ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Transmedia Ghaiad como propuesta para el fortalecimiento de la identidad cultural en los jovenes del Peru

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS ANIMADOS

PRESENTADA POR

Wendy Jasmine Hostos Aranda
DNI: 75527514, Perú

ASESOR

Silvana Tabata Espinoza Gomez
DNI: 75537883, Perú
ORCID: 0009-0000-1441-7470

JURADO

Pérez Ortiz Brigitte Madelein
Marrou Vasquez Gianella Franchesca
Chunga Chunga Juan Miguel

Lima, enero 2026

2020009191-Wendy Hostos.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549071331

Fecha de entrega
24 ene 2026, 6:40 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 1:49 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
2020009191-Wendy Hostos.pdf

Tamaño del archivo
4.4 MB

51 páginas

8189 palabras

40.393 caracteres

turnitin Página 1 de 57 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:549071331

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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

Dedicatoria

A mis padres, hermanos y a todos los que me apoyaron en estos años de carrera.

Agradecimiento

Agradezco a mis profesores que con sus consejos y enseñanzas me motivaron a seguir adelante, a todos mis amigos que siempre estuvieron conmigo y a la asesora que me ayudó en la elaboración de este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 1

II. Descripción de la innovación **2**

2.1 Planteamiento del Problema 2

2.2 Población beneficiaria 4

2.3 Objetivo(s) del proyecto 5

2.4 Marco referencial 6

2.5 Proceso creativo y experimentos 7

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 8

2.5.2 Información sobre el Mercado 10

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12

2.5.4 Diseño de producto/servicio 13

2.5.5 Modelo de Negocio 15

2.5.6 Resultados esperados 17

2.5.7 Prototipos desarrollados 18

2.5.8 Experimentos 20

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 30

III. Estimación de costos **31**

3.1 Presupuesto 31

IV. Conclusiones y recomendaciones **34**

4.1 Conclusiones 35

4.2 Recomendaciones 35

V. Referencias Bibliográficas **35**

VI. Anexos **36**

6.1 Informe de Turnitin 39

ÍNDICE DE TABLAS

tabla 1 13
tabla 2 14
tabla 3 14
tabla 4 **26**
tabla 5 **27**
tabla 6 **27**
tabla 7 **28**
tabla 8 **28**
tabla 9 **29**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1, Árbol analisis de problemas 3
Figura 2, Mapa de actores 5
Figura 3, Arquetipo de usuario 7
Figura 4, Mapa de empatía 8
Figura 5, Brainstorming 10
Figura 6, Propuesta de valor. 10
Figura 7, Business canvas 12
Figura 8, prototipo comic 15
Figura 9, gráfico 1 16
Figura 10, gráfico 2 16
Figura 11, gráfico 3 16
Figura 12, pregunta 1 17
Figura 13, gráfico 4 17
Figura 14, gráfico 5 18
Figura 15, gráfico 6 18
Figura 16, pregunta 2 19
Figura 17, gráfico 7 19
Figura 18, gráfico 8 19
Figura 19, gráfico 9 20
Figura 20, gráfico 10 20
Figura 21, gráfico 11 20
Figura 22, gráfico 12 21
Figura 23, gráfico 13 21
Figura 24, gráfico 14 21
Figura 25, gráfico 15 22
Figura 26, gráfico 18 22
Figura 27, gráfico 19 22
Figura 28, pregunta 3 23
Figura 29, gráfico 20 23
Figura 30, pregunta 4 24
Figura 31, pregunta 4 24
Figura 32, gráfico 22 24

Figura 33, gráfico 22 25

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Transmedia Ghaiad como propuesta para el fortalecimiento de la identidad cultural en los jovenes del Peru

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Transmedia Ghaiad como propuesta para el fortalecimiento de la identidad en los jóvenes del Perú se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de la cultura del país y la actividad económica de artistas, desarrolladores y animadores del Perú y busca resolver la falta de identidad cultural, teniendo como población beneficiaria a los jóvenes mayores de 13 años a 21 años.

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en crear una transmedia , se trata de una serie animada que expande su universo a través de un comic online

Para la experimentación se diseñaron prototipos de storyboards del cómic y del desarrollo del concepto de la serie para realizar las encuestas y una entrevista al público objetivo .

Se concluye que la solución propuesta resulta interesante para el público objetivo y se recomienda crear más opciones de transmedias para mayor variedad .

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El Perú tiene una gran riqueza cultural que está construida a partir de la diversidad de sus tradiciones, sin embargo, muchos jóvenes peruanos presentan un distanciamiento progresivo respecto a sus raíces culturales a menudo sintiéndose como ajenas y nada cotidianas a la realidad que les rodea.

Debido a esto, surge este proyecto con el nombre de Ghaiad. Este es un universo transmedia conformado por una serie realizada en animación digital 2d, un cómic digital y un videojuego. La serie se desarrolla en un mundo fantástico que se encuentra dividido en cuatro únicos idiomas que representan los elementos del agua, fuego, tierra y aire. Ahí los protagonistas Eilo y Railo emprenden un viaje para poder enfrentar a la opresión del rey Galatar y así poder restaurar el equilibrio del mundo.

El cómic titulado Exoquna amplia este universo explorando el origen de Eira, la primera guardiana de las gemas sagradas de Ghaiad y el cómo ella maneja su conflicto interno y su proceso de transformación y aceptación. A su vez, el videojuego está planteado como un roguelike de acción de arenas en el que el jugador podrá encarnar diferentes personajes de este amplio universo, en el que toma decisiones que influyen en la jugabilidad y en la comprensión de este universo narrativo.

Este proyecto se construye a partir del uso del entretenimiento como un puente cultural. Al poder reinterpretar muchos relatos de la cultura de la costa, sierra y selva del Perú, esta propone una experiencia cercana y significativa para los jóvenes, alineada con elementos audiovisuales e incluso interactivos que una persona consume en su día a día. Asimismo se busca que los espectadores logren identificarse e incluso encariñarse con los conflictos que enfrentan Eilo, Railo y Eira en sus respectivas historias, al ser ellos quienes al igual que el usuario buscan redescubrir con la cultura de Ghaiad y cómo eso puede inspirar su pasado, su presente y su futuro.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad muchos jóvenes del Perú presentan una muy débil conexión con la cultura del país y con sus raíces históricas. Esta problemática se manifiesta en el desconocimiento de las tradiciones que hacen que muchos no se sientan parte de una identidad colectiva, percibiendo a la cultura del Perú como algo lejano y ajeno a su vida cotidiana.

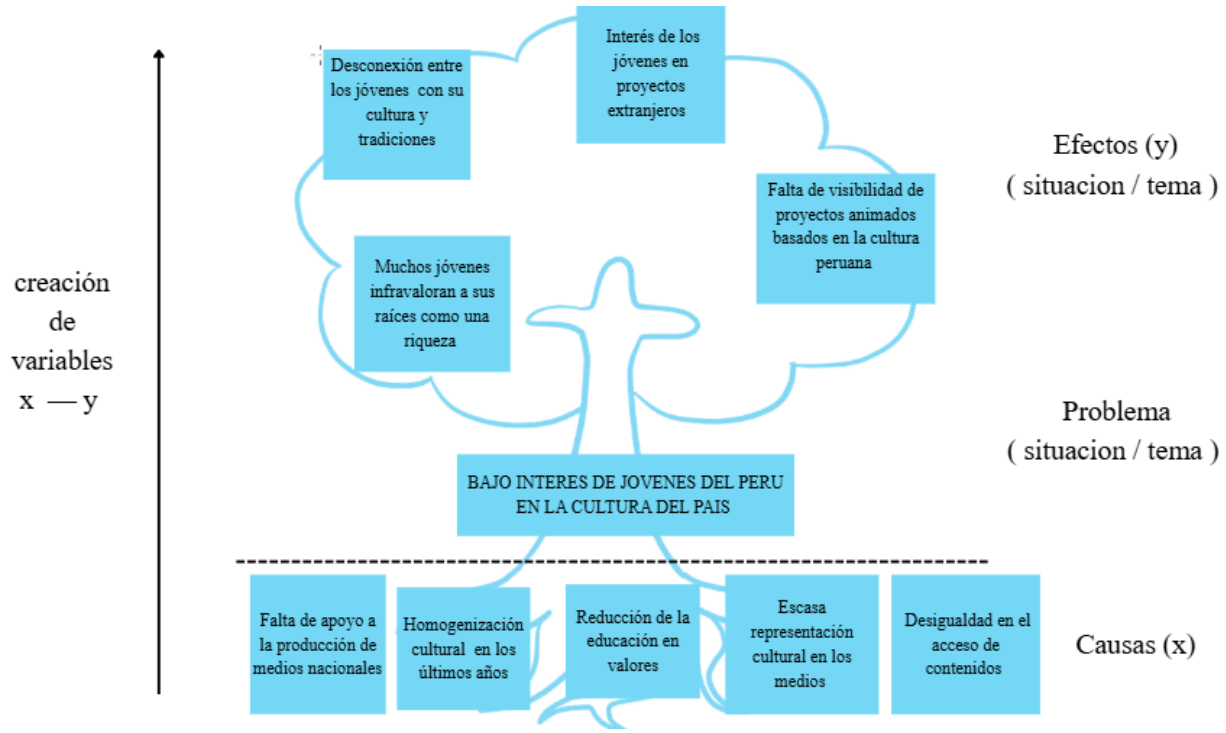
Esto se debe a muchos factores que influyen en la forma que los jóvenes se relacionan con el entorno que los rodea, siendo una de las causas en el predominio de marcas extranjeras de ropa, comida, o musica en los últimos años, lo que hace que poco a poco los productos que sean del Perú queden casi olvidados y sin mucha difusión.

Esto genera una progresiva pérdida de interés en los jóvenes por explorar más de su país, al no encontrar muchas referencias con los que poder identificarse y de estar rodeados por contenido extranjero, muchas veces optan el consumirlos que muchas veces no reflejan su cultura o su historia. Esto puede derivar en una escasa valoración de su patrimonio cultural y a largo plazo, la pérdida de la transmisión cultural entre generaciones.

Frente a esta problemática, el proyecto Ghaiad busca cambiar eso. Que los jóvenes del Perú se identifiquen con esta historia que cuenta una historia del que se puedan sentir identificados, el reconectar con la cultura de tu país, el lugar al que perteneces al contar con un proyecto que está inspirado en muchas de las culturas más conocidas del Perú, como la Mochica, la cultura Nazca o con la cultura Inca así como las más desconocidas .

Este proyecto se alinea con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) número 4, que es la educación de calidad al proponer un enfoque que se centre en la educación de una manera excepcional. al mismo tiempo que se vincula con el ODS de ciudades y comunidades sostenibles al ser este un proyecto que busca incentivar a los jóvenes a que se reconecten con su comunidad y con sus tradiciones culturales.

Figura 1, Árbol analisis de problemas



El árbol de problemas permite visualizar de manera más directa de esta problemática al ver como las causas como la escasez de producciones atractivas para los jóvenes hace que muchos prefieran contenidos del extranjero, lo que lleva a que poco a poco se pierda esa identidad cultural del País y que muchas costumbres poco a poco queden en el olvido.

2.2 Población beneficiaria

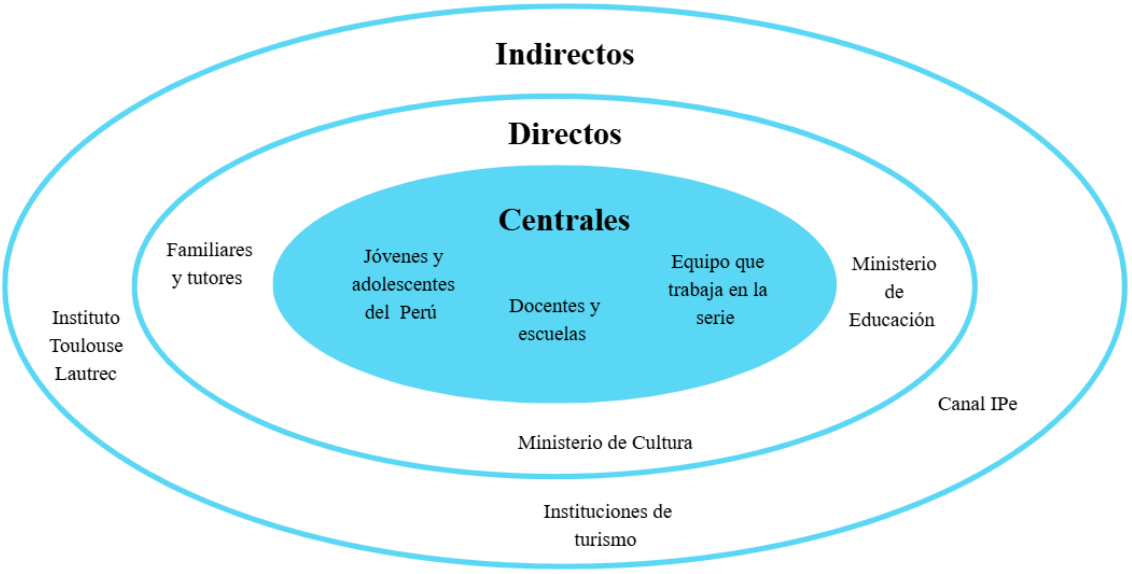
Esta se enfoca en jóvenes del Perú que tengan entre los 13 y los 20 años de edad de distintas regiones del Perú. A través de encuestas en línea, se busca analizar los intereses de los usuarios , así como sus hábitos de consumo y percepciones frente a series animadas, cómics y videojuegos, así como identificar que elementos narrativos y visuales favorecen en la creación de esta transmedia.

En el núcleo central se encuentran los jóvenes, los docentes de centros educativos quienes podrían mostrar a los jóvenes sobre el proyecto, y el equipo creativo detrás de este proyecto quienes serán los responsables del desarrollo narrativo, artístico y técnico del cómic, de la serie y del videojuego. De ahí se encuentran los actores directos, en el que más destacan los familiares y tutores de los jóvenes. A pesar de no ser parte del público objetivo, ellos influyen de manera única en el consumo de esta clase de contenido. En este nivel también se encuentran el ministerio de

educación y el ministerio de cultura, instituciones que pueden contribuir a la difusión, validación y articulación del proyecto en lugares culturales lo que podría ampliar su impacto cultural en el país.

En el último nivel, en el de los actores indirectos, se encuentran canales nacionales como el canal IPe y las instituciones de turismo, y centros de estudio donde se enseñen animación y cinematografía. Todo esto sirviendo como un conjunto para que jóvenes, el equipo creativo, los familiares y las instituciones salgan beneficiadas

Figura 2, Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Fomentar la valoración de la cultura del país en jóvenes de entre 13 a 20 años de edad mediante el desarrollo de un universo transmedia que conforman una serie animada, un cómic y un videojuego que combina los elementos de fantasía inspirados en la cultura peruana.

Los objetivos específicos son tres :

- Desarrollar un boceto del piloto de la serie animada Ghaiad, definiendo una propuesta visual, narrativa y técnica mediante un diseño de personajes que sea único y expresivo, con una dirección de arte que sea coherente visualmente y que cuente con una narrativa que contraste lo fantástico con lo crudo en su historia, integrante sutilmente elementos culturales del Perú mediante un lenguaje visual moderno.
- Diseñar y producir el primer capitulo del comic exoquna, estableciendo un estilo de dibujo atractivo y legible para redes sociales que expanda el universo narrativo de la serie y profundice a personajes secundarios de la serie animada al mismo tiempo que motive a los usuarios a mirar la serie animada al leer el cómic en las redes sociales.
- Desarrollar un boceto del videojuego que está ambientando en el universo de Ghaiad, y definir las mecánicas del videojuego así como su estilo visual y experiencia del usuario, de modo que la interacción entre el usuario y el videojuego ayude a reforzar el vínculo entre el universo transmedia.

2.4 Marco referencial

Las series animadas se caracterizan por contar una historia ya sea episódica o no por medio de capítulos. El cómic a diferencia de la serie animada, cuenta una historia mediante imágenes dibujadas en viñetas y diálogos encerrados en globos de texto. Mientras que el videojuego es una experiencia interactiva en el que un usuario puede participar activamente debido a la toma de decisiones que conlleva el jugar con un personaje.

Al juntar estos tres medios, se puede crear una transmedia, que es la construcción narrativa de una historia por medio de diferentes medios (siendo en este caso, una serie animada como el producto principal y el cómic y el videojuego las historias que expanden el universo original)

Además, en los últimos años, la animación, los cómics y los videojuegos se han convertido en un medio poderoso para contar una historia. Y también por este medio se puede compartir la cultura

y fortalecer la identidad colectiva de las nuevas generaciones al ser este un medio que los jóvenes consumen actualmente . En el Perú en esta clase de producciones tiene un enfoque de importancia porque el conectar lo visual con las tradiciones es algo que los artistas y escritores han buscado representar. Ejemplos como Ainbo: Espíritu del Amazonas o el corto Kanito: la primera batalla desarrollada por artistas peruanos muestran cómo la animación puede transmitir valores culturales y promover el reconocimiento de la diversidad dentro del país (Espichán & Rolleri, 2023).

Series animadas como El despertar de los dioses, realizado por la empresa Ninakami nos demuestra de que se pueden realizar series en base a una cultura del país y que tengan un éxito internacional, con personajes visualmente bien construidos que despierten el interés del público.
A nivel internacional, películas como Coco y Encanto hablan sobre la rica cultura de México y de Colombia y han demostrado que la representación cultural en los medios inspiran orgullo y empatía en el público al integrar elementos tradicionales en historias de la modernidad (Diah et al., 2021; Quan, 2025). Estos proyectos han inspirado a la creación de propuestas más amplias que pueden reinterpretar la identidad de un país a través una historia de una animación y de un cómic.

Por otro lado, series como Avatar: La Leyenda de Aang a pesar de haber sido realizados en base a culturas del medio Oriente han servido como ejemplos para el desarrollo de universos transmedia ya que este permite que una historia se pueda expandir por medios de diversos formatos y conecte con las audiencias de todas las edades (Bustamante & Sanzana, 2022) En Latinoamérica tenemos ejemplos de producciones con este enfoque como El Río donde la narrativa audiovisual se complementa con cómics y experiencias interactivas (Ortiz, 2021). Está estrategia demuestra que las producciones animadas pueden trascender la pantalla y puede convertirse en herramientas que ayuden al aprendizaje y a la reflexión.

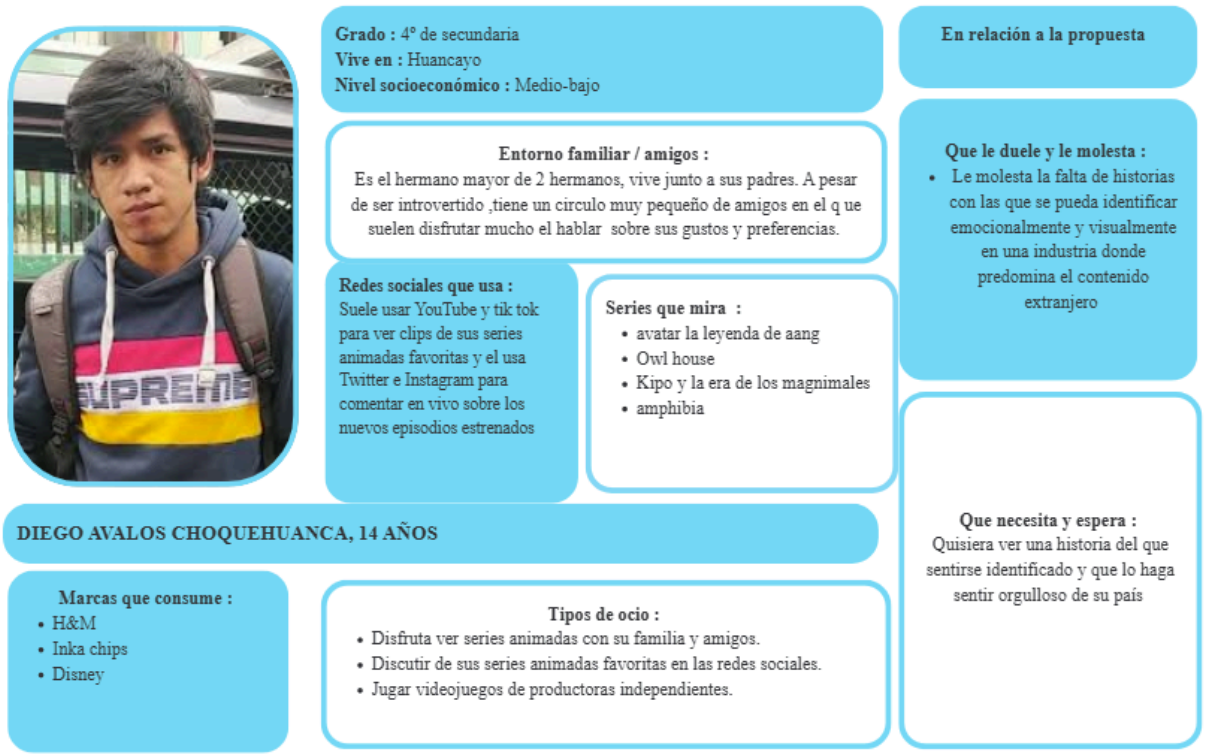
2.6 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

En la figura 3 se presenta a Diego Choquehuanca, un adolescente de 14 años de edad que cursa el cuarto año de secundaria en un colegio nacional de Huancayo, Perú. El vive con sus hermanos y sus padres en un nivel socioeconómico medio- bajo. El es una persona reservada que tiene un círculo social pequeño de amigos donde disfruta compartir conversación sobre sus gustos personales, como animes, videojuegos o canales de youtube que observa en su tiempo libre.

Sin embargo, Diego no se siente del todo satisfecho debido a la ausencia de la cultura de su país, al mismo tiempo de que no refleja sus tradiciones y sus costumbres de una manera atractiva para él y para su entorno. Esta ausencia de contenido que sean referentes para él le genera una inseguridad de que el contenido extranjero sean los que predominen en el Perú. Por ello, el espera encontrar historias que integren elementos culturales del Perú que le permita crear una conexión y del que se pueda sentirse orgulloso de sus raíces y refuercen su sentido de identidad cultural

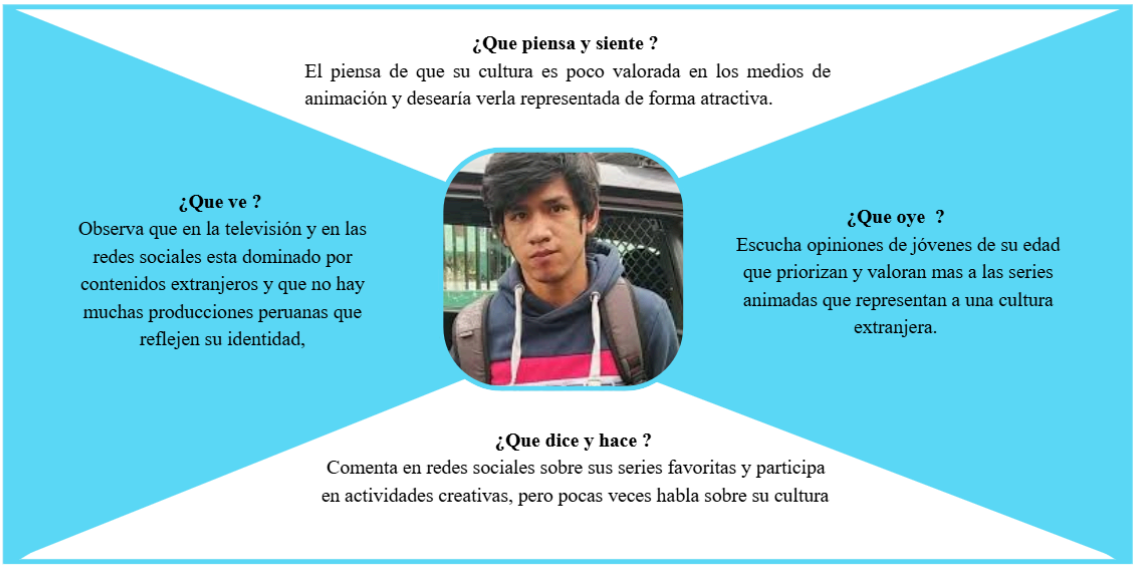
Figura 3, Arquetipo de usuario



En el mapa de empatía en la figura 4 se puede observar cómo Diego percibe su entorno. Él siente que las producciones no exploran a profundidad la cultura del Perú y debido a eso no puede encontrar series y cómics basados en las culturas del Perú que tengan una buena narrativa y un buen arte visual. Al ver sus shows favoritos por televisión o por redes sociales él se da cuenta el como todos los proyectos que sigue son de origen extranjero lo que refuerza una idea de que la animación nacional tiene muy poca presencia en su propio país.

Como rutina casi diaria discurre en redes sociales como instagram o twitter los capítulos que le gustaron de sus series y cómics favoritos, buscando a más personas con el que comparten el mismo interés y participando en eventos de fandoms. Diego también escucha a otros jóvenes de su edad no sentirse interesados en producciones nacionales al mismo tiempo de estar más pendientes de las series y cómics de origen extrannjero lo que lo hace cuestionar el porqué la animación en el Perú que narran sobre la cultura de esta no logran ser exitosas.

Figura 4, Mapa de empatía



Diego busca verse reflejado en una serie, videojuego o cómic de origen eperuano que no sólo destaque por su origen, sino que también pueda ofrecer una historia que sea sólida y que esté bien construida. Desea encontrar algo que los enganche, personajes que sean entrañables, conflictos y contextos que se puedan identificar emocionalmente y que también puedan transmitir mensajes que sean de acuerdo a la realidad que viven. Ya que escucha, mira y siente que los jóvenes de su edad prefieren más el contenido extranjero que el contenido propio, y no sabe qué hacer para que el contenido de origen peruano destaque mas.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Los jóvenes del Perú consumen de manera constante plataformas digitales como Youtube, tiktok, netflix y videojuegos, lo que demuestra como muchos tienen familiaridad con la tecnología y una oportunidad para proyectos innovadores. A partir de esa investigación se logra identificar una oportunidad clara para poder desarrollar un proyecto transmedia como Ghaiad que se pueda expandir en una serie animada, un cómic y un videojuego que permita a los usuarios una experiencia narrativa inmersiva y alineada a los hábitos de consumo de los jóvenes peruanos.

En el Perú existen ya proyectos que han logrado capturar elementos de la cultura peruana en diferentes formatos con un limitado alcance. En el ámbito de los videojuegos destacan títulos como Tunche que está inspirado en la mitología amazónica. También se encuentra arro, que tiene una estética narrativa que está vinculada con las cosmovisiones andinas. En cuanto a animación, hay producciones como El despertar de los dioses que sí demuestran que se pueden realizar series que despierten al atractivo del público joven. En el ámbito del cómic, obras como Ayar : la leyenda de los incas ha explorado mitologías del país aunque con una reducida distribución. Estas iniciativas demuestran que si hay un interés en la cultura del país pero las limitaciones del presupuesto y visibilidad frente a producciones internacionales da una desventaja , además de que la baja competencia directa deja espacio para que más propuestas puedan interpretar la cultura peruana desde la fantasía moderna.

El proyecto de Ghaiad, junto con el cómic y el videojuego presenta como una de sus fortalezas la simplicidad del proyecto que limitaría el uso de un capital demasiado elevado, lo que facilita la visibilidad. Otra de sus ventajas es la narrativa original, ya que cada historia que se cuenta en Ghaiad estará basada en una aldea. La serie animada estará ubicada en la aldea de fuego, el cómic en la aldea del aire y del agua, y por último el videojuego estará ubicado en la aldea de tierra. Al juntar las tres transmedias, se juntan las cuatro aldeas y con eso se forma un proyecto como si fuera un solo mundo, un solo universo. Entre las oportunidades del proyecto se encuentra el creciente interés por proyectos de origen latinomaerciano en otros países, que podrían ayudar al impulso del proyecto, y también el aumento de consumo transmedia.

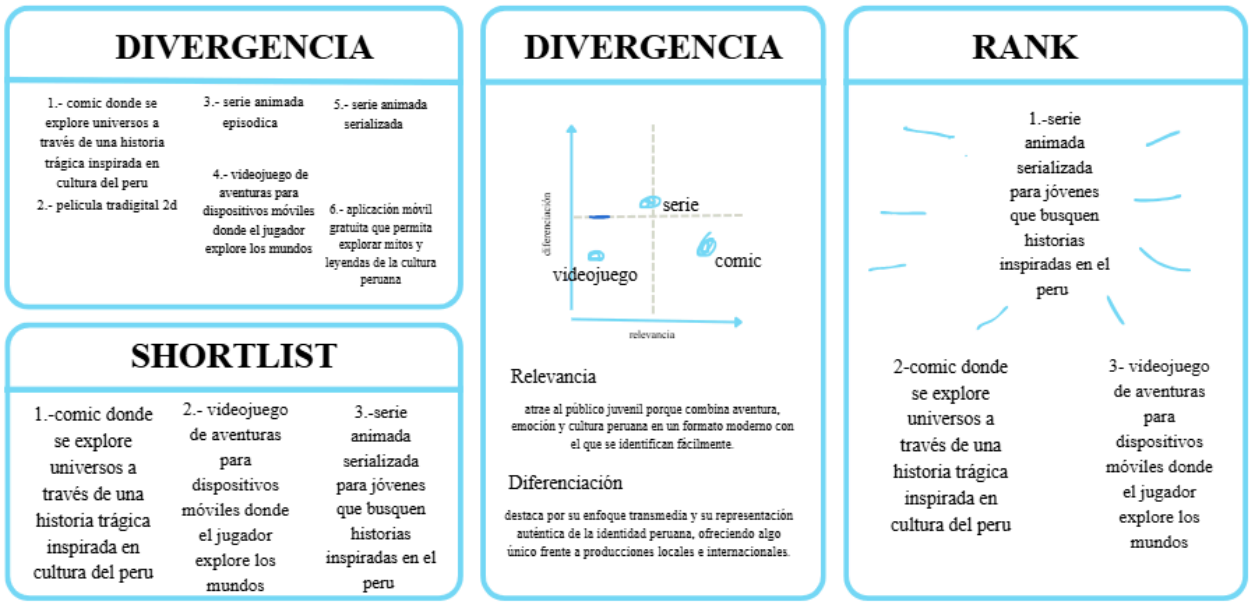
Una de las fortalezas del proyecto es al mismo tiempo una debilidad, y es el presupuesto para pagos de licencias de programas como toon boom harmony y clip pain studio, así como la falta de recursos técnicos frente a producciones extranjeras. Y la amenaza es de que son como hay una alta competencia internacional por la atención del público y la saturación de contenidos globales en internet, así de que el proyecto no se logre concretar por la falta de interés del público objetivo.

La distribución, el financiamiento y el posicionamiento frente franquicias internacionales ya consolidadas presentan una barrera para el proyecto, aun así, se espera que el alcance de Ghaiad se inicie en el mercado juvenil del perú y que poco a poco se expanda a países internacionales, compitiendo con franquicias más consolidadas.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El punto de partida para esta propuesta fue mostrar la diversidad cultural del Perú de una manera única y atractiva que capte la atención de los jóvenes peruanos de la actualidad . Se exploraron múltiples opciones para la elaboración de Ghaiad como un universo animado, habiendo opciones para crear una película al ser de más demanda o de una feria inspirada en la cultura peruana. Más al final se eligieron las propuestas de la serie animada, el cómic y el videojuego, al ser las más populares y las mas realizables de hacer.

Figura 5, Brainstorming



referencia: universidad del valle de México

En la figura número 7 se puede ver como se ha ideado la propuesta de valor que es el que la animación y los cómics se puedan convertir en una herramienta educativa que integre la identidad y la creatividad para ayudar a que los jóvenes del Perú aprendan más sobre su cultura. Este proyecto aspira a que los jóvenes puedan ver a la cultura del Perú como algo interesante y moderno.

Figura 6, Propuesta de valor.



2.5.4 Diseño de producto/servicio

La historia de Ghaiad se desarrolla en un universo alterno al nuestro, bastante alejado viven los habitantes antropomórficos de las aldeas de fuego, tierra, aire y agua , quienes viven aterrorizados del control y del poder del malvado rey galatar, un habitante del bioma de fuego que un dia derrotó a los guardianes de las cuatro piedras elementales de Ghaiad (el rubí de fuego, la esmeralda de tierra, el zafiro del aire y la perla del agua) que ayudaban al sustento de cada aldea. Con la derrota de los guardianes, Galatar tomó el poder de todo ghaiad, haciendo que pierda todo su encanto,su equilibrio y todo lo que lo hacía diferente . Todo cambia cuando llegan de un planeta lejano el reservado y tímido Eilo y el carismático y optimista Railo, dos mejores amigos quienes un día encontraron una piedra mágica que los llevó a esa extraña dimensión.

Lo que empezó como una aventura para encontrar a los guardianes con la esperanza de que ellos les ayuden a volver a su hogar, terminó en una lucha contra de galatar ya que este inicia un

complot de captura de ambos niños , quienes con su poder podrían tener el control absoluto de toda Ghaiad . Esta historia cuenta el cómo dos niños, quienes no sabían de su identidad ni de su pasado descubren que ellos en realidad pertenecen a Ghaiad de nacimiento y el corazón de la historia va él como ese descubrimiento podría afectar el cómo podrían salvar el legado del lugar que les vio nacer.

La serie animada busca tener un capítulo piloto que busca explorar el inicio de la historia, con un estilo visual que sea parecido a series como amphibia y hora de aventura para dar un mayor contraste con la cruda historia que rodea a este universo. Se publicará en plataformas como en youtube con el objetivo de que sea accesible para todo público sin que haya un gasto extremo.

Mientras que el cómic Exoquna explora el pasado de Eira, la actual guardiana del zafiro del aire que aparece en la serie animada. Milenios antes de la serie animada, Eira se negaba a ser parte de la nación del aire al estar acostumbrada a su vida de rezagada del pueblo y estaba decidida a seguir así, más Eira tendrá que perdonar a su pasado, aceptar su presente y abrazar el futuro para salvar a un amigo suyo fue corrompido por un poder extraño que surgió en la nación del agua, por lo que con ayuda de otros rezagados de diferentes naciones emprenden una misión para restaurar las piedras elementales de sus respectivas naciones, que estaban rotas y que podrían ayudar a detener el poder malvado que se extendía en cada bioma.

El cómic se estaría publicando en sitios como instagram o webtoon y tendría una estética visual inkart que recuerda a cómics de la vieja escuela.

Por último está el videojuego Altrunak es una experiencia interactiva en que encarnas a un personaje de una aldea (fuego, tierra, aire y agua) que tienen el objetivo de encontrar la máscara de Nerakthul , que evitará que aliados de Galatar que habitan en el lejano bosque maldito ubicado en la aldea de tierra pueda poseer esta máscara y dársela a su líder. La misión del usuario es salvar el futuro de ghaiad al mismo tiempo que se convierten en el héroe de una historia derivada de la serie animada, ya que mientras que Eilo y Railo buscan a los guardianes, uno puede encarnar a un personaje que ayudará a que los protagonistas de la serie animada no sean afectados. Si es que uno cumple la misión, el bosque maldito dejará de ser peligroso y así los protagonistas podrán pasar por ese tramo sin ningún problema.

Con las tres transmedias juntas, este proyecto invita a los jóvenes a sumergirse en un universo narrativo único expandido que combina la animación y el cómic para contar una historia entrañable. Es el poder crear una experiencia que logre resonar en los jóvenes por medio del entretenimiento, la curiosidad y el autodescubrimiento. Cada formato que se presenta tiene un papel específico en la construcción de esta narrativa. El pasado con el cómic y el presente con la serie. Todo esto para que se puedan ver las diferentes perspectivas de una misma historia que estén conectadas entre sí.

Ghaiad busca dejar una huella en la sociedad al ayudar a los jóvenes al fortalecer su identidad cultural con colaboraciones con personas con el conocimiento en las culturas de la amazonia y en los andes. En el ámbito ambiental esta se enfocará en poder transmitir mensajes sobre la importancia de poder proteger a la cultura (incluyendo naturaleza y preservar a todo lo que esta incluye) Y en el aspecto de lo económico esto puede generar oportunidades a animadores, ilustradores y artistas de todo el continente latinoametricano.

El objetivo y el uso del funcionamiento es que el usuario se puede encontrar videos o cómics de las redes sociales de tik tok o de instagram, lo que le provocaría una curiosidad para poder explorar más los demás materiales. Averiguar sobre el futuro de los personajes de los cómics y descubrir quienes son los personajes de los video reels, eso provocaría que ellos miren la serie animada y jueguen el videojuego para tener la experiencia completa.

El triple balance del proyecto es el cómo este puede ser económico debido a que se proyecta un bajo costo inicial, siendo sustentada con la venta de merchandising temático como stickers, poster y figuras además de las participaciones en ferias y festivales para patrocinios. Mientras que en lo social esto puede ayudar a que los jóvenes empiecen a apreciar más a la cultura de su país con los personajes de los tres medios mientras que promueve el conservamiento de lugares del perú respecto a lo ambiental

2.5.5 Modelo de Negocio

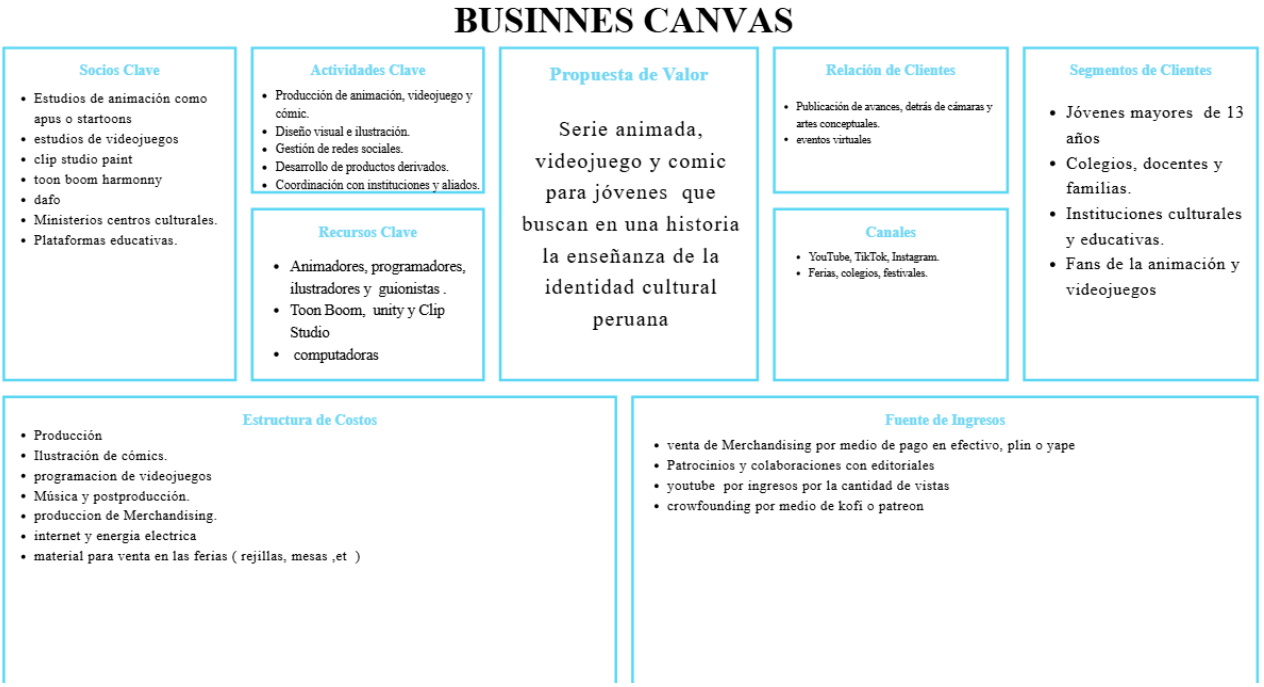
Este modelo de negocio se centra en crear una propuesta transmedia que combina la serie animada de Ghaiad con un cómic digital para el público joven. En un inicio se planea subir avances del proyecto a plataformas como youtube y tik tok para despertar un interés en el público

y así atraer cada vez a más personas interesadas en apoyar el proyecto por medio de la compra de mercancía que se pueda vender en ferias de arte (como stickers y dibujos) .

La comercialización para obtener ganancias combina las comisiones con la venta de merchandising . La serie animada se va a promocionar en redes sociales de gran popularidad como tik o instagram para así alcanzar a más gente,el videojuego estará en disponible para ser jugado en sitios como la play store mientras que el cómic estará en línea en plataformas como instagram. El proyecto en sí irá por etapas siendo el primer paso el construir una comunidad para que después esta ampliará el contenido y por último la monetización.

Abajo se puede observar la figura número 8 del business canvas que se ha elaborado. Con la propuesta de valor de ofrecer una historia moderna con la identidad peruana a través de la animación y un cómic visualmente rico en el diseño de personajes. El universo en sí está pensado en jóvenes mayor a 13 años hasta los 21 años con un contenido gratuito y accesible que llegue a muchas más personas . Esta se difunde por plataformas como Youtube y tik tok así como ferias y festivales para fanáticos de la animación. Las actividades clave incluyen el diseñar un estilo visual y producir la animación, el videojuego y el cómic por un equipo creativo y con el uso de herramientas digitales como unity o clip paint studio . Sus socios incluyen estudios de animación y videojuegos, instituciones culturales y los costos son en la elaboración de la musica, la producción, marketplace e impresión de merchandising.

Figura 7, Business canvas



2.5.6 Resultados esperados

Se espera que cuando la propuesta llegue a los jóvenes este genere una respuesta positiva y despierte en ellos un interés más general por sus raíces. Esto permitirá que los jóvenes puedan ver a la cultura peruana como no algo antiguo sino como algo del que sentirse orgullosos y eso podría ayudarlos a sentir pertenencia en un lugar. También se espera de que una transmedia pueda promocionar a la otra provocando que el público quiera conocer más sobre este mundo y se puedan volver una comunidad de fans que sea leal y activa

En cuanto al mercado, esta propuesta podría ayudar a abrir nuevas puertas para la industria de la animación, cómics y videojuegos de origen peruana demostrando que es posible crear productos culturales que tengan un impacto positivo en el público. Que gracias a esto productoras puedan ver el potencial de esta clase de historias y le den luz verde a más proyectos parecido

Todo esto podría ayudar a que la transmedia Ghaiad logre posicionarse como una serie influyente de origen peruano, haciendo que tenga un impacto cultural y que sea motivo de orgullo del país

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para el proyecto de Ghaiad primero se elaboró el concepto, lo que uno busca contar a través de la narración. El prototipo de baja fidelidad incluye cosas como ideas sueltas de lo que se verá en la serie, de temáticas y de bocetos a la rápida de los personajes. Son las primeras ideas del proyecto que poco a poco se tornaran en lo que será el producto final.

tabla 1

prototipo baja fidelidad		
¿Qué probará el prototipo?	Objetivos del prototipo	Trabajo de taller
Esta buscará que usuarios tengan el interés de ver mas series con esta temática	Que haya un 50 % de aprobación del proyecto en encuestas	Entrevista a personas mayores de 13 años encuestas
esta franquicia es interesante y me gustaria conocer mas de su mundo a través de nuevas historias “ “ seria genial que la serie tenga un concepto interesante “ “ el comic se ve interesante por la manera que cuenta la cultura del país “ “ el videojuego tiene una jugabilidad sencilla que quisiera conocer mas sobre este proyecto “		

El prototipo de alta fidelidad incluye ya un boceto de lo que sería el piloto, un poco más detallado a comparación del prototipo de baja fidelidad y tiene el objetivo de medir que tan funcional es el proyecto y su presentación al público.

tabla 2

prototipo alta fidelidad		
¿Qué probará el prototipo?	Objetivos del prototipo	Trabajo de taller
Que tan bueno y que tan interesante es el concepto para el usuario entrevistado o encuestado	Ver si es rentable el desarrollo de la idea del prototipo a mayor escala	Registro de los resultados de las entrevistas y la encuesta
“ Esto es único y quisiera seguir con la historia por la calidad audiovisual y narrativa “ “ quisiera mas episodios de la serie para conocer mas a eilo y railo “ “ quisiera conocer mas sobre la historia de los otros guardianes en otros formatos “		

“ seria genial añadir mas opciones de personaje al videojuego “

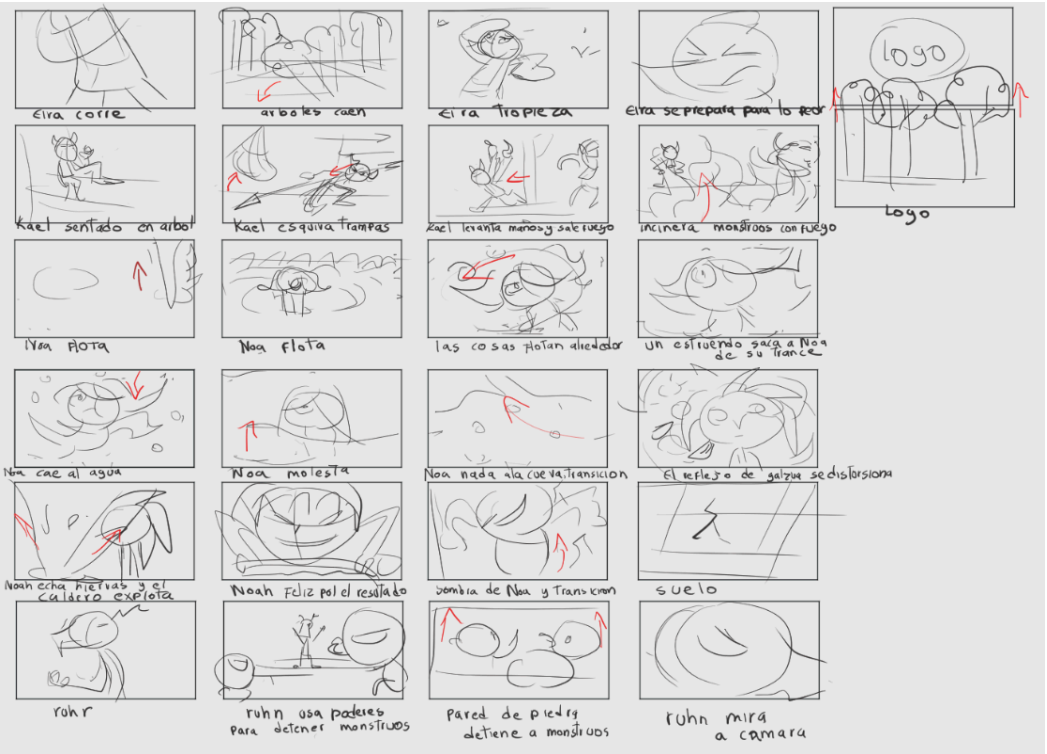
El proyecto de Ghaiad busca ser algo innovador y que logre llegar a los corazones del publico objetivo mezclando la mitología peruana con su estética única y con una narrativa atrapante. Esta se presenta como un concepto sólido que puede posicionarse como una buena propuesta de franquicia ante el público objetivo.

tabla 3

Hacer tangible el proyecto	check
Le da forma al proyecto	●
Permite contar la idea por sí solo	●
Permite experimentar según nivel	●
Se puede evaluar y validar	**check**
Evidencia lo que es relevante para usuarios	●
Hace posible validar con terceros según nivel	●
Hace posible obtener retroalimentación	●
Hace posible entender qué funciona y que no	●
¿ Comunica ?	**check**
Sirve para mostrar lo que se puede hacer según nivel	●
Se puede evaluar rapido	●
Comunica y posibilita compartir con el equipo o público	●

Todo esto llevó a la elaboración de un prototipo que fue un borrador de la primera página de la promoción del cómic Exoquna, que permitirá mostrar a los usuarios un adelanto del producto final. También se elaboró el guión de lo que sería el piloto de la serie animada para ir explorando así las ideas que se contarán en la historia y las que se presentarán al público en la encuesta.

Figura 8, prototipo comic

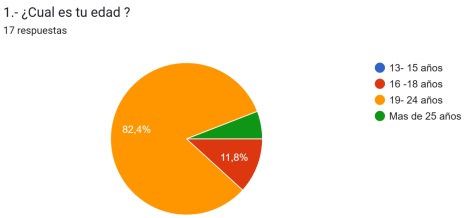


2.5.8 Experimentos

Se ha realizado una encuesta digital de 25 preguntas por medio del formulario de google forms y se pasó por redes sociales y apps como facebook y discord con el fin de evaluar cuales son los gustos e intereses del público objetivo, al mismo tiempo de que se medía de que tan interesados estaban con la propuesta del proyecto. Fueron 17 personas mayores a 13 años quienes contestaron la encuesta lo que se pudo dar una idea del cómo se podría dirigir el proyecto.

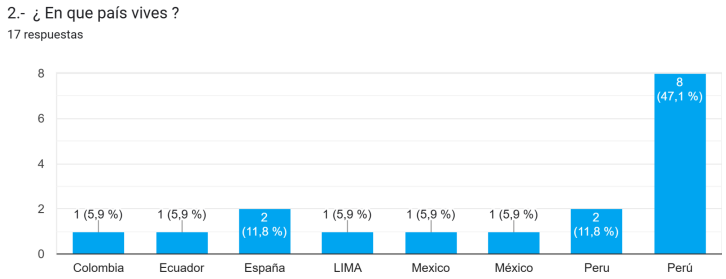
Como se puede observar en la figura 10 se puede ver que el 82,4 % son personas de entre 19 y 24 años mientras que en menor cantidad hay personas mayores de 25 años de edad.

Figura 9, gráfico 1



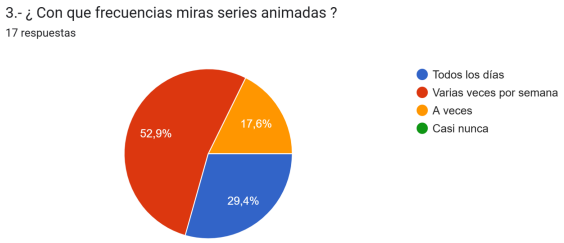
En la figura 11 se puede ver como la mayoría de usuarios con un 58,9% proviene del Perú y un 11,8 % proviene de sitios como España.

Figura 10, gráfico 2



La mayoría de usuarios encuestados ven series animadas varias veces por semana con un 52,9 % ,mientras que un 29,4 % mira todos los días y un 17,8 % mira a veces

Figura 11, gráfico 3



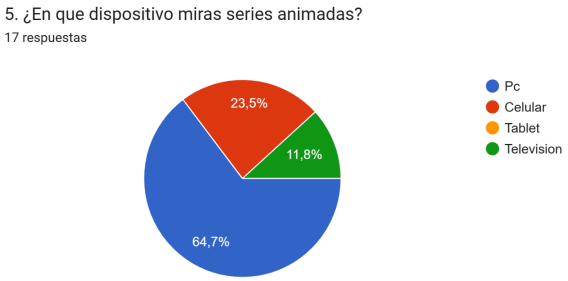
Muchas de las series animadas que miran los usuarios tienden a ser series con secuencialidad como amphibia, mi hero academia o haz un hotel mientras que otros usuarios prefieren series de comedia familiar como Wylde pack y garfield y sus amigos.

Figura 12, pregunta 1



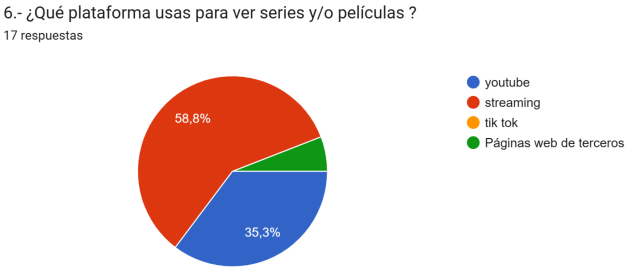
Un 64,7 % de los usuarios miran sus programas favoritos por medio de una computadora mientras que un 23, 5 % lo mira a través de celulares y un 11, 8 % utiliza la televisión .

Figura 13, gráfico 4



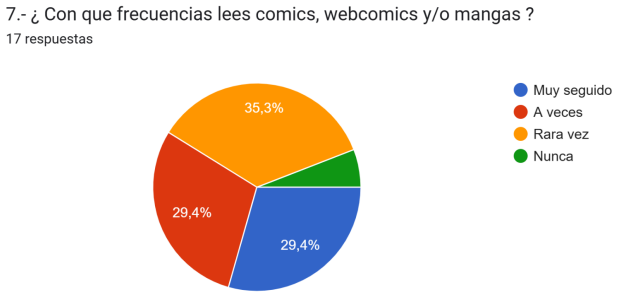
Según este gráfico muchos de los usuarios miran su programa de televisión a través de streaming con un 58 ,8 % y un 35, 3 % mira a través de youtube.

Figura 14, gráfico 5



Respecto a la frecuencia de la cantidad de veces que un usuario lee un cómic, hay un empate con un 29,4 % en el que los usuarios leen cómics a veces o muy seguidos. Un 35, 3 % lee los comics raras veces.

Figura 15, gráfico 6



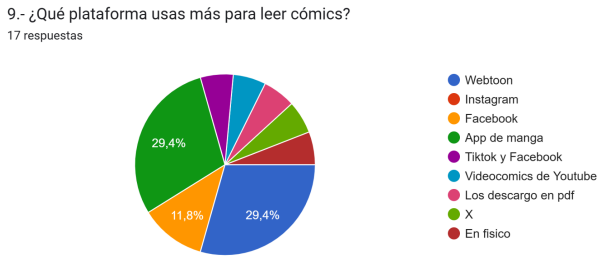
Muchos de los encuestados han consumido comics que exploran temas como el drama y la acción, así como hay algunos que no han consumido un comic.

Figura 16, pregunta 2



Hay un empate de un 29,4 % en el que consumen cómics a través de una app de mangas o en webtoon

Figura 17, gráfico 7



Hay un empate de un 23, 5 % consume cómics del género de aventura y ciencia ficción.

Figura 18, gráfico 8



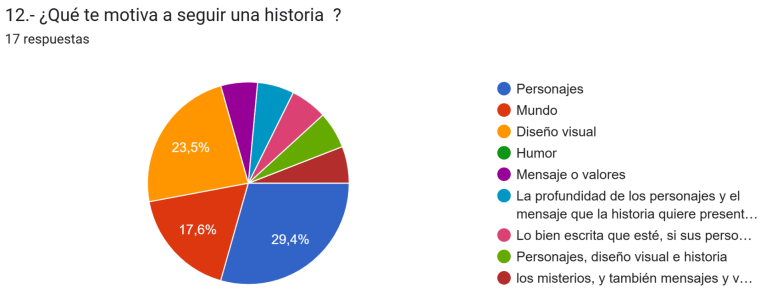
A una gran cantidad de gente, exactamente un 58, 8 % de personas no le interesa que haya muchos seguidores para que sigan una historia.

Figura 19, gráfico 9



Como se muestra en el gráfico siguiente, al 29, 4 % de las personas siguen una historia por los personajes que maneja mientras que un 23,5 % sigue la historia por el diseño visual.

Figura 20, gráfico 10



Al 70, 6 % de las personas le atrae de que una serie animada expanda la historia a través de los comics

Figura 21, gráfico 11



El contenido de historias inspiradas en culturas de latinoamérica le interesa a un 70, 6 % de la gente encuestada.

Figura 22, gráfico 12



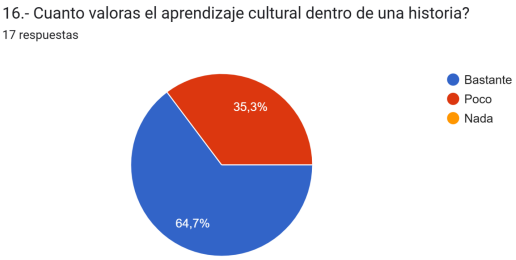
A casi la mitad de la gente , un 58, 8 % , le gusta una serie tenga un buen diseño visual.

Figura 23, gráfico 13



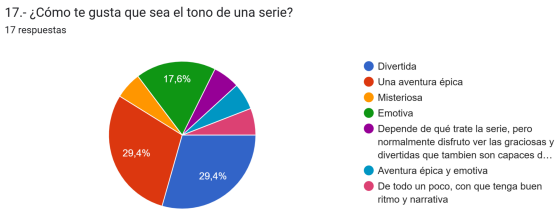
Mientras que a un 64, 7 % le gusta que una historia tenga un aprendizaje cultural.

Figura 24, gráfico 14



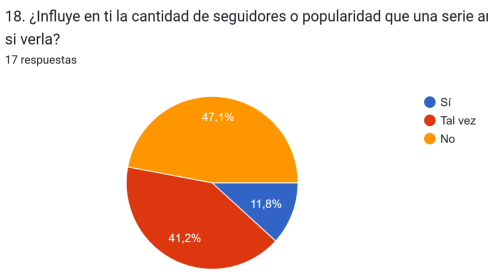
Hay un empate de un 29,4 % en que le gusta que el tono de una serie no solo sea divertida sino que también cuente una aventura épica.

Figura 25, gráfico 15



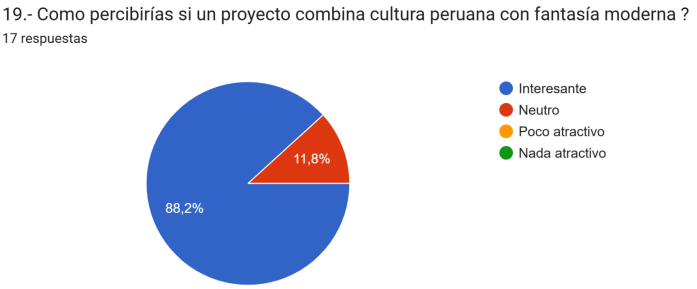
La cantidad de seguidores no influye a un 47, 1 % de los encuestados mientras que a un 41,2 % tal vez si les llegue a influir en la decisión de ver algo.

Figura 26, gráfico 18



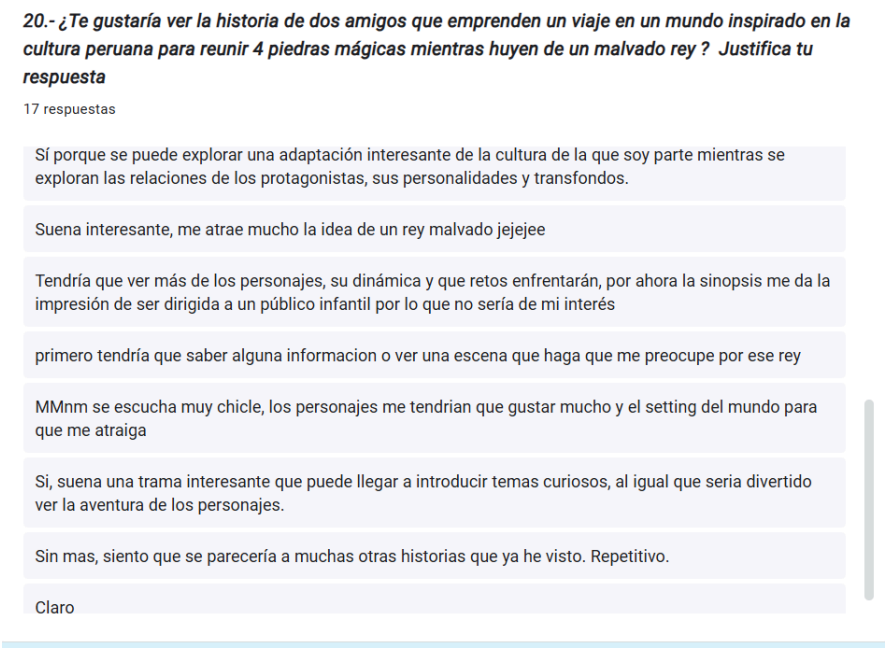
A un 88,2 % le parece interesante el concepto del proyecto de una serie con fantasía moderna.

Figura 27, gráfico 19



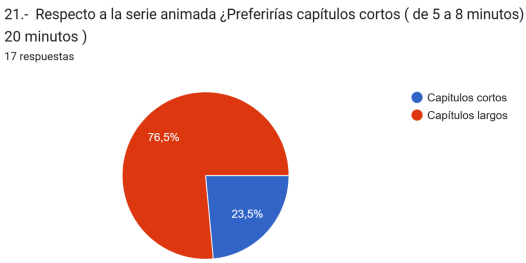
En base a las respuestas obtenidas, a muchos si se seria interesante que se explore la premisa, pero que se debería de explorar mejor para que no sea repetitivo a lo que se ha visto en otras series.

Figura 28, pregunta 3



A un 76, 5 % le parece mejor que sea una serie de capítulos largos.

Figura 29, gráfico 20



A la mayoría de la gente le interesa que se explore el concepto de las aldeas y su origen en la franquicia.

Figura 30, pregunta 4

22.- El mundo de la transmedia (serie y comic) se llama Ghaiad. Este lugar esta compuesto por 4 aldeas que están guiadas por líderes vinculados a piedras mágicas, donde cada una posee habilidades y valores propios, excepto la aldea del fuego que fue corrompida hace muchos años atras.

En base a esto, ¿Qué aspecto de este mundo te gustaría conocer más?"

17 respuestas

- Ver el punto de vista social o historico de cada aldea, ver como las personas de diferentes aldeas pueden llevarse entre sí, si hay algo que les haga ser más diferentes, y si hay misterio o curiosidad sobre la aldea de fuego
- Oh tiene ambiciones nivel Avatar, pueden usarlo como guia para la dirección artística
- El pasado de ese mundo y la relevancia de los protagonistas
- La magia y los ciudadanos
- su historia mas sobre su magia (world building)
- ¿Qué paso con la aldea de fuego?
- Las aldeas
- El protagonista y cuál es su objetivo ante la situación y como se desarrolla

A un 82, 4 % de encuestados preferirían que los capítulos sean episódicos

Figura 31, pregunta 4

23.- Respecto al comic ¿Preferirías capítulos episódicos o serializada (que sigan una historia) ?

17 respuestas

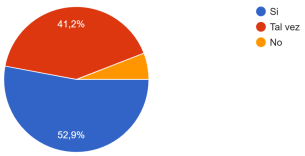


Muchos de los encuestados querían apoyar al proyecto, siendo esto un 41, 2 %

Figura 32, gráfico 22

24.- ¿Estarías dispuesto/a en apoyar económicamente al proyecto (por medio de la compra de merchandising) si logras conectar con el ?

17 respuestas



Un 41, 2 % quisiera que hayan accesorios en venta y un 29, 4 % querría que haya stickers para poder comprar.

Figura 33, gráfico 22



Para poder ampliar más el panorama de los resultados al haber alcanzado las pocas encuestas, se hizo también una entrevista a un joven de 18 años llamado Ander con las mismas preguntas elaboradas en esta encuesta . Según el usuario entrevistado, él mira series que le resultan interesantes sin que sea necesario que tenga popularidad. Lo importante es que tenga una buena premisa y que considere que aunque ya se ha visto antes la premisa de Ghaiad, si es que se maneja bien puede que si la pueda dar una oportunidad. Mientras que respecto a los cómics el usuario comentó de que no los leía por lo que se le preguntó qué tipo de contenido le gustaría para una expansión, siendo que recomendó otro spin off animado.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La propuesta de transmedia Ghaiad fusiona la animación y el cómic para crear así una experiencia narrativa que conecte a los jóvenes de latinoamérica con una identidad cultural y cercana. Todo este valor radica principalmente en ofrecer historias únicas que incorporan referencias de la cultura peruana de manera implícita y sin caer en los estereotipos. Con una distribución digital para alcanzar a más personas y con merchandising para que así el proyecto pueda crecer más.

El proyecto tiene una sostenibilidad gracias a que tiene la oportunidad de que esta escale cada vez más. El cómic y la serie animada pueden crecer de manera independiente al mismo tiempo que enriquece al universo de Ghaiad. El plan de actividades para que se pueda lograr todo consiste en que en base a todos los feedback que se obtuvieron de las encuestas y de la entrevista

se logra reinterpretar el proyecto para así poder mejorarlo. Luego se pasará a la fase de preproducción del episodio piloto que se presentará en festivales y en ferias. Con el capital obtenido en concursos y en la venta de merchandising se podrá hacer la elaboración de los siguientes capítulos y lograr una comunidad fiel al proyecto.

Los recursos necesarios para conseguir todo esto son un equipo de guionistas , artistas, animadores 2d, diseñadores de personajes,programadores y editores. También se necesitan de programas digitales como clip studio paint y toon boom además de mantenimiento constante de los equipos que se van a utilizar. Todo esto hará que el proyecto funcione de una manera en que sea sólido, creativo y sobre todo sostenible.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

La etapa inicial del desarrollo de este proyecto incluye la preproducción del proyecto de la serie animada, incluyendo el diseño de los personajes, escenarios y un estilo visual que definiría el estilo de la franquicia en general. Se diseñarán a los protagonistas, a los personajes secundarios y diversos fondos, además de guías de turnarounds para guiar a la animación. Esta fase asegura que este proyecto tenga un estilo visual claro desde el inicio. El costo estimado es de 1,750 dólares

tabla 4

Rubro	cantidad	costo	subtotal
diseño de personajes	8	80	400
diseño de personajes secundarios	5	50	400
diseño de fondos	5	120	600
turnaround	5	40	200
biblia	1	150	150
total			1,750 dólares

En la siguiente fase se van a cubrir los gastos que convendría al hacer la animación de prueba de que se usará en la serie. Un storyboard del episodio piloto y un pequeño teaser de 10 segundos ya con la animación terminada. Todo con la intención de mostrarselos a empresas adidas. El costo sería de unos 1,000 dólares

tabla 5

Rubro	**cantidad**	**costo**	**subtotal**
storyboard	35 paneles	200	200
layout		150	150
animación rough	1	350	350
clean up y color	1	300	300
composición	1	120	12
musica y sfx	1	80	80
total			1,000 dólares

Respecto al cómic, aquí se ve los que se cubrirá al hacer las primeras 10 paginas del comic. Se desarrollará el guión, los bocetos, el entintado y color y las sombras. Este material servirá como muestra para ver como sería el producto final. El costo inicial sería de unos 860 dólares.

tabla 6

Rubro	**cantidad**	**costo**	**subtotal**
guión del cómic	1	60	60
bocetos	10 páginas	15	150
entintado	10 páginas	20	200
color plano	10 páginas	25	250
sombra y luces	10 páginas	15	150
rotulación	10 páginas	50	50
total			860 dólares

Para el marketing de esta transmedia se deberá de pensar en el diseño de un logo que sea muy identificable, mockups, un pitch deck profesional y un video pitch. Todo esto permitirá comunicar la visión del proyecto de una manera clara y atractiva al momento de reuniones con empresas o instituciones. Esto tendría un costo de 380 dólares.

tabla 7

Rubro	**cantidad**	**costo**	**subtotal**
logo y manual	1	80	80
mockups	1	50	50
pitch deck	1	100	100
video pitch con animatic	1	150	150
total			150 dólares

El proyecto requeriría supervisión profesional por lo que se contrataría personas que tengan capacidades para tomar esos puestos. Estos incluyen el puesto de director creativo,productor, editor narrativo y un coordinador del equipo. El total estimado es de unos 770 dólares.

tabla 8

Rubro	**horas**	**costo por hora**	**subtotal**
director creativo	15	20	300
productor de desarrollo	10	18	180
editor narrativo	6	15	90
coordinador	20	10	200
total			770 dólares

También se necesitan licencias estudiantiles de programas como Adobe, clip studio y toon boom, además del almacenamiento de la nube y el mantenimiento básico de equipos. El costo sería de unos 214 dólares

tabla 9

Programa licencia estudiantil	**Costo**	**mes**	**subtotal**
Adobe	20	2	40
Clip studio paint	54	1	54
Toon boom harmony	28	2	56
Unity	0	0	0
Drive almacenamiento	12	2	24
tablet mantenimiento			40
Total			214 dólares

Si se suman todos estos costos se obtendría un valor estimado de 5,000 dólares. Este monto representa una cantidad realizable y completa para presentar la propuesta a empresas e instituciones.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Por medio de la entrevista al usuario y a la encuesta a 17 personas si se ha demostrado que hay algún interés en que se cuente la historia de Ghaiad y de la expansión de su universo por medio de un cómic ya que muchos de ellos si que quieren ver mas contenido sobre la cultura peruana siempre y cuando estas puedan contar historias interesantes que no se hayan contado antes para así poder captar su atención.

Los prototipos que se crearon como la opción del videojuego, el borrador del cómic y el piloto sí han demostrado que se puede mezclar la fantasía con la estética contemporánea de una manera

que sea única y simple y que habría un público que esté dispuesto a darle una oportunidad al proyecto.

4.2 Recomendaciones

Para que el proyecto pueda salir adelante se necesita hacer un análisis más completo de lo que el público objetivo en verdad consumiría, realizar encuestas a muchas más personas para ver las diferentes opiniones de la gente. Además de que se podría explorar las probabilidades de explorar nuevas opciones de transmedia como la elaboración de un spin off animado para así llamar la atención de un público más amplio que le fascine explorar mundos o historias a través de este medio. Eso ayudaría mucho a que el proyecto pueda llegar a más gente.

También el buscar crear una premisa más atrayente para el público sería una buena recomendación. El usuario entrevistado no es alguien a quien le llamara la atención el leer un comic por lo que lo idóneo sería realizar un producto animado y un videojuego convincente para convencer a personas como el usuario entrevistado a que le den una oportunidad al proyecto de Exoquna.

V. Referencias Bibliográficas

Coelho, D. (2012). *Amazônia animada : a representação da região amazônica no cinema de animação brasileiro. Dissertação (mestrado) da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design - Pontifícia Universidade Católica.* https://polipapers.upv.es/index.php/aniav/article/view/20842

Diah, I., Anisa, S., & Budiarto, B. (2021). *THE REPRESENTATION OF MEXICAN CULTURE IN DISNEY PIXAR'S MOVIE ENTITLED "COCO". JELL (Journal of English Language and Literature)* STIBA-IEC Jakarta, 6(02), 99-114. https://doi.org/10.37110/jell.v6i2.128

Espichan Alejos, Diana Carolina. (2023, 16 de agosto). *Los Imaginarios culturales sobre la Amazonía en la narrativa audiovisual del cine de animación en Perú. Caso Ainbo: La guerrera del Amazonas* https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/668539

Julca Guerrero, F. et al. (2023). *Inclusión social y cultural en la educación universitaria en Áncash (Perú)*. Desde el Sur, 15(2), 2003. http://dx.doi.org/10.21142/des-1502-2023-0030

R. F. R., & Fitri Rakhmawati. (2025). *CULTURAL VALUE REPRESENTATION IN AVATAR: THE LAST AIRBENDER MOVIE POSTERS: MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS. Lire Journal (Journal of Linguistics and Literature),* 9(2), 308-325. https://doi.org/10.33019/lire.v9i2.409

Sanchez, A. G. (2020). *La animación como herramienta para la creación de historias. Una revisión sistemática de la literatura* (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de https://hdl.handle.net/11537/25588

Sanchez, A. G. (2022). *Análisis de la animación como herramienta para la creación de historias que refuerzan la identidad peruana. Caso: corto animado "Kanito: la primera batalla"*, Lima, 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. https://hdl.handle.net/11537/33197

Sanzana C., & Bustamante D. (2021) *¿La Animación es Para Niños? Desmontando la Infantilización de la Animación a Través de su Evolución* La animación es para niños. Desmontando la infantilización de la animación a través de su evolución Catalina Sanzana y Dominic Bustamante.pdf

Ortiz Pujazón, C. (2021). *Diseño de proyecto transmedia: El Río.* Diseño de proyecto Transmedia: El Río

Quan, L. G. (2025). *Cuando las imágenes hablan : Representación e Identidad en la cultura animada como reflejo de la realidad* https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:lnu:diva-139167

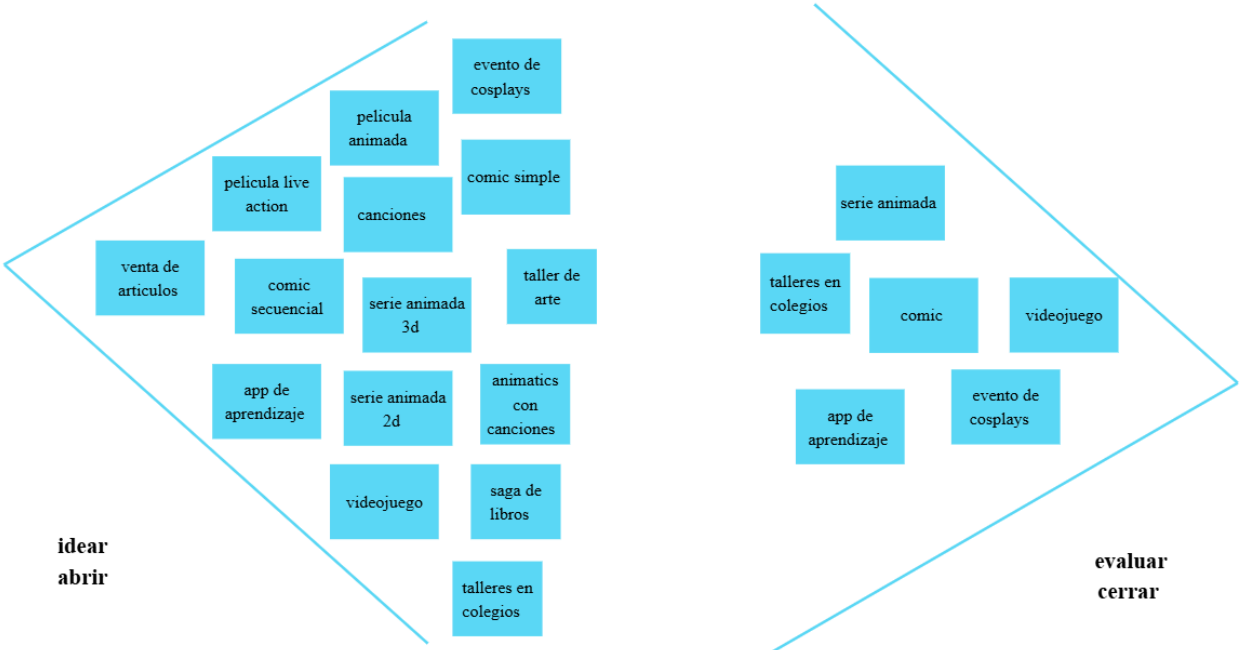
VI. Anexos

¿ Como podríamos ?

usuario	+	necesidad	+	insight
los jóvenes del Perú	necesitan	sentirse orgullosos de sus raices	porque	no hay medios en el que se sientan representados

como podríamos representar la diversidad cultural de forma atractiva ?
como hariamos para que los jovenes se sientan involucrados e identificados
como integrariamos elementos de la cultura peruana sin caer en esteorotipos ?

convergencia - divergencia



idear
abrir

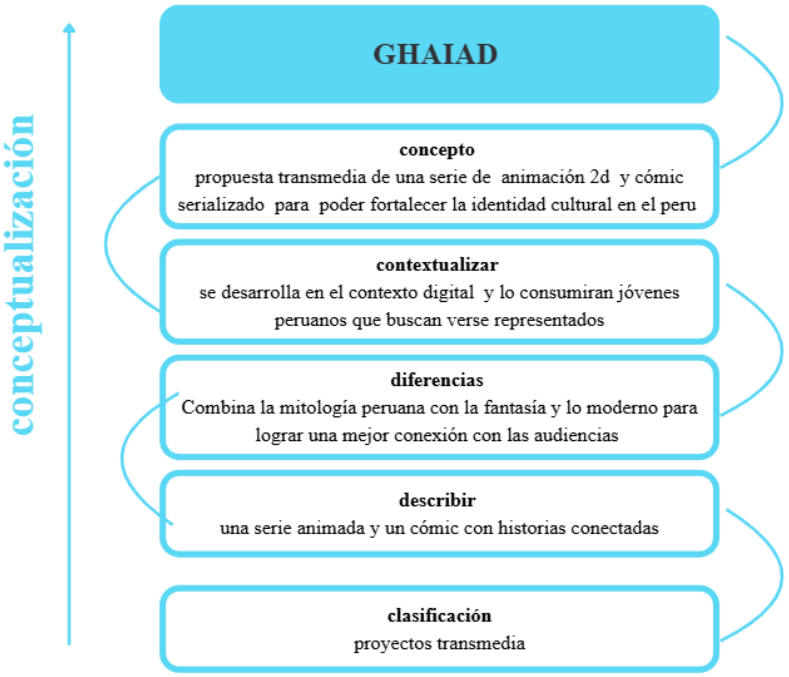
evaluar
cerrar

IDEAS	DESEABILIDAD	VISIBILIDAD	FACTIBILIDAD	TOTAL
comic donde se explore universos a través de una historia trágica inspirada en cultura del peru	3	4	4	11
evento anual donde se integren música,y arte digital, cosplay, charlas sobre mitología peruana	1	5	2	8
serie animada serializada para jóvenes que busquen historias inspiradas en el peru	4	5	4	13
talleres en colegios y comunidades donde los adolescentes creen sus propias historias inspiradas en leyendas peruanas	2	2	1	5
videojuego de aventuras para dispositivos móviles donde el jugador explore los mundos	2	5	2	10
aplicación móvil gratuita que permita explorar mitos y leyendas de la cultura peruana	1	2	2	5

SCAMPER

S	que podemos	sustituir	para	lograr una mejor conexion con los jovenes
C	que pasaria si	combinamos		la propuesta del comic con la propuesta de la animación
A	como podemos	adaptar		leyendas y costumbres del Perú al publico juvenil
M	que podemos	modificar		para hacer mas interesante el universo trasmedia
P	que otros usos se	pueden	dar	al comic y a la serie de animación
E	que podemos	eliminar		para que la historia sea mas autentica
R	que podemos	reordenar		para fortalecer el mensaje

RUTA PARA CONCEPTUALIZAR



entrevista Ander

https://drive.google.com/file/d/1ydpH6GX1O7irgwT9ON7q05FqodYc2rOW/view?usp=sharing

6.1 Informe de Turnitin

https://tls.turnitin.com/viewer/submissions/oid:11391:549071331?locale=es