandirse hacia nuevas piezas audiovisuales que amplíen el universo planteado. La estructura modular permite incorporar capítulos adicionales, experiencias interactivas o extensiones digitales sin comprometer la coherencia del producto. Esto podría facilitar su inserción en circuitos académicos, festivales y plataformas de difusión especializada.

Riesgos o limitaciones identificados

El proyecto presenta desafíos vinculados principalmente a la disponibilidad de locaciones, la gestión de permisos y la necesidad de asegurar consistencia técnica en futuras producciones. Para mitigarlos, es recomendable establecer alianzas formales con espacios culturales, instituciones educativas o colectivos creativos que puedan ofrecer respaldo logístico, infraestructura y posibilidades de exhibición.

V. Referencias Bibliográficas

Alejos Gutierrez, C. V. (2021). Cine de terror peruano y estrategias de marketing: los casos de El demonio de los andes y Secreto Matusita. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13694

Stucchi-Portocarrero, S., & Herrera-Lopez, V. (2014). Cine peruano actual y psicopatología. Revista de Neuro-Psiquiatría, 77(4), 207-213. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0034-85972014000400003&script=sci_arttext&tlng=en

Bedoya, R. (2016). Miedo y memoria en el cine andino de horror. L'Âge d'or. Images dans le monde ibérique et ibéroaméricain, (9). https://journals.openedition.org/agedor/1220

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collid. New York, NY: New, 1-2. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/70526049/1477-

libre.pdf?1632909961=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConvergence_Culture_Where_Old_and_New_Me.pdf&Expires=1762383874&Signature=Q3Rku2RsXiQXX8Pbj1RgYeDzM1Z7HQ8lyG0TbTSc04ABoGFnf2I6qpSmIZYFK~5eFt90jn4f9sSfp4QyZXX75OUu8X6gZV9zw4Sj8FSfR75km7mUSf3jCmrQcH9vQq4MiSEuU97KShw49MYTGEgw8eixidPhLi~5s-W4UqO1LQDEE8ZVQHsJbIYFwPQmR7brT47q2YQzoeXsuDsYV6a0Qj3qoiadcjS2RJTT8RMUAkpLRWCv1zmvbFNDKwCUvuCX5Ldd3ph231qlD1HOYkduDXGsfU2GWFGnkoICE4h0sqkC8SkPpFxSSb4smck23xd2sfMwJZwsZ1IIZfP4vxwc7w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Carpentier, N. (2011). Media and participation: A site of ideological-democratic struggle (p. 408). Intellect. https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/32743

Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025 (2021). “Industria peruana de cine crecerá 42% hasta el 2025”. El Economista. https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Industria-peruana-de-cine-crecera-42-hasta-el-2025-PwC-20211220-0117.html

Andina. (2024, abril 20). “Perú alcanza top 3 de ranking latinoamericano sobre crecimiento de industria audiovisual”. Andina. https://andina.pe/agencia/noticia-peru-alcanza-top-3-ranking-latinoamericano-sobre-crecimiento-industria-audiovisual-982769.aspx

IMS LATAM. (2016). Conoce los estudios de vídeo digital en Perú. Mercado Negro. https://www.mercadonegro.pe/medios/digital/conoce-los-estudios-video-digital-peru/?utm

Ministerio de Cultura. Dirección General de Industrias Culturales y Artes. (2023, enero). ¿Cómo vamos en el consumo de cine y audiovisual en el Perú? Análisis de indicadores de asistencia al cine y adquisición de contenidos de video entre los años 2016 y 2020. Repositorio Institucional del Ministerio de Cultura. https://repositorio.cultura.gob.pe/handle/20.500.14427/8337?utm

Ministerio de Cultura. (2021, 13 de agosto). Consumo cultural en el Perú – Campañas. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/cultura/campa%C3%B1as/4101-consumo-cultural-en-el-peru

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025). Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares: Enero–febrero–marzo 2025.

https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/6914428-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-ene-feb-mar-2025

VI. Anexos