ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Narrativas transmedia y audiovisuales generadas por Inteligencia Artificial para la promoción del bienestar emocional en jóvenes de Lima Metropolitana

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Dayana Elizabeth Andonayre Villacorta
DNI: 75367500, Perú
Andrea Rocio Gaona Juarez
DNI: 76904108, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Gerson Francis Abanto Quiquia
DNI: 71463733, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Angela Fabiana Zambrano Miranda
DNI: 76594307, Perú

ASESOR

Karin Del Rocio Vargas Torres
DNI: 18011433, Perú
ORCID: 0009-0003-3642-7313

JURADO

NATALIA DELGADO
Ampuero Quezada, Héctor David
Víctor Adrian Robles Montes

Lima, marzo 2026

Reporte de Similitud



Equipo 1 - Mott - Navarro - Quispe - Zevallos.pdf

Tarea 5 - Entrega Turnitin 2

2252|4296|TITULACIÓN TESIS CREATIVA|LU 19:00-23:00 JU 19:00-23:00

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:557692475

Fecha de entrega
16 feb 2026, 10:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 mar 2026, 5:17 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Equipo 1 - Mott - Navarro - Quispe - Zevallos.pdf

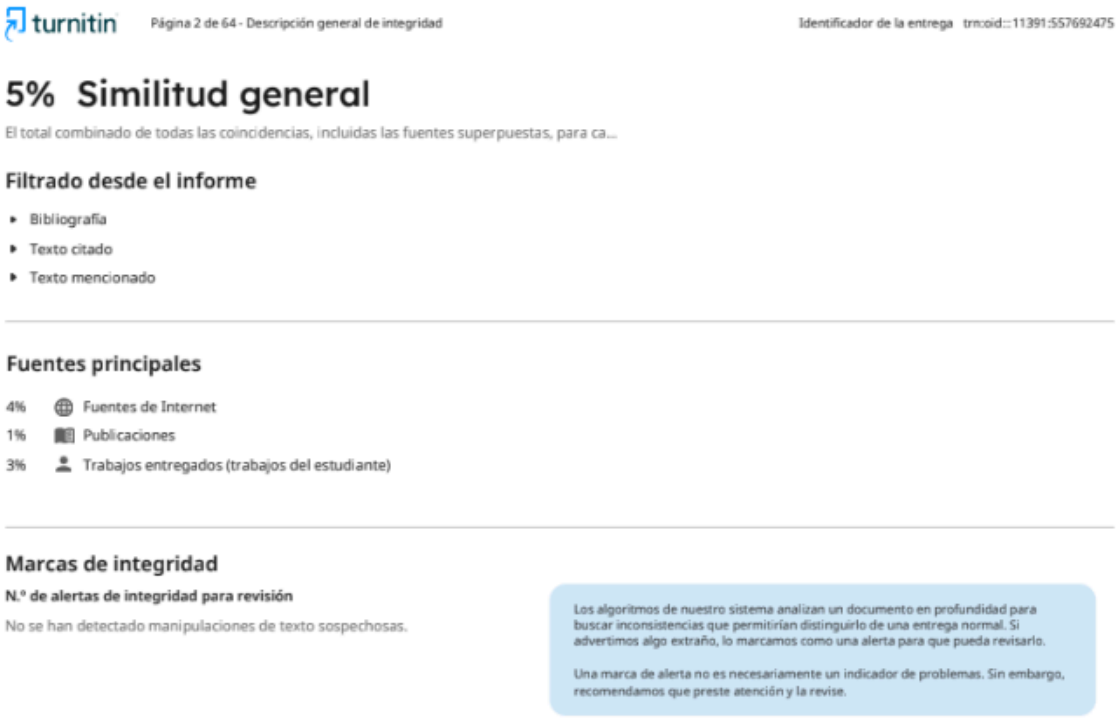
Tamaño del archivo
1.4 MB

58 páginas

13.281 palabras

79.893 caracteres

turnitin Página 1 de 64 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:557692475



turnitin Página 2 de 64 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::11391:557692475

5% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet

1% Publicaciones

3% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

Dedicatoria

En primer lugar, dedicamos el presente trabajo a Dios, por guiarnos y acompañarnos a lo largo de todo el proceso académico, por brindarnos la fortaleza necesaria para afrontar los desafíos presentados y por permitirnos culminar esta etapa con aprendizaje, perseverancia y responsabilidad.

A nuestros padres, por el esfuerzo constante y el apoyo incondicional brindado durante nuestra formación. Su ejemplo, sus enseñanzas y los valores transmitidos han sido fundamentales para nuestro desarrollo personal y profesional, así como para mantener la constancia y el compromiso requerido para la realización de este trabajo.

A nuestras familias, por la comprensión, la paciencia y la confianza depositada en nosotros a lo largo del desarrollo de esta investigación, permitiéndonos continuar con dedicación y disciplina.

Extendemos esta dedicatoria a las personas que nos acompañaron y apoyaron durante este proceso académico, así como a nuestra asesora, cuya orientación y guía fueron determinantes para el adecuado desarrollo del presente estudio.

Finalmente, dedicamos este logro a nosotros mismos, como equipo de trabajo, por el compromiso, la responsabilidad y la disposición demostrados durante todo el proceso. Y a usted, que está leyendo este trabajo, gracias por su tiempo.

Agradecimiento

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a nuestros profesores, quienes a lo largo de nuestra formación académica compartieron sus conocimientos, experiencias y orientación, contribuyendo de manera significativa a nuestro desarrollo profesional y personal.

También, agradecemos a nuestra asesora de tesis por su apoyo, y orientación durante todo nuestro proceso. Su compromiso y apoyo fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de este trabajo.

Asimismo, a nosotros por el trabajo en equipo, la responsabilidad y el compromiso demostrado a lo largo de este proyecto. Los esfuerzos compartidos, las dificultades superadas y el apoyo mutuo hicieron posible alcanzar este logro conjunto.

Resumen Ejecutivo

La presente investigación aborda el desafío de la salud mental juvenil en Lima **z**la inteligencia artificial (IA) influyen en la gestión del bienestar emocional. Mediante un enfoque cualitativo descriptivo que empleó entrevistas en profundidad y observación, se analizó la recepción de productos audiovisuales generados por algoritmos. Los hallazgos principales revelan que, si bien los jóvenes valoran la eficiencia y la capacidad de la IA para visualizar estados abstractos como la ansiedad, persiste una marcada preferencia por el "rastro humano", asociado a la autenticidad y la profundidad emocional. El estudio concluye que la efectividad de estas herramientas para promover el bienestar depende de un diseño híbrido que combine la innovación tecnológica con la sensibilidad autoral. Esta investigación es relevante para la comunicación audiovisual actual, pues establece pautas éticas y narrativas para el desarrollo de intervenciones digitales que conecten genuinamente con las necesidades afectivas de la juventud contemporánea.

Palabras Clave

Narrativas transmedia, Inteligencia artificial generativa, Bienestar emocional, Comunicación audiovisual, Jóvenes de Lima Metropolitana, Salud mental digital.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud 2

Dedicatoria 3

Agradecimiento 4

Resumen Ejecutivo 5

Palabras Clave 5

Capítulo I: Introducción 10

1.1. Problema de Investigación 10

1.2. Vacío en el Conocimiento 11

1.3. Justificación de la Investigación 12

Capítulo II: Revisión de la literatura 14

2.1. Estado del Arte 14

2.2. Marco Teórico 20

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 22

3.1. Objetivo General 22

3.2. Objetivos Específicos 23

3.3. Pregunta General 23

3.4. Preguntas Específicas 23

3.5. Proposición General 23

3.6. Proposiciones Específicas 24

Capítulo IV: Metodología 25

4.1. Tipo y enfoque de investigación 25

4.2. Diseño metodológico 26

4.3. Participantes o casos de estudio 27

4.4. Técnicas e instrumentos 28

4.5. Procedimiento 29

Capítulo V: Resultados 32

5.1. Consumo algorítmico y regulación emocional en redes sociales 32

5.2. Confianza, autenticidad y transparencia en contenidos asistidos por inteligencia artificial 34

5.3. Inteligencia artificial como mediadora narrativa para representar experiencias emocionales sensibles 37

5.4. Valor diferencial del trabajo humano frente a lo automatizado en lo audiovisual 39

5.5. Elementos audiovisuales que favorecen la conexión emocional y la comprensión del bienestar 41

Capítulo VI: Discusión 44

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 50

7.1. Conclusiones 50

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 51

Referencias 53

Anexos 61

Anexo 1: Guía de Entrevista 61

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 *Flujo algorítmico de contenidos de bienestar emocional en plataformas digitales*. 33

Figura 2 *Percepción juvenil de confianza y transparencia en contenidos audiovisuales asistidos por inteligencia artificial*. 36

Figura 3 *Representación simbólica de experiencias emocionales sensibles mediante recursos audiovisuales generados por IA*. 38

Figura 4 *Relación entre creatividad humana y automatización tecnológica en la producción audiovisual.* 41

Figura 5 *Recursos audiovisuales que fortalecen la conexión emocional y la comprensión del bienestar.* 43

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

El consumo de contenidos digitales orientados al bienestar emocional ha crecido de manera significativa entre los jóvenes, quienes recurren cada vez más a plataformas audiovisuales para informarse, reflexionar y gestionar sus estados emocionales. Diversos estudios señalan que las herramientas digitales basadas en inteligencia artificial, como aplicaciones interactivas y sistemas conversacionales, están siendo incorporadas como recursos de apoyo psicológico debido a su accesibilidad y capacidad de personalización, aunque su efectividad depende de cómo los usuarios interpretan y confían en estos entornos mediáticos (Parashuram, 2024; Sharma et al., 2025). En este escenario, las narrativas transmedia y audiovisuales adquieren relevancia como estrategias comunicativas que integran múltiples formatos para generar experiencias inmersivas capaces de conectar emocionalmente con los jóvenes. Sin embargo, la evidencia también advierte que la adopción de intervenciones digitales en salud mental enfrenta desafíos relacionados con la credibilidad del contenido, la percepción de autenticidad y la calidad de la interacción mediada por tecnología (Lehtimaki et al., 2021; Yoon, 2024).

Desde la disciplina de la comunicación audiovisual, el uso de narrativas transmedia para abordar temas de salud mental representa una oportunidad para construir mensajes que no solo informen, sino que también movilicen procesos de identificación emocional y reflexión personal. Investigaciones recientes demuestran que las estrategias transmedia favorecen la comprensión y retención de contenidos de salud cuando se diseñan considerando elementos narrativos, culturales y participativos que fortalecen el vínculo entre el público y el mensaje (Cardoso et al., 2024; Soderlund et al., 2021). En el caso de los contenidos generados o asistidos por inteligencia

artificial, surge la necesidad de comprender cómo estas narrativas influyen en la percepción del bienestar emocional juvenil, dado que la mediación tecnológica puede modificar la experiencia subjetiva del receptor. Por ello, resulta fundamental explorar cualitativamente las percepciones de los jóvenes frente a estas propuestas audiovisuales, ya que ello permite evaluar su pertinencia comunicativa y su impacto en la construcción de experiencias emocionales significativas (Parashuram, 2024; Sharma et al., 2025).

1.2. Vacío en el Conocimiento

Aunque el uso de tecnologías digitales en salud mental juvenil ha crecido de manera sostenida, gran parte de la investigación se ha concentrado en el desarrollo técnico de herramientas basadas en inteligencia artificial, dejando en segundo plano la comprensión profunda de cómo los jóvenes interpretan y experimentan estos recursos desde una dimensión comunicativa y emocional. Las revisiones recientes señalan que la mayoría de aplicaciones de inteligencia artificial en salud mental adolescente priorizan funciones diagnósticas o de monitoreo, evidenciando una escasa exploración cualitativa de la percepción del usuario respecto a la confianza, la interacción narrativa y el significado emocional que estas tecnologías generan (Sharma et al., 2025). Esta orientación predominantemente técnica limita la comprensión de los procesos simbólicos y narrativos que median la relación entre el contenido digital y la experiencia subjetiva del bienestar emocional juvenil. De manera similar, investigaciones en comunicación transmedia reconocen su potencial para promover alfabetización en salud, pero subrayan que su aplicación específica en contextos de bienestar emocional sigue siendo limitada y requiere mayor profundización en estudios centrados en la experiencia del receptor (Cardoso et al., 2024).

Asimismo, la literatura evidencia que las intervenciones digitales basadas en inteligencia artificial suelen evaluarse desde métricas de eficacia tecnológica o usabilidad, mientras que existen menos investigaciones que integren el análisis narrativo, audiovisual y perceptual como dimensiones fundamentales del impacto comunicativo en jóvenes. Estudios orientados al desarrollo de terapias digitales muestran avances en personalización y monitoreo psicológico, pero reconocen que aún es insuficiente la comprensión de cómo estas propuestas influyen en la construcción del significado emocional y la apropiación del mensaje por parte de los usuarios adolescentes (Yoon, 2024). Esta brecha se vuelve particularmente relevante cuando se considera que la adopción de herramientas digitales depende en gran medida de factores como confianza, identificación y percepción de autenticidad, aspectos que requieren enfoques cualitativos centrados en la experiencia vivida. Investigaciones que analizan la percepción estudiantil sobre herramientas de inteligencia artificial coinciden en la necesidad de ampliar el enfoque hacia dimensiones culturales, emocionales y comunicativas, señalando que estas áreas continúan siendo insuficientemente exploradas en el campo de la salud mental digital (Parashuram, 2024).

1.3. Justificación de la Investigación

El avance de las tecnologías digitales ha generado nuevas oportunidades para que el sector creativo integre estrategias narrativas innovadoras orientadas a la promoción del bienestar emocional, especialmente entre públicos jóvenes que interactúan constantemente con contenidos audiovisuales. Estudios recientes muestran que las aplicaciones basadas en inteligencia artificial en salud mental juvenil no solo transforman el acceso a recursos psicológicos, sino que también abren un campo de experimentación creativa donde la narrativa, la interacción y la personalización se convierten en elementos clave para generar experiencias significativas (Sharma et al., 2025). En este sentido, las narrativas transmedia y audiovisuales constituyen un

espacio de convergencia entre comunicación, tecnología y creatividad, permitiendo el diseño de mensajes que trascienden lo informativo para convertirse en experiencias participativas capaces de influir en la percepción emocional del usuario. Investigaciones sobre estrategias transmedia en comunicación de salud evidencian que la integración de múltiples plataformas narrativas fortalece la comprensión del mensaje y promueve una mayor implicación del público, lo que refuerza la pertinencia de explorar estos enfoques dentro del sector creativo contemporáneo (Cardoso et al., 2024).

Desde una perspectiva profesional, comprender cómo los jóvenes interpretan contenidos audiovisuales generados con inteligencia artificial resulta fundamental para el desarrollo de propuestas creativas responsables, éticas y culturalmente relevantes dentro de la industria audiovisual. La literatura señala que las terapias digitales apoyadas en inteligencia artificial avanzan rápidamente en términos técnicos, pero requieren enfoques que integren dimensiones comunicativas y experienciales para maximizar su impacto en la vida cotidiana de los usuarios adolescentes (Yoon, 2024). Esta necesidad se vincula directamente con el rol del sector creativo como mediador entre tecnología y experiencia humana, donde la construcción narrativa influye en la aceptación, confianza y apropiación del mensaje. Estudios centrados en la percepción del usuario destacan que factores como credibilidad, usabilidad y significado emocional son determinantes en la adopción de herramientas digitales de salud mental, lo que justifica la importancia de investigaciones cualitativas que orienten el diseño audiovisual hacia soluciones más humanas y efectivas (Parashuram, 2024).

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

A nivel global, la salud mental adolescente constituye una problemática prioritaria, ya que uno de cada siete adolescentes presenta trastornos mentales y gran parte de estos casos permanece sin diagnóstico ni tratamiento oportuno, lo que ha impulsado la incorporación de tecnologías basadas en inteligencia artificial como herramientas de apoyo en diagnóstico, monitoreo e intervención (Sharma et al., 2025). En el contexto europeo, investigaciones recientes evidencian que las estrategias transmedia aplicadas a la comunicación en salud han demostrado eficacia en la mejora de la alfabetización y comprensión de contenidos sanitarios, destacando el potencial de formatos narrativos multiplataforma para fortalecer la conexión emocional con los públicos jóvenes (Cardoso et al., 2024). Desde la perspectiva educativa y tecnológica, estudios en entornos universitarios finlandeses muestran que la percepción estudiantil hacia la inteligencia artificial en salud mental depende de factores como la confianza, la transparencia algorítmica y la calidad de la interacción, lo que evidencia la importancia de analizar la experiencia subjetiva del usuario en contextos locales específicos (Parashuram, 2024). Asimismo, investigaciones recientes sobre comunicación digital y ecosistemas informativos señalan que la integración de inteligencia artificial en narrativas audiovisuales transforma las dinámicas de producción y recepción del contenido, configurando nuevas formas de mediación tecnológica que inciden directamente en la construcción de experiencias emocionales en audiencias jóvenes (Søderlund et al., 2024).

El análisis del problema es relevante para el campo creativo porque permite comprender cómo las narrativas digitales pueden ser diseñadas intencionadamente para fomentar procesos de promoción de salud mental y prevención en poblaciones juveniles, lo cual es imperativo ante la

creciente carga de enfermedades mentales entre jóvenes que demanda enfoques innovadores más allá de la terapia tradicional (Frontiers in Psychiatry, 2022). Asimismo, la integración de tecnologías creativas y algoritmos de inteligencia artificial en la producción de contenido audiovisual implica explorar nuevas formas de interacción que potencien la participación y el bienestar emocional de los usuarios, un foco que ha sido destacado como emergente en el estudio de medios digitales (Liu & Li, 2024). La evidencia también muestra que las experiencias subjetivas de bienestar y desarrollo personal entre jóvenes están íntimamente ligadas a su entorno mediado por tecnología, lo que subraya la necesidad de estrategias creativas que articulen claridad narrativa y accesibilidad emocional (Zolopa et al., 2022). Finalmente, comprender las dinámicas de cambio en la salud mental juvenil en contextos contemporáneos fortalece la justificación de utilizar narrativas transmedia y herramientas tecnológicas como recursos que no solo informan, sino que también movilizan reflexión y acompañamiento emocional significativo (Liu & Li, 2024).

La integración de la inteligencia artificial en la industria audiovisual permite optimizar la eficiencia técnica y la personalización, aunque conlleva riesgos significativos sobre la estandarización del mensaje y la posible pérdida de la conexión emocional genuina con las audiencias (Gavran et al., 2025). No obstante, se ha demostrado que la exposición continua a representaciones digitales generadas por algoritmos puede afectar negativamente la autoestima y la imagen corporal de los jóvenes, siendo la comparación social un mediador determinante en esta insatisfacción (Tufail et al., 2024). Ante este escenario, las narrativas transmedia que incorporan realidad aumentada e inteligencia artificial surgen como una oportunidad innovadora para fomentar la participación y el desarrollo de competencias críticas a través de experiencias inmersivas y lúdicas (Del Moral-Pérez et al., 2024). En definitiva, la evolución hacia una

narrativa donde la inteligencia artificial actúa como un agente cocreador redefine el papel del espectador, transformando el proceso de construcción de imaginarios y la gestión de la subjetividad emocional en el entorno digital (Sánchez-López et al., 2025). Asimismo, algunos trabajos integran metodologías mixtas que combinan análisis conceptual y comparación teórica de carácter cualitativo con evaluaciones cuantitativas del desempeño y funcionalidad de herramientas tecnológicas, reflejando un interés por articular interpretación académica con mediciones objetivas (Murár & Kubovics, 2023). Finalmente, en el campo del bienestar y la salud mental, predominan técnicas cuantitativas como revisiones sistemáticas y ensayos controlados para evaluar estadísticamente la efectividad de intervenciones basadas en inteligencia artificial, aunque estos enfoques reconocen la relevancia de futuras aproximaciones cualitativas para comprender la experiencia del usuario (Cruz-Gonzalez et al., 2024).

Los antecedentes revisados muestran que las investigaciones sobre narrativas transmedia emplean principalmente técnicas cualitativas como el análisis de contenido y el análisis narrativo para interpretar cómo se estructuran los relatos digitales, cómo circulan entre múltiples plataformas y cómo los usuarios construyen significado a partir de experiencias inmersivas, evidenciando que estos enfoques permiten comprender dimensiones simbólicas y participativas de la comunicación digital (Zhou et al., 2025). En el ámbito de la inteligencia artificial aplicada a la creación de contenidos, los estudios recurren a revisiones documentales y análisis críticos de sistemas automatizados como estrategias cualitativas para examinar el funcionamiento de algoritmos y su impacto en la producción y personalización del contenido digital, favoreciendo una comprensión interpretativa de la mediación tecnológica (Yang, 2025).

Los estudios recientes coinciden en que las aplicaciones de inteligencia artificial en salud mental muestran resultados prometedores en la detección temprana, el monitoreo

sintomatológico y el acompañamiento psicoeducativo en población joven, aunque subrayan que la evidencia aún es heterogénea y requiere mayor validación empírica longitudinal (Sharma et al., 2025). Asimismo, se ha identificado que la aceptación de estas tecnologías depende significativamente de la percepción de confiabilidad, ética y claridad en el uso de datos, factores que influyen directamente en la disposición de los estudiantes a utilizarlas como apoyo complementario y no como sustituto de la atención profesional (Parashuram, 2024). En el ámbito comunicacional, las investigaciones sobre estrategias transmedia en salud evidencian que la integración coherente de múltiples plataformas incrementa la alfabetización sanitaria y fortalece el involucramiento emocional cuando el diseño narrativo responde a las características socioculturales del público objetivo (Cardoso et al., 2024). Finalmente, los análisis sobre ecosistemas digitales y producción mediada por inteligencia artificial advierten que la automatización narrativa transforma las dinámicas de interacción y recepción, generando nuevas formas de construcción de sentido que pueden potenciar la experiencia emocional, pero también plantear interrogantes sobre autenticidad y mediación tecnológica (Søderlund et al., 2024).

Aunque se han identificado diversas aplicaciones de agentes conversacionales y contenidos digitales en salud mental juvenil, aún faltan estudios que profundicen en cómo la inteligencia artificial puede integrarse éticamente en narrativas transmedia para promover bienestar emocional, ya que las publicaciones existentes se centran más en la factibilidad y aceptación general que en los aspectos narrativos y expresivos (Hawke et al., 2025). Asimismo, no se ha explorado suficientemente cómo los jóvenes interpretan y reaccionan emocionalmente ante contenidos generados o mediados por inteligencia artificial en contraste con contenidos humanamente producidos, particularmente en contextos de autoayuda y regulación afectiva (Hawke et al., 2025). Además, pese a que las entrevistas y análisis temáticos en apps basadas en

narrativas han mostrado potencial para influir en la salud mental, existe un vacío en la investigación sobre la co-creación de contenidos transmedia asistidos por inteligencia artificial con comunidades juveniles, lo que limitaría la validez cultural y la pertinencia comunicativa de estos materiales (ACM Uddin, 2025). Por último, aunque se ha explorado la participación y el compromiso de usuarios en intervenciones digitales, no se han abordado con suficiente detalle las implicaciones de credibilidad y confianza que emergen cuando la inteligencia artificial es percibida como fuente de contenido emocional, lo que podría influir decisivamente en la efectividad de estas estrategias para el bienestar emocional juvenil (Soderlund et al., 2021).

La industria audiovisual está adoptando herramientas de inteligencia artificial que permiten el reconocimiento de estados emocionales a través del procesamiento de información multimodal, optimizando la creación de productos con un mayor impacto sentimental en el espectador (Gavran et al., 2025). Estas innovaciones tecnológicas facilitan el desarrollo de narrativas procedimentales y adaptativas que se ajustan en tiempo real a las interacciones del usuario, permitiendo la generación de historias escalables con ramificaciones potencialmente infinitas (Sánchez-López et al., 2025). Asimismo, la conversión de narrativas cinematográficas en juegos educativos mediante aplicaciones de realidad aumentada e inteligencia artificial representa una práctica emergente que potencia la participación y el aprendizaje significativo en entornos digitales (Del Moral-Pérez et al., 2024). No obstante, los cambios sociales derivados de esta digitalización exigen intervenciones orientadas a mitigar los efectos negativos de la comparación social, garantizando que estas nuevas herramientas promuevan el bienestar psicológico de los jóvenes frente a los contenidos hiperidealizados (Tufail et al., 2024).

Las intervenciones digitales en salud mental dirigidas a jóvenes se comprenden como sistemas de apoyo que integran herramientas tecnológicas con fundamentos terapéuticos,

permitiendo ampliar el acceso al acompañamiento psicológico y favoreciendo procesos de autocuidado que dependen en gran medida de la percepción de utilidad, confianza y participación del usuario adolescente (Lehtimaki et al., 2021). Dentro de este escenario, la narrativa transmedia emerge como una categoría comunicativa relevante al distribuir contenidos en múltiples formatos que estimulan la implicación emocional del público, facilitando la comprensión de temas sensibles como la salud mental mediante experiencias cercanas, participativas y culturalmente significativas (Soderlund et al., 2021). A su vez, la mediación tecnológica inmersiva introduce dinámicas interactivas y personalizadas que conectan lenguaje audiovisual, análisis narrativo y comportamiento digital juvenil, generando entornos donde la experiencia mediática influye directamente en la forma en que los jóvenes interpretan y resignifican su bienestar emocional (Zhou et al., 2025). Finalmente, la incorporación de inteligencia artificial en propuestas terapéuticas digitales redefine las prácticas de acompañamiento emocional al ofrecer monitoreo, detección y respuestas adaptativas, mostrando que la interacción con sistemas inteligentes puede fortalecer procesos de regulación psicológica y ampliar las posibilidades de intervención temprana en salud mental juvenil (Kim et al., 2024).

La literatura revisada evidencia una tensión entre el optimismo tecnológico y las limitaciones empíricas, ya que algunos estudios resaltan el potencial de la inteligencia artificial para ampliar el acceso y la personalización en salud mental juvenil, pero reconocen que la mayoría de aplicaciones aún carecen de evaluaciones longitudinales sólidas y evidencia concluyente sobre su impacto sostenido (Sharma et al., 2025). Asimismo, se observa un sesgo centrado en percepciones favorables hacia la inteligencia artificial desde contextos universitarios específicos, lo que podría limitar la generalización de los hallazgos a poblaciones juveniles con realidades socioculturales distintas (Parashuram, 2024). En contraste, investigaciones sobre

estrategias transmedia en salud destacan resultados positivos en términos de alfabetización y compromiso, aunque tienden a enfocarse más en métricas de alcance y participación que en transformaciones emocionales profundas o cambios conductuales medibles (Cardoso et al., 2024). Finalmente, algunos enfoques priorizan el diseño tecnológico y la innovación digital por encima del análisis crítico de las implicancias éticas y culturales de la mediación algorítmica, lo que revela una posible subestimación de los riesgos asociados a la confianza, la autenticidad narrativa y la construcción subjetiva del bienestar (Yoon, 2024).

Las evidencias revisadas sugieren que las herramientas digitales basadas en inteligencia artificial tienen un impacto positivo en el bienestar emocional mediante la potenciación de recursos psicológicos como la autoeficacia emocional y la autonomía, lo que sustenta la necesidad de explorar cómo estas percepciones se manifiestan cualitativamente en jóvenes consumidores de contenidos audiovisuales (Sun et al., 2025). Además, estudios sobre intervenciones digitales de salud mental con inteligencia artificial destacan que la eficacia de estas tecnologías depende de factores como la adaptación cultural y las experiencias subjetivas de los usuarios, lo que respalda la pertinencia de captar narrativas y significados desde las propias voces de los jóvenes (Zhao et al., 2025). Las revisiones sistemáticas en salud digital enfatizan no solo la accesibilidad y personalización que ofrece la IA, sino también las preocupaciones éticas, de confianza y credibilidad de los algoritmos, lo que refuerza la necesidad de un enfoque cualitativo que profundice en cómo estas dimensiones se perciben e interpretan en contextos mediáticos reales (Dehbozorgi et al., 2025). Finalmente, investigaciones sobre contenidos digitales interactivos muestran que la forma narrativa y la estructura transmedia influyen en la comprensión y retención emocional de los mensajes de bienestar, apoyando así la proposición de analizar cómo los jóvenes interpretan la calidad comunicativa y la resonancia

emocional de estos contenidos generados o asistidos por inteligencia artificial (Wang et al., 2024).

2.2. Marco Teórico

El estudio de las narrativas transmedia se fundamenta en la teoría de la convergencia mediática, la cual explica cómo la distribución de contenidos en múltiples plataformas fomenta una participación activa y una inmersión profunda de los jóvenes en temas de salud mental (Cardoso et al., 2024). Este enfoque permite que las historias de bienestar no sean productos lineales, sino ecosistemas participativos donde el usuario construye significado a través de experiencias narrativas culturalmente relevantes (Soderlund et al., 2021). Bajo esta corriente, la mediación tecnológica inmersiva actúa como un puente que conecta el lenguaje audiovisual con el comportamiento digital juvenil, permitiendo que la interactividad potencie la reflexión personal y la alfabetización sanitaria (Zhou et al., 2025). En consecuencia, la estructura transmedia se convierte en un recurso estratégico que no solo transmite información, sino que moviliza procesos de identificación emocional necesarios para el acompañamiento en salud (Søderlund et al., 2024).

En el ámbito de la interacción humano-computadora, el fenómeno se explica a través del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), el cual sostiene que la utilidad percibida y la facilidad de uso determinan la disposición de los adolescentes hacia las herramientas de apoyo psicológico (Lehtimaki et al., 2021). La eficacia de estos sistemas inteligentes depende directamente de la transparencia algorítmica y de la calidad de la interacción, factores que construyen la confianza necesaria para que el usuario acepte la mediación de la inteligencia artificial en su vida emocional (Parashuram, 2024). Asimismo, la integración de la inteligencia artificial como agente cocreador introduce una nueva dimensión en la teoría narrativa, donde los

relatos adaptativos responden en tiempo real a las necesidades del espectador (Sánchez-López et al., 2025). Esta evolución tecnológica permite que las intervenciones digitales ofrezcan respuestas personalizadas y autónomas, ampliando significativamente el acceso a recursos de autocuidado y regulación psicológica (Kim et al., 2024).

Por último, la teoría de la comparación social proporciona un marco crítico para comprender cómo los contenidos generados por inteligencia artificial influyen en la subjetividad y la autoestima de los jóvenes de Lima Metropolitana (Tufail et al., 2024). Esta corriente advierte que la exposición a representaciones digitales hiperidealizadas puede generar sentimientos de inadecuación, lo que exige un diseño narrativo ético centrado en la autenticidad (Yoon, 2024). Ante estos riesgos, surge la necesidad de aplicar teorías de la autoeficacia emocional que refuercen la autonomía del joven frente a los algoritmos, garantizando que la tecnología sea un recurso de bienestar y no una fuente de presión social (Sun et al., 2025). De este modo, la investigación debe articular la innovación digital con marcos éticos que validen la experiencia subjetiva del usuario y aseguren la pertinencia comunicativa de las propuestas audiovisuales (Dehbozorgi et al., 2025).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Explorar de manera cualitativa cómo las narrativas transmedia y audiovisuales generadas o asistidas por inteligencia artificial influyen en la percepción del bienestar emocional de los jóvenes de Lima Metropolitana, considerando sus experiencias de consumo, interpretación y relación con contenidos digitales orientados a la salud emocional.

3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar cómo los jóvenes interpretan los contenidos audiovisuales digitales relacionados con el bienestar emocional dentro de entornos transmedia.

2. Describir la percepción juvenil frente al uso de inteligencia artificial en la representación audiovisual de experiencias emocionales.

3. Identificar qué elementos narrativos y visuales favorecen la conexión emocional y la comprensión del bienestar en contenidos digitales asistidos por inteligencia artificial.

3.3. Pregunta General

¿De qué manera las narrativas transmedia y audiovisuales generadas o asistidas por inteligencia artificial influyen en la percepción del bienestar emocional de los jóvenes de Lima Metropolitana?

3.4. Preguntas Específicas

1. ¿Cómo interpretan los jóvenes los contenidos audiovisuales digitales relacionados con el bienestar emocional en plataformas transmedia?

2. ¿Qué percepción tienen los jóvenes sobre el uso de inteligencia artificial en la representación audiovisual de experiencias emocionales?

3. ¿Qué elementos narrativos y visuales contribuyen a la conexión emocional y a la comprensión del bienestar en contenidos digitales asistidos por inteligencia artificial?

3.5. Proposición General

Las narrativas transmedia y audiovisuales generadas o asistidas por inteligencia artificial influyen en la percepción del bienestar emocional juvenil al facilitar la comprensión de experiencias emocionales y promover formas de identificación y acompañamiento simbólico a través de recursos audiovisuales accesibles.

3.6. Proposiciones Específicas

1. La interpretación de contenidos audiovisuales transmedia permite a los jóvenes construir significados relacionados con su bienestar emocional.

2. El uso de inteligencia artificial en narrativas audiovisuales influye en la percepción de claridad, credibilidad y utilidad del contenido emocional.

3. Los recursos visuales y narrativos presentes en contenidos asistidos por inteligencia artificial favorecen la conexión emocional y la apropiación del mensaje por parte de los jóvenes.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que tuvo como propósito comprender las percepciones, significados y experiencias que los jóvenes construyeron en torno a los contenidos audiovisuales y narrativas transmedia asistidas por inteligencia artificial orientadas al bienestar emocional. En lugar de medir variables numéricas o establecer relaciones estadísticas, la investigación priorizó la exploración interpretativa de las vivencias subjetivas de los participantes, permitiendo acceder a la dimensión simbólica y emocional del fenómeno estudiado. Este enfoque facilitó el análisis profundo de cómo los jóvenes interpretaron los mensajes digitales, valoraron su impacto emocional y resignificaron su experiencia de consumo mediático dentro de su vida cotidiana.

Asimismo, la investigación se caracterizó por ser de tipo aplicada, debido a que estuvo orientada a abordar un problema real vinculado al campo creativo y comunicacional contemporáneo: la creciente presencia de contenidos digitales generados o asistidos por inteligencia artificial en la promoción del bienestar emocional juvenil. El estudio buscó producir conocimientos que pudieran servir como base para el diseño de propuestas narrativas audiovisuales más éticas, responsables y culturalmente pertinentes, contribuyendo al desarrollo profesional dentro de la industria creativa. De esta manera, los hallazgos no solo ampliaron la comprensión teórica del fenómeno, sino que ofrecieron criterios prácticos para la producción de contenidos que respondieran a las necesidades emocionales y comunicativas de los jóvenes.

Finalmente, el enfoque cualitativo adoptado permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno investigado, reconociendo que la experiencia mediática no se limita a la recepción pasiva de información, sino que implica procesos activos de

identificación, valoración emocional y apropiación simbólica. A través de la interacción con los relatos digitales, los jóvenes manifestaron formas particulares de comprender el bienestar emocional, influenciadas por elementos narrativos, visuales y tecnológicos presentes en los contenidos. Este enfoque interpretativo posibilitó comprender la relación entre tecnología, narrativa y experiencia subjetiva, evidenciando cómo la mediación audiovisual generada por inteligencia artificial se integró en los procesos de significado personal y social de los participantes.

4.2. Diseño metodológico

La investigación se desarrolló bajo un diseño cualitativo de tipo exploratorio, orientado a comprender en profundidad cómo los jóvenes de Lima Metropolitana interpretaron y experimentaron narrativas transmedia y audiovisuales generadas o asistidas por inteligencia artificial en relación con su bienestar emocional. Este enfoque permitió aproximarse al fenómeno desde la perspectiva de los propios participantes, priorizando la construcción de significados, percepciones y experiencias subjetivas por encima de la medición de variables cuantificables. El estudio se situó dentro del paradigma interpretativo, al considerar que la realidad social y emocional se configura a través de procesos simbólicos, narrativos y comunicativos que requieren ser comprendidos desde el contexto particular en el que se producen.

El diseño cualitativo exploratorio resultó pertinente debido a que el objeto de estudio la articulación entre narrativas transmedia, inteligencia artificial y bienestar emocional juvenil constituye un campo aún en desarrollo, especialmente desde una perspectiva comunicacional. Se trabajó con un grupo reducido de participantes, lo que permitió profundizar en sus discursos, prácticas digitales y formas de interacción con los contenidos audiovisuales. Esta estrategia facilitó el análisis detallado de las experiencias individuales, atendiendo a matices como la

confianza en la tecnología, la percepción de autenticidad y los procesos de identificación emocional, aspectos centrales para comprender la apropiación simbólica de estas propuestas mediáticas.

Para la recolección de información se emplearon dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas y observación con enfoque de etnografía ligera. Las entrevistas permitieron explorar de manera flexible las percepciones, emociones y valoraciones de los participantes frente a contenidos digitales generados o asistidos por inteligencia artificial, favoreciendo la emergencia de relatos personales y reflexivos. Complementariamente, la observación posibilitó analizar comportamientos, dinámicas de interacción y formas de consumo de los contenidos en contextos cotidianos, enriqueciendo la comprensión del fenómeno desde una dimensión experiencial y situada.

4.3. Participantes o casos de estudio

Los entrevistados fueron tres personas que desempeñaron distintos roles dentro del consumo y la interacción con contenidos audiovisuales orientados al bienestar emocional en entornos digitales, todos pertenecientes al rango etario de 18 a 25 años. El primer participante correspondió a un usuario activo de redes sociales que consume de manera frecuente contenidos audiovisuales relacionados con motivación, ansiedad y autocuidado, lo que permitió explorar cómo estos materiales influyen en su regulación emocional cotidiana. El segundo entrevistado representó el perfil de joven creador o prosumidor digital que interactúa con piezas audiovisuales generadas o apoyadas por inteligencia artificial, incluyendo el uso de filtros, edición automatizada y recursos sintéticos que amplían las posibilidades narrativas. El tercer participante fue un estudiante que utiliza plataformas digitales como espacio de acompañamiento emocional y reflexión personal frente a experiencias propias.

Las experiencias de estos participantes resultaron fundamentales para comprender cómo los jóvenes interpretan las narrativas audiovisuales mediadas por inteligencia artificial dentro de su vida diaria. Sus testimonios evidenciaron prácticas de consumo, criterios de valoración estética y percepciones sobre la utilidad emocional de los contenidos digitales. Asimismo, permitieron identificar la importancia de la claridad narrativa, la accesibilidad del lenguaje y la conexión simbólica que estos materiales generan en momentos de estrés o búsqueda de orientación emocional. La diversidad de perfiles facilitó observar el fenómeno desde múltiples perspectivas: como usuarios, creadores y receptores reflexivos del contenido digital.

Este conjunto de perfiles fue pertinente para la investigación porque permitió analizar la relación entre comunicación audiovisual, tecnología emergente y experiencia emocional juvenil desde una mirada situada en el contexto digital contemporáneo. Los entrevistados aportaron reflexiones sobre autenticidad narrativa, confianza en los mensajes y el rol de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo creativo y expresivo. En conjunto, sus vivencias contribuyeron a comprender cómo las narrativas transmedia y audiovisuales participan en la construcción de significados emocionales y en la configuración de formas de acompañamiento simbólico en jóvenes de Lima Metropolitana.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información se empleó como técnica principal la entrevista semiestructurada, debido a su capacidad para explorar en profundidad las percepciones, significados y experiencias subjetivas de los participantes. Se elaboró una guía de entrevista compuesta por preguntas abiertas orientadas a indagar cómo los jóvenes interactúan con contenidos transmedia y audiovisuales vinculados al bienestar emocional, así como sus valoraciones respecto al uso de inteligencia artificial en dichos contenidos. La estructura de la

guía permitió mantener un eje temático común, garantizando la comparabilidad de las respuestas, pero también otorgó flexibilidad para profundizar en aspectos emergentes según la dinámica de cada entrevista, lo cual es coherente con el enfoque cualitativo de la presente investigación.

La guía de entrevista fue sometida a un proceso de validación de contenido con la finalidad de asegurar la claridad, pertinencia y coherencia interna de las preguntas respecto a los objetivos planteados. Este proceso fue realizado por el doctor Andrés Acosta Aguinaga, especialista en metodologías cualitativas y comunicación digital, quien evaluó cada ítem considerando su redacción, adecuación conceptual y correspondencia con las dimensiones teóricas del estudio. La retroalimentación del experto permitió fortalecer la precisión de las preguntas, evitar ambigüedades y garantizar que los ítems orienten efectivamente la obtención de información relevante para comprender las percepciones de los jóvenes sobre narrativas transmedia y contenidos audiovisuales generados o asistidos por inteligencia artificial.

Además de las entrevistas, se utilizó la observación no participante como técnica complementaria para analizar el comportamiento de los jóvenes en su interacción cotidiana con contenidos digitales de bienestar emocional. Este instrumento permitió registrar de manera sistemática elementos narrativos, visuales y sonoros presentes en piezas transmedia y audiovisuales consumidas por la población objetivo, así como patrones de recepción y reacción espontánea ante contenidos generados por inteligencia artificial. La observación enriqueció la comprensión del fenómeno al aportar evidencias empíricas que contextualizan los discursos obtenidos en las entrevistas, facilitando una interpretación más integral y triangulada del objeto de estudio.

4.5. Procedimiento

El desarrollo de la investigación se inició con la delimitación del problema y la formulación de los objetivos, lo que permitió enfocar el estudio en la comprensión de las narrativas transmedia y audiovisuales generadas o mediadas por inteligencia artificial como recursos vinculados al bienestar emocional en jóvenes de Lima Metropolitana. A partir de este marco conceptual, se elaboró una guía de entrevista semiestructurada alineada con las dimensiones teóricas del estudio, orientada a explorar percepciones, experiencias y valoraciones sobre el consumo y la interacción con contenidos digitales. Esta fase incluyó una revisión conceptual que aseguró la coherencia entre las preguntas planteadas y los propósitos de la investigación, garantizando que los temas abordados respondieran directamente al fenómeno de estudio.

Posteriormente, se realizó la selección de los participantes considerando criterios relacionados con su vínculo directo con el consumo o producción de contenidos audiovisuales digitales orientados al bienestar emocional. Los jóvenes fueron contactados de manera individual, explicándoles los objetivos del estudio y solicitando su consentimiento informado antes de su participación. Una vez obtenida su aprobación, se procedió a la aplicación de las entrevistas en modalidad virtual, lo que permitió registrar de manera organizada los discursos y preservar la integridad de las respuestas. De forma paralela, se llevó a cabo una observación descriptiva de contenidos audiovisuales relacionados con bienestar emocional en redes sociales, registrando características narrativas, visuales y expresivas que complementaron la información obtenida a través de las entrevistas.

La etapa final consistió en la transcripción, organización y análisis temático de los datos recolectados, proceso que permitió identificar patrones discursivos y categorías emergentes vinculadas a la percepción emocional, la autenticidad narrativa y la mediación tecnológica. El

análisis se centró en reconocer relaciones entre las experiencias juveniles y la forma en que las narrativas audiovisuales influyen en la comprensión del bienestar emocional. Finalmente, se integraron los hallazgos en la redacción de resultados, estableciendo vínculos con los objetivos y proposiciones de la investigación. Este procedimiento posibilitó una interpretación contextualizada del fenómeno, aportando una comprensión integral sobre el papel de la comunicación audiovisual mediada por inteligencia artificial en la construcción de experiencias emocionales significativas en jóvenes.

Capítulo V: Resultados

5.1. Consumo algorítmico y regulación emocional en redes sociales

La categoría Consumo algorítmico y regulación emocional en redes sociales evidencia cómo los jóvenes participantes experimentan las plataformas digitales como espacios donde el bienestar emocional se entrelaza con la lógica de personalización algorítmica. Los discursos revelan que los contenidos que reciben no son percibidos como aleatorios, sino como respuestas directas a sus estados emocionales, búsquedas previas o patrones de interacción. Una de las entrevistadas explica que los materiales que aparecen en su feed suelen estar relacionados con situaciones personales o momentos específicos, lo que genera la sensación de que la plataforma "entiende" su estado emocional. Esta percepción convierte a las redes sociales en un entorno donde el contenido audiovisual no solo informa, sino que actúa como una herramienta inmediata para procesar emociones cotidianas, consolidando una relación íntima entre consumo digital y autorregulación emocional.

Desde esta experiencia, los jóvenes priorizan contenidos breves, directos y de fácil interpretación que puedan integrarse a la velocidad del entorno digital. Los entrevistados mencionan que buscan ejercicios prácticos, explicaciones sencillas o representaciones visuales que les permitan comprender lo que sienten sin recurrir a discursos técnicos. Como expresa uno de los participantes, prefiere contenidos que lo ayuden a "entender qué cosas estoy sintiendo", destacando la importancia de que la información sea clara y digerible. Esta preferencia indica que el bienestar emocional mediado por redes sociales se construye a partir de narrativas accesibles, donde la inmediatez y la claridad se convierten en condiciones fundamentales para la recepción del mensaje.

Además, el carácter repetitivo de este tipo de contenidos fortalece la percepción de acompañamiento constante. Los algoritmos, al reforzar la exposición a narrativas de autocuidado y reflexión emocional, configuran un flujo continuo de estímulos que influyen en la manera en que los jóvenes interpretan su estado interno. Este fenómeno no se limita a satisfacer intereses previos, sino que también contribuye a modelar hábitos de consumo vinculados al bienestar. En este sentido, las plataformas digitales funcionan como espacios informales de regulación emocional, donde el audiovisual actúa como mediador entre experiencia personal y contenido simbólico, generando una dinámica de apoyo cotidiano que se integra a la vida digital juvenil.

En la figura 1 se observa cómo este consumo algorítmico se traduce en una interfaz digital que prioriza contenidos de bienestar emocional dentro del flujo de navegación. La organización visual de videos breves, mensajes motivacionales y representaciones simbólicas ilustra la manera en que el algoritmo selecciona y presenta materiales alineados con los intereses del usuario. Esta disposición no solo facilita el acceso inmediato a recursos emocionales, sino que también refuerza la sensación de continuidad y personalización del contenido. Así, la figura evidencia que el entorno digital opera como un sistema dinámico donde la regulación emocional se articula con la lógica algorítmica, transformando el consumo audiovisual en una práctica cotidiana de acompañamiento.

Figura 1

Flujo algorítmico de contenidos de bienestar emocional en plataformas digitales.



Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas, representando la dinámica de consumo algorítmico de contenidos de bienestar emocional en redes sociales.

5.2. Confianza, autenticidad y transparencia en contenidos asistidos por inteligencia artificial

La categoría Confianza, autenticidad y transparencia en contenidos asistidos por inteligencia artificial hace referencia a cómo los jóvenes interpretan la veracidad y credibilidad de los mensajes audiovisuales cuando saben que han sido producidos o intervenidos por tecnologías generativas. En las entrevistas, esta dimensión aparece como un componente emocional clave al evaluar contenidos de bienestar: algunos jóvenes manifiestan sentirse incómodos o engañados cuando la inteligencia artificial "falsifica contenido como si fuera algo que en realidad pasó", pues esto "me hace sentir como engañada". Este tipo de respuestas revela que la confianza no depende únicamente del uso de la inteligencia artificial, sino de la transparencia con la que se comunica su participación en el proceso creativo. Por ello, la

investigación conecta esta categoría con la necesidad de comprender cómo la percepción de autenticidad afecta la recepción de narrativas transmedia orientadas al bienestar emocional en entornos altamente mediatizados.

Asimismo, los entrevistados destacan que la confianza en el contenido está vinculada al propósito y a la claridad ética detrás del uso de inteligencia artificial. En el caso del joven creador audiovisual, la inteligencia artificial puede generar rupturas de credibilidad cuando produce imágenes tan hiperrealistas que "me ha llegado a engañar con imágenes que parecen reales pero son puramente digitales". Sin embargo, también reconoce que la tecnología puede fortalecer la conexión emocional cuando se usa con transparencia, como en la restauración de fotografías familiares donde "ver esas fotos cobrar vida… genera un vínculo emocional muy fuerte y bonito" . Estos contrastes muestran que la autenticidad percibida no depende de si el contenido es humano o artificial, sino de la intención narrativa y de la claridad sobre la intervención tecnológica.

En la tercera entrevista, la confianza se vincula directamente con la utilidad y la accesibilidad del mensaje. El joven expresa que la inteligencia artificial "ayuda a reforzar las ideas… lo hace más dinámico y fácil de entender" y que incluso prefiere estos contenidos porque "los generados por personas a veces son aburridos". Para él, la autenticidad está asociada a la claridad del contenido y no a su origen humano o artificial: afirma que no cambiaría lo que siente si descubre que un video emocional fue creado por inteligencia artificial porque "le presto más atención a la información y la manera en la que se presenta". Esto muestra que, para ciertos jóvenes, la confianza se construye a partir de la utilidad y la transparencia del mensaje, y no necesariamente de la autoría tecnológica.

En la figura 2 se evidencia el modo en que los jóvenes perciben confianza y transparencia en los contenidos audiovisuales asistidos por inteligencia artificial durante el ejercicio de observación realizado. La imagen muestra cómo los usuarios examinan el contenido desde indicadores visuales de autenticidad como la estética, el estilo gráfico o la presencia de elementos que sugieren intervención algorítmica, y cómo evalúan su credibilidad a partir de estos detalles. Se observa que los jóvenes tienden a confiar más en piezas que explicitan su uso de inteligencia artificial o que mantienen coherencia estética con su propósito informativo o emocional. En conjunto, la observación refuerza que la percepción de confianza se fundamenta en la transparencia y en la claridad narrativa, elementos esenciales para el diseño de narrativas transmedia orientadas al bienestar emocional juvenil.

Figura 2

Percepción juvenil de confianza y transparencia en contenidos audiovisuales asistidos por inteligencia artificial.



Nota. Representación visual interpretativa basada en los testimonios de los participantes sobre confianza y percepción de contenidos asistidos por inteligencia artificial.

5.3. Inteligencia artificial como mediadora narrativa para representar experiencias emocionales sensibles

Los jóvenes perciben la inteligencia artificial como una herramienta capaz de traducir experiencias emocionales complejas en representaciones audiovisuales comprensibles. Los participantes destacan que ciertos estados asociados a ansiedad, crisis emocionales o vulnerabilidad resultan difíciles de registrar directamente en situaciones reales, ya sea por razones éticas o de sensibilidad personal. En este sentido, uno de los entrevistados menciona que los contenidos generados con inteligencia artificial permiten mostrar escenas que ayudan a comprender lo que otras personas sienten sin exponerlas directamente. Esta mediación visual amplía el alcance narrativo del audiovisual, transformándolo en un recurso que facilita la interpretación de emociones que, de otro modo, podrían permanecer abstractas o difíciles de explicar.

A partir de esta experiencia, las representaciones simbólicas producidas mediante inteligencia artificial funcionan como un puente entre la información emocional y la vivencia personal del espectador. Los jóvenes reconocen que observar escenarios simulados les permite identificar sensaciones propias y reflexionar sobre su estado interno. Un participante señala que un video generado por inteligencia artificial le ayudó a comprender mejor un episodio de ansiedad, destacando que la visualización hizo más clara una experiencia que antes le resultaba confusa. Esta capacidad de traducir emociones en imágenes comprensibles convierte a la narrativa audiovisual en un espacio de aprendizaje emocional, donde la tecnología actúa como mediadora entre conocimiento y experiencia.

El dinamismo visual asociado a estos recursos también influye en la recepción del mensaje, ya que incrementa la atención y facilita la comprensión. Los entrevistados coinciden en que las representaciones generadas por inteligencia artificial resultan más accesibles que explicaciones exclusivamente verbales, especialmente cuando se abordan temas sensibles. Esta combinación de claridad visual y narrativa favorece la empatía del espectador, permitiéndole establecer conexiones emocionales con el contenido. De esta manera, la inteligencia artificial se integra como un recurso expresivo que amplía las posibilidades comunicativas del audiovisual orientado al bienestar.

En la figura 3 se observa una representación digital de situaciones emocionales sensibles construida mediante recursos visuales generados por inteligencia artificial. La escena ilustra cómo la narrativa simbólica puede transmitir estados de ansiedad o tensión sin recurrir a registros reales, preservando la dimensión ética del contenido. La composición visual enfatiza elementos que facilitan la identificación emocional del espectador, evidenciando el papel mediador de la tecnología. Así, la figura refuerza la idea de que la inteligencia artificial no sustituye la experiencia humana, sino que la traduce en un lenguaje visual que amplía su comprensión.

Figura 3

Representación simbólica de experiencias emocionales sensibles mediante recursos audiovisuales generados por inteligencia artificial.



Nota. Imagen conceptual elaborada a partir del análisis cualitativo que ilustra la mediación audiovisual de experiencias emocionales sensibles mediante inteligencia artificial.

5.4. Valor diferencial del trabajo humano frente a lo automatizado en lo audiovisual

La categoría *Valor diferencial del trabajo humano frente a lo automatizado* se refiere a la percepción que tienen los jóvenes sobre la calidad, autenticidad y sensibilidad emocional que el trabajo humano aporta a las piezas audiovisuales, en contraste con los resultados generados por herramientas de inteligencia artificial. En las entrevistas, se evidencia que el contenido creado exclusivamente por inteligencia artificial puede percibirse como "puro artificial" y que incluso genera desinterés cuando el usuario identifica que "no hay un trabajo humano detrás". Esta distinción no solo resalta la importancia de la autoría humana, sino también la valoración del esfuerzo, la intención y la subjetividad que el usuario asocia con el proceso creativo tradicional. De este modo, la categoría se vincula directamente con el propósito de la investigación al mostrar cómo la percepción del público influye en la efectividad emocional de las narrativas transmedia asistidas por inteligencia artificial.

Otro aspecto relevante que aparece en las entrevistas es la carga emocional y simbólica que los participantes atribuyen al trabajo humano, especialmente en piezas donde la sensibilidad narrativa es fundamental. Por ejemplo, uno de los entrevistados señala que crear manualmente la banda sonora para material histórico "fue una experiencia divertida y gratificante, muy distinta a dejar que la inteligencia artificial lo haga sola". Este testimonio evidencia que los jóvenes no solo valoran el resultado final, sino que reconocen en el proceso humano una profundidad expresiva que consideran difícil de replicar mediante automatización.

Asimismo, las entrevistas muestran que aunque la inteligencia artificial es reconocida como una herramienta eficiente para optimizar tiempos y procesos, no se percibe como un sustituto total del talento humano. Uno de los participantes indica que “el trabajo humano se admira más por el tiempo, el detalle y el orden”, mientras que lo generado por inteligencia artificial puede sentirse “frío o demasiado perfecto”. Esta idea refuerza la hipótesis de que la creatividad humana aporta matices significativos en términos de emoción, intención y autenticidad, especialmente en contenidos orientados al bienestar emocional. La categoría, por tanto, no solo caracteriza una percepción, sino que plantea una distinción valiosa para analizar cómo los jóvenes interpretan la calidad expresiva de los contenidos audiovisuales producidos en entornos híbridos entre creación humana y automatización.

En la figura 4 se evidencia la manera en que los jóvenes distinguen entre creatividad humana y automatización tecnológica al observar piezas audiovisuales asistidas por inteligencia artificial. Durante la observación, se identificó que los participantes reconocen elementos como trazos manuales, imperfecciones naturales, decisiones narrativas personalizadas o composiciones más sensibles como señales de un proceso humano, asociándolos con mayor autenticidad. Por otro lado, la estética demasiado pulida, la simetría perfecta o los patrones repetitivos fueron interpretados como indicadores de automatización, lo cual generó percepciones de distancia emocional o neutralidad expresiva. En conjunto, esta observación respalda la categoría desarrollada, mostrando que la valoración del contenido no solo depende de su calidad técnica, sino del rastro humano que los jóvenes consideran esencial para conectar emocionalmente con un mensaje audiovisual.

Figura 4

Relación entre creatividad humana y automatización tecnológica en la producción audiovisual.



Nota. Esquema interpretativo derivado de los resultados de la entrevista que refleja la percepción juvenil sobre la relación entre creación humana y automatización audiovisual.

5.5. Elementos audiovisuales que favorecen la conexión emocional y la comprensión del bienestar

Muestran un valor central a la forma en que los contenidos digitales estructuran visual y narrativamente sus mensajes. Los entrevistados coinciden en que la claridad visual, el ritmo dinámico y la organización del contenido influyen directamente en su capacidad para comprender experiencias emocionales. Uno de los participantes señala que prefiere materiales que expliquen situaciones complejas de manera sencilla, apoyándose en imágenes o ilustraciones que faciliten la interpretación. Esta preferencia revela que el audiovisual funciona como mediador entre información emocional y experiencia personal, permitiendo que el espectador procese lo que siente a través de recursos visuales accesibles.

Asimismo, los testimonios evidencian que la dimensión estética desempeña un papel significativo en la recepción del mensaje. Elementos como la paleta de colores, la musicalización

y la coherencia visual contribuyen a generar una atmósfera que favorece la conexión emocional. Los participantes reconocen que ciertos tonos, sonidos o transiciones visuales influyen en su estado de ánimo y en la forma en que interpretan el contenido. Esta interacción entre estética y significado refuerza la idea de que el diseño audiovisual no es únicamente decorativo, sino una herramienta expresiva que potencia la comunicación emocional.

La efectividad de estos contenidos se relaciona con el equilibrio entre intención narrativa y recursos visuales. Cuando el mensaje mantiene coherencia entre lo que se comunica y cómo se presenta, la experiencia resulta más significativa para el espectador. Los jóvenes valoran aquellas piezas que integran claridad conceptual y sensibilidad estética, evitando la saturación visual o la artificialidad excesiva. Este hallazgo sugiere que la conexión emocional se construye a partir de una narrativa audiovisual que prioriza la comprensión y la empatía, consolidando al audiovisual como un recurso cotidiano para el bienestar emocional.

En la figura 5 se observa una composición audiovisual donde la armonía de colores, la organización de elementos gráficos y el uso de imágenes simbólicas favorecen la interpretación emocional del mensaje. La escena muestra cómo la coherencia estética puede transmitir calma, claridad o motivación sin recurrir a explicaciones extensas. La disposición visual refuerza la función mediadora del diseño, evidenciando que cada elemento contribuye a construir una experiencia emocional integrada. Así, la figura sintetiza la manera en que el lenguaje audiovisual puede convertirse en un soporte significativo para la comprensión del bienestar dentro del entorno digital juvenil.

Figura 5

Recursos audiovisuales que fortalecen la conexión emocional y la comprensión del bienestar.



Nota. Representación visual construida a partir del análisis de resultados que sintetiza los elementos audiovisuales asociados a la conexión emocional y comprensión del bienestar.

Capítulo VI: Discusión

La interpretación de estos hallazgos sugiere que la mediación algorítmica en redes sociales puede comprenderse como un entorno simbólico que influye en la forma en que los jóvenes organizan y procesan sus experiencias emocionales cotidianas, más allá de su función técnica de personalización. Este planteamiento coincide con investigaciones que reconocen el papel de las tecnologías basadas en inteligencia artificial como apoyo en procesos de comprensión emocional juvenil cuando el contenido favorece la claridad y la accesibilidad

(Sharma et al., 2025). En la misma línea, la literatura sobre comunicación digital sostiene que los formatos narrativos comprensibles fortalecen la apropiación emocional del mensaje dentro de entornos mediados por tecnología (Zolopa et al., 2022). No obstante, el análisis permite observar que la exposición algorítmica sostenida puede consolidar dinámicas informales de autocuidado mediadas por lo audiovisual, ampliando lo señalado por estudios sobre estrategias transmedia en salud (Cardoso et al., 2024).

Este análisis se relaciona con el objetivo de explorar cómo los jóvenes interpretan contenidos audiovisuales transmedia vinculados al bienestar emocional, al evidenciar que la mediación tecnológica forma parte del proceso de construcción de significado personal. La interacción con contenidos personalizados refleja que la experiencia digital implica procesos activos de interpretación coherentes con enfoques que destacan la influencia de la experiencia subjetiva en la aceptación de herramientas digitales de apoyo emocional (Parashuram, 2024). Asimismo, la importancia de la claridad narrativa respalda la necesidad de identificar recursos comunicativos que favorezcan la comprensión emocional dentro de ecosistemas audiovisuales transmedia (Cardoso et al., 2024). En conjunto, estos elementos fortalecen el propósito general del estudio al mostrar que la mediación algorítmica puede integrarse como recurso comunicativo que amplía las posibilidades de acompañamiento emocional juvenil en contextos digitales (Liu & Li, 2024).

Los hallazgos sobre confianza, autenticidad y transparencia en contenidos asistidos por inteligencia artificial evidencian una postura ambivalente que coincide parcialmente con la literatura revisada. En concordancia con lo planteado por Parashuram (2024), la aceptación juvenil de tecnologías basadas en inteligencia artificial estuvo mediada por la percepción de transparencia y claridad en el uso algorítmico, confirmando que la confianza no depende

exclusivamente de la funcionalidad técnica, sino de factores éticos y comunicativos. Asimismo, los resultados dialogan con Sharma et al. (2025), quienes advierten que, pese al potencial de la inteligencia artificial en salud mental, la evidencia aún es heterogénea y la percepción de credibilidad influye directamente en su adopción como recurso complementario. No obstante, a diferencia de enfoques que priorizan la innovación tecnológica por encima de las implicancias subjetivas, los testimonios obtenidos refuerzan la advertencia de Yoon (2024) sobre la necesidad de problematizar la autenticidad narrativa y los riesgos de mediación algorítmica en la construcción del bienestar emocional.

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender cómo la percepción de confianza y transparencia incide en la recepción de narrativas transmedia orientadas al bienestar emocional juvenil. Tal como señalan Cardoso et al. (2024), la eficacia de las estrategias transmedia depende de su coherencia narrativa y de la adecuación sociocultural al público, aspecto que en este estudio se amplía al incorporar la dimensión de claridad sobre la intervención de inteligencia artificial. De igual manera, la conexión entre mediación tecnológica y experiencia emocional coincide con lo expuesto por Søderlund et al. (2024), quienes sostienen que la automatización narrativa transforma las dinámicas de recepción y construcción de sentido. En este marco, los resultados obtenidos fortalecen el objetivo cualitativo de explorar las percepciones juveniles, al evidenciar que la efectividad comunicativa de contenidos asistidos por inteligencia artificial no reside únicamente en su diseño técnico, sino en la articulación entre utilidad emocional, transparencia y autenticidad percibida (Sharma et al., 2025).

Los hallazgos muestran que los jóvenes reconocen la capacidad de la inteligencia artificial para representar emociones complejas mediante recursos audiovisuales simbólicos, lo cual coincide con la literatura que plantea que las tecnologías creativas pueden facilitar procesos

de bienestar emocional cuando articulan claridad narrativa y accesibilidad afectiva (Zolopa et al., 2022). Esta convergencia sugiere que la mediación tecnológica no reemplaza la experiencia humana, pero sí la traduce en formatos que amplían la comprensión emocional, tal como sostienen estudios sobre inteligencia artificial aplicada a entornos inmersivos de salud mental (Liu & Li, 2024). Asimismo, el uso de simulaciones visuales para abordar ansiedad o vulnerabilidad está en línea con la necesidad de generar estrategias innovadoras que trasciendan los enfoques tradicionales de cuidado emocional juvenil (Frontiers in Psychiatry, 2022). No obstante, los resultados profundizan más allá de lo que plantea la literatura al mostrar que la inteligencia artificial no solo facilita la comprensión, sino que posibilita la representación de situaciones que serían éticamente inviables de documentar directamente.

Este hallazgo se conecta directamente con el objetivo de la investigación al demostrar que las narrativas transmedia y audiovisuales generadas por inteligencia artificial pueden actuar como mediadoras efectivas en la promoción del bienestar emocional juvenil. La capacidad de la inteligencia artificial para transformar experiencias subjetivas en representaciones claras contribuye a comprender cómo estos recursos fortalecen procesos de reflexión personal, uno de los ejes centrales del estudio. Además, la identificación de los jóvenes con escenas simuladas confirma la pertinencia de explorar cómo la narrativa audiovisual influye en la interpretación emocional, alineándose con el propósito de analizar su impacto en la población de Lima Metropolitana. En conjunto, la interpretación de los hallazgos evidencia que la inteligencia artificial no solo funciona como herramienta técnica, sino como un dispositivo narrativo coherente con los objetivos de promover comprensión emocional y generar experiencias significativas en los usuarios.

Los hallazgos de esta investigación revelan que los jóvenes de Lima Metropolitana perciben una brecha de autenticidad en los contenidos generados exclusivamente por algoritmos, coincidiendo con la literatura que advierte sobre los riesgos de estandarización y pérdida de la conexión emocional genuina (Gavran et al., 2025). Mientras la teoría sugiere que la inteligencia artificial optimiza la personalización, los participantes del estudio discrepan parcialmente al considerar que la perfección técnica excesiva genera distancia emocional y neutralidad expresiva (Yoon, 2024). Esta valoración del "rastro humano" como fuente de credibilidad refuerza la idea de que la aceptación de estas tecnologías en salud mental depende críticamente de la percepción de transparencia y calidad en la interacción (Parashuram, 2024). Por tanto, se confirma que la mediación tecnológica transforma la recepción del mensaje, pero la subjetividad juvenil sigue priorizando el esfuerzo y la intención humana como mediadores de una experiencia emocional significativa (Søderlund et al., 2024).

La identificación del valor diferencial humano se conecta directamente con el objetivo de evaluar la pertinencia comunicativa de las narrativas transmedia, demostrando que la efectividad del mensaje depende de un diseño que no sustituya la sensibilidad autoral (Hawke et al., 2025). Este hallazgo permite cumplir con el propósito de comprender cómo los jóvenes interpretan la calidad expresiva, evidenciando que prefieren entornos híbridos donde la tecnología actúe solo como un agente cocreador que potencie la participación (Sánchez-López et al., 2025). Asimismo, al analizar el impacto en el bienestar, se observa que la autenticidad percibida en el trabajo manual fortalece el vínculo empático, facilitando que los contenidos audiovisuales movilicen procesos de reflexión más profundos que la simple automatización (Liu & Li, 2024). En última instancia, estos resultados orientan la construcción de estrategias transmedia más eficaces,

asegurando que la integración ética de la inteligencia artificial responda a las necesidades de acompañamiento emocional y validez cultural de la población juvenil (ACM Uddin, 2025).

La centralidad que adquiere la forma audiovisual en la comprensión del bienestar emocional sugiere que la experiencia juvenil no se limita al contenido informativo, sino que se construye a partir de procesos de mediación simbólica donde la narrativa visual organiza la interpretación emocional. Esta relación confirma lo planteado por Cardoso et al. (2024), quienes sostienen que las estrategias transmedia no solo amplían el alcance del mensaje, sino que estructuran modos de comprensión afectiva cuando responden a las lógicas culturales del público joven. Desde esta perspectiva, el audiovisual funciona como un espacio de traducción emocional que permite resignificar vivencias personales dentro de marcos narrativos accesibles, en coherencia con Zhou et al. (2025), quienes describen la narrativa digital como un entorno de construcción de sentido. Más que un recurso complementario, la forma expresiva se configura así como un componente constitutivo de la experiencia emocional, lo que refuerza su valor en la comunicación orientada al bienestar.

La articulación entre narrativa audiovisual y comprensión emocional evidencia que el objetivo de identificar elementos que favorecen la conexión afectiva no se restringe a aspectos técnicos, sino que implica reconocer cómo los jóvenes construyen significado a partir de experiencias mediadas por tecnología. En este sentido, la investigación confirma que la percepción del bienestar emerge de una interacción interpretativa donde el diseño audiovisual actúa como facilitador de procesos reflexivos, en línea con lo señalado por Parashuram (2024) sobre la importancia de la experiencia subjetiva del usuario. Esta dinámica muestra que la conexión emocional no es un efecto automático del contenido, sino el resultado de una mediación comunicativa que integra intención narrativa y recepción juvenil. Así, los resultados

fortalecen el propósito del estudio al evidenciar que comprender estas mediaciones es clave para diseñar propuestas audiovisuales que dialoguen de manera significativa con la vivencia emocional de los jóvenes, como advierten Sharma et al. (2025).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

El estudio permitió explorar de manera cualitativa cómo las narrativas transmedia y audiovisuales generadas o asistidas por inteligencia artificial influyen en la percepción del bienestar emocional de los jóvenes de Lima Metropolitana, evidenciando que la mediación tecnológica no es un elemento neutro, sino un componente activo en la construcción de significado emocional. Los hallazgos muestran que los participantes integran estos contenidos a su rutina digital como recursos de orientación, reflexión y acompañamiento cotidiano. En este sentido, el bienestar emocional no se percibe únicamente como un estado interno, sino como una experiencia mediada por dinámicas algorítmicas, formatos audiovisuales y procesos interpretativos personales. Así, el objetivo general se cumple al demostrar que la influencia de estas narrativas se configura a partir de la interacción entre consumo digital, interpretación subjetiva y percepción de utilidad emocional.

Respecto al primer objetivo específico, se identificó que los jóvenes interpretan los contenidos audiovisuales de bienestar dentro de entornos transmedia como experiencias articuladas entre múltiples plataformas, donde la personalización algorítmica organiza el acceso a mensajes emocionales. Los participantes no consideran estos contenidos como aislados, sino como parte de un flujo continuo que responde a sus intereses, búsquedas y estados emocionales. Esta dinámica refuerza la idea de que el entorno digital funciona como un espacio simbólico de regulación afectiva, donde el consumo audiovisual adquiere un sentido práctico e inmediato. En consecuencia, la interpretación juvenil está mediada tanto por la narrativa del contenido como por la lógica de distribución algorítmica que lo sostiene.

En relación con el segundo objetivo específico, la percepción juvenil frente al uso de inteligencia artificial se caracterizó por una postura crítica pero abierta. Los resultados evidencian que la confianza no depende exclusivamente del origen humano o artificial del contenido, sino de la transparencia, la intención comunicativa y la coherencia narrativa. Cuando la inteligencia artificial es utilizada de forma explícita y ética, los jóvenes la valoran como una herramienta que facilita la comprensión de emociones complejas y mejora la claridad del mensaje. Sin embargo, cuando perciben simulaciones engañosas o falta de autenticidad, se produce una ruptura de credibilidad que afecta la recepción emocional del contenido.

Finalmente, respecto al tercer objetivo específico, se identificó que los elementos narrativos y visuales que favorecen la conexión emocional incluyen claridad explicativa, lenguaje accesible, coherencia estética, dinamismo visual y representación simbólica de experiencias sensibles. Los jóvenes priorizan formatos breves, didácticos y visualmente organizados que les permitan comprender lo que sienten sin recurrir a discursos excesivamente técnicos. Asimismo, la integración de recursos generados por inteligencia artificial como animaciones explicativas o simulaciones visuales, potencia la comprensión siempre que mantenga coherencia ética y estética con el propósito emocional del mensaje. En conjunto, estas conclusiones confirman que la efectividad comunicativa de las narrativas transmedia asistidas por inteligencia artificial reside en su capacidad de articular utilidad emocional, autenticidad percibida y diseño audiovisual significativo.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

A partir de los hallazgos obtenidos, se recomienda que futuras producciones transmedia orientadas al bienestar emocional juvenil integren explícitamente mecanismos de transparencia sobre el uso de inteligencia artificial, con el fin de fortalecer la confianza y evitar rupturas de

credibilidad durante la recepción del contenido. Los resultados muestran que los jóvenes valoran la claridad narrativa y la accesibilidad emocional, por lo que es pertinente diseñar recursos audiovisuales que combinen dinamismo visual, coherencia estética y representación simbólica de experiencias sensibles. Asimismo, se sugiere que creadores y comunicadores incorporen procesos participativos con jóvenes durante el diseño de estos contenidos, ya que su retroalimentación permite garantizar pertinencia cultural y adecuación emocional. Finalmente, es recomendable explorar formatos breves y multiplataforma que respondan a los hábitos reales de consumo digital, integrando la mediación algorítmica como parte consciente de la estrategia comunicativa.

En cuanto a futuras líneas de investigación, se propone profundizar en el análisis de la mediación algorítmica desde metodologías mixtas que permitan observar no solo percepciones subjetivas, sino también patrones de interacción y distribución de contenido en tiempo real. Estudios futuros podrían comparar la recepción de narrativas generadas totalmente por inteligencia artificial frente a aquellas producidas mediante modelos híbridos humano–inteligencia artificial, con el fin de comprender de manera más precisa los límites de la autenticidad percibida en contextos de bienestar emocional. Asimismo, sería relevante investigar cómo estas narrativas afectan la gestión emocional a largo plazo, considerando variables como género, nivel educativo o grado de literacidad digital. Finalmente, se sugiere ampliar la investigación a otros grupos etarios o a poblaciones en situaciones de vulnerabilidad emocional, para evaluar la adaptabilidad de las narrativas transmedia asistidas por inteligencia artificial en diferentes contextos socioculturales.

Referencias

Alhuwaydi, A. M. (2024). Exploring the role of artificial intelligence in mental healthcare: Current trends and future directions – A narrative review for a comprehensive insight. *Risk Management and Healthcare Policy, 17*, 1–15. https://doi.org/10.2147/RMHP.S461562

Baidoo-Anu, D., & Ansah, L. O. (2023). Education in the era of generative artificial intelligence (AI): Understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning. *Journal of Artificial Intelligence, 3*(2), 52–62. https://dergipark.org.tr/en/pub/jai/article/1337500

Baka, E., Tan, Y.-R., Wong, B. L. H., Xing, Z., & Yap, P. (2025). A scoping review of digital interventions for the promotion of mental health and prevention of mental health conditions for young people. *Oxford Open Digital Health, 1*, oqaf005. https://doi.org/10.1093/oodh/oqaf005

Cardoso, J., Simões, C., Quatorze, M., Coelho, N., & Varela Amaral, S. (2024). Health in knowledge: Measuring the effectiveness of a transmedia strategy for health literacy promotion in Portugal. *European Journal of Health Communication, 5*(2), 1–15. https://doi.org/10.47368/ejhc.2024.305

Carlbring, P., Hadjistavropoulos, H., Kleiboer, A., & Andersson, G. (2023). A new era in internet interventions: The advent of ChatGPT and AI-assisted therapist guidance. *Internet Interventions, 32*, 100621. https://doi.org/10.1016/j.invent.2023.100621

Cheng, C., & Ebrahimi, O. V. (2023). Gamification: A novel approach to mental health promotion. *Current Psychiatry Reports, 25*, 215–224. https://doi.org/10.1007/s11920-023-01453-5

Cliffe, B., Biddle, L., Gore-Rodney, J., & Linton, M.-J. (2025). The acceptability of AI-driven resource signposting to young people using a mental health peer support app. *Digital Society*. https://doi.org/10.1007/s44206-025-00202-w

Cliffe, B., Biddle, L., Gore-Rodney, J., & Linton, M. J. (2025). The acceptability of AI-driven resource signposting to young people using a mental health peer support app. *Digital Society*. https://doi.org/10.1007/s44206-025-00202-w

Cruz-Gonzalez, P., He, A. W.-J., Lam, E. P. P., Ng, I. M. C., Li, M. W., Hou, R., Chan, J. N.-M., Sahni, Y., Guasch, N. V., Miller, T., Lau, B. W.-M., & Sánchez Vidaña, D. I. (2025). Artificial intelligence in mental health care: A systematic review of diagnosis, monitoring, and intervention applications. *Psychological Medicine*. https://doi.org/10.1017/S0033291724003295

Dehbozorgi, R., Zangeneh, S., Khooshab, E., Hafezi Nia, D., Hanif, H. R., Samian, P., Yousefi, M., Haj Hashemi, F., Vakili, M., Jamalimoghadam, N., & Lohrasebi, F. (2025). The application of artificial intelligence in the field of mental health: A systematic review. *BMC Psychiatry, 25*, Article 483. https://doi.org/10.1186/s12888-025-06483-2

Ding, X., & Barbic, S. (2025). Perception of AI use in youth mental health services: Qualitative study. *Journal of Participatory Medicine*. https://doi.org/10.2196/69449

Góes, F. G. B., Nunes, N. G. F., Borges, J. O., Souza, A. N., Soares, I. A. A., & Lucchese, I. (2023). Transmedia in pediatric nursing for guidance to family members in coping with

COVID-19: Experience report. *Enfermagem da UFSM*. https://doi.org/10.5902/2179769271376

Gómez-Domínguez, M. (2025). The use of AI in the creation of transmedia advertising content: The case of the artistic sector. *Comunicación de la SEECI, 58*, e916. https://doi.org/10.15198/seeci.2025.58.e916

Hawke, L. D., Hou, J., Nguyen, A. T. P., & Phi, T. (2025). Digital conversational agents for the mental health of treatment-seeking youth: Scoping review. *JMIR Mental Health, 12*, e77098. https://doi.org/10.2196/77098

Kenthapadi, K., Lakkaraju, H., & Rajani, N. (2023). Generative AI meets responsible AI: Practical challenges and opportunities. *Proceedings of the ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. https://doi.org/10.1145/3580305.3599557

Lehtimaki, S., Martic, J., Wahl, B., Foster, K. T., & Schwalbe, N. (2021). Evidence on digital mental health interventions for adolescents and young people: Systematic overview. *JMIR Mental Health, 8*(4), e25847. https://doi.org/10.2196/25847

Liu, Y., & Li, J. (2024). "Expansion" and "obstacles": The new wave of intelligent media empowering the development of film and television arts with digital technology. *Journal of Social Science Humanities and Literature, 7*(6), 11–18. https://doi.org/10.53469/jsshl.2024.07(06).11

Luttrell, R., & Wallace, A. A. (2025). *Public relations and the rise of AI*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781032671482

Maragh-Bass, A. C., Dinh, N., Cooney, G., Aikhuele, E., Chandler, R., Hughes, R., Jones, Z., Thomas, S., Soberano, Z. R., Stocks, J. B., Budhwani, H., Hightow-Weidman, L. B., & Lorenzetti, L. (2025). The role of digital storytelling methods in promoting health-related

outcomes among young adults of color: A systematic review. *mHealth, 11*, 65. https://doi.org/10.21037/mhealth-24-65

Mehrotra, S., Degachi, C., Vereschak, O., Jonker, C. M., & Tielman, M. L. (2024). A systematic review on fostering appropriate trust in human–AI interaction: Trends, opportunities and challenges. *ACM Computing Surveys, 56*(4). https://doi.org/10.1145/3696449

Murray, A. L., Thye, M., Obsuth, I., Cai, S., Lui, M., Orr, C., & Saravanan, A. (2025). A narrative review to identify promising approaches for digital health interventions to support emotion regulation for adolescents with attention-deficit/hyperactivity disorder. *JMIR Mental Health, 12*, e56066. https://doi.org/10.2196/56066

Murár, P., & Kubovics, M. (2023). Using AI to create content designed for marketing communications. In *Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE 2023)* (pp. 1638–1646). https://doi.org/10.34190/ecie.18.1.1638

Naderbagi, A., Loblay, V., Zahed, I. U. M., Ekambareshwar, M., Poulsen, A., Song, Y. J. C., Ospina-Pinillos, L., Krausz, M., Kamel, M. M., Hickie, I. B., & LaMonica, H. M. (2024). Cultural and contextual adaptation of digital health interventions: Narrative review. *Journal of Medical Internet Research, 26*, e55130. https://www.jmir.org/2024/1/e55130/

Ogbeiwi, O., Khan, W., Stott, K., Zaluczkowska, A., & Doyle, M. (2024). *A systematic review of digital storytelling as psychotherapy for people with mental health needs*. **Psychological Services**. American Psychological Association. https://psycnet.apa.org/record/2024-67162-001

Park, E., Forhan, M., & Jones, C. A. (2021). The use of digital storytelling of patients' stories as an approach to translating knowledge: A scoping review. *Research Involvement and Engagement, 7*, Article 71. https://doi.org/10.1186/s40900-021-00305-x

Pataranutaporn, P., Danry, V., Leong, J., Punpongsanon, P., Novy, D., Maes, P., & Sra, M. (2021). AI-generated characters for supporting personalized learning and well-being. *Nature Machine Intelligence, 3*, 1013–1022. https://doi.org/10.1038/S42256-021-00417-9

Pataranutaporn, P., Winson, K., Yin, P., Lapapirojn, A., Ouppaphan, P., Lertsutthiwong, M., Maes, P., & Hershfield, H. (2024). Future You: A conversation with an AI-generated future self reduces anxiety, negative emotions, and increases future self-continuity. *arXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.12514

Pratomo, E. R. (2024). AI-enhanced storytelling: Integrating visual, textual, and auditory elements through multimodality. *Ultimart: Visual Communication Journal*. https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/7780

Ruszev, S., Rogers, L., Gurgun, S., Stockton-Brown, M., Gee, M., Davis, T., Yang, X., Griffiths, C., Zhang, K., Cheng, B., Slaymaker, J., & Prajitna, S. (2024). *Shared-posthuman imagination: Human-AI collaboration in media creation*. Bournemouth University. https://centaur.reading.ac.uk/id/eprint/121797

Santre, S. (2022). Mental health promotion in adolescents. *Journal of Health Promotion, 10*(2), 89–97. https://doi.org/10.1177/09731342221120709

Sánchez-López, I., Gifreu-Castells, A., & Roig, A. (2024). AI storytelling & narrative evolution in creative industries: A systematic review. *Research Square*. https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-7318246/v1

Sharma, G., Yaffe, M. J., Ghadiri, P., Gandhi, R., Pinkham, L., Gore, G., & Abbasgholizadeh-Rahimi, S. (2025). Use of artificial intelligence in adolescents' mental health care: Systematic scoping review of current applications and future directions. *JMIR Mental Health, 12*, e70438. https://doi.org/10.2196/70438

Singh, V., Kumar, A., & Gupta, S. (2022). Mental health prevention and promotion: A narrative review. *Frontiers in Psychiatry, 13*, Article 898009. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.898009

Soderlund, P. D., Martinez Hollingsworth, A. S., & Heilemann, M. S. (2021). Participant engagement in a transmedia storytelling web-based app intervention for mental health of Latina women: Qualitative analysis. *JMIR Mental Health, 8*(3), e22575. https://doi.org/10.2196/22575

Stein, B., Hoeft, F., & Richter, C. G. (2024). Stress, resilience, and emotional well-being in children and adolescents with specific learning disabilities. *Learning and Motivation, 87*, Article 101965. https://doi.org/10.1016/j.lmot.2024.101965

Sun, X., Jahangir, A., Alghamdi, A. A., & Liu, F. (2025). Use of AI-based mental health tools and psychological well-being among Chinese university students: A parallel mediation model of emotional self-efficacy and perceived autonomy. *Scientific Reports, 15*, Article 24013. https://doi.org/10.1038/s41598-025-24013-8

Torous, J., Bucci, S., Bell, I. H., Kessing, L. V., Faurholt-Jepsen, M., Whelan, P., Carvalho, A. F., Keshavan, M., Linardon, J., & Firth, J. (2021). The growing field of digital psychiatry: Current evidence and the future of apps, social media, chatbots, and virtual reality. *World Psychiatry, 20*(3), 318–335. https://doi.org/10.1002/wps.20883

Uddin, S. M. I., Sumon, R. I., Mozumder, M. A. I., Chowdhury, M. K. H., Armand, T. P. T., & Kim, H. C. (2025). Innovations and challenges of AI in film: A methodological framework for future exploration. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications and Applications*. https://doi.org/10.1145/3736724

Valentine, L., Hinton, J. D. X., Bajaj, K., & Boyd, L. (2025). A meta-analysis of persuasive design, engagement, and efficacy in 92 RCTs of mental health apps. *npj Digital Medicine, 8*, Article 156. https://doi.org/10.1038/s41746-025-01567-5

Wang, T., Li, J., Liu, J., & Liu, G. (2026). User engagement and functionality in chatbot-assisted intervention for adolescents and young adults with mental disorders: A narrative review. *Journal of Medical Artificial Intelligence*. https://doi.org/10.21037/jmai-24-188

Yang, Y. (2025). The role of artificial intelligence in digital content creation and distribution. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Data Science and Engineering (ICDSE 2025)*. https://doi.org/10.5220/0013680100004670

Yoo, Y., Kim, M., Kim, S., Lee, G., & Kim, J. (2025). Investigating the integrated digital interventions delivered by a therapeutic companion agent for young adults with symptoms of depression: A proof-of-concept study. *arXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2512.02608

Yoon, H. (2025). Transmedia storytelling: Expanding formatted contents in global communication. *Frontiers in Communication, 10*, Article 1692175. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1692175

Yoon, S. (2024). AI-based digital therapeutics for adolescent mental health management and disaster response. *Information, 15*(10), 620. https://doi.org/10.3390/info15100620

Young, J., Jawara, L. M., Nguyen, D. N., Daly, B., Huh-Yoo, J., & Razi, A. (2024). The role of AI in peer support for young people: A study of preferences for human- and AI-generated responses. *Proceedings of the ACM on Human Factors in Computing Systems*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.02711

Zhang, P., & Boulos, M. N. K. (2023). Generative AI in medicine and healthcare: Promises, opportunities and challenges. *Future Internet, 15*(9), Article 286. https://doi.org/10.3390/fi15090286

Zhou, Y., Liu, W., Wu, Y., Apaeva, S., & Ibraimova, B. (2025). An innovative application of integrating transmedia storytelling and digital technologies into local culture in China. *International Journal on Culture, History, and Religion, 7*(SI1). https://doi.org/10.63931/ijchr.v7iSI1.351

Zolopa, C., Burack, J. A., O'Connor, R. M., Corran, C., Lai, J., Bomfim, E., DeGrace, S., Dumont, J., Larney, S., & Wendt, D. C. (2022). Changes in youth mental health, psychological wellbeing, and substance use during the COVID-19 pandemic: A rapid review. *Adolescent Research Review, 7*, 161–177. https://doi.org/10.1007/s40894-022-00185-6

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

Perfil de entrevistados

- Jóvenes de 18–25 años usuarios activos de redes sociales
- Creadores/ producidores sumidores digitales que interactúan con IA
- Estudiantes o jóvenes trabajadores que utilizan contenido digital como apoyo emocional

1. En tu día a día, cuando navegas por redes sociales (TikTok, Instagram), ¿qué tipo de contenido sobre bienestar o salud mental suele

aparecerte y qué es lo primero que te llama la atención de ellos?

2. ¿Qué tipo de contenidos audiovisuales consumes cuando buscas mejorar tu estado emocional, y qué te motiva a elegirlos?

3. ¿Has identificado contenidos generados o apoyados por inteligencia artificial? Describe cómo influyen en tu experiencia emocional.

4. ¿Qué elementos visuales, sonoros o narrativos de estos contenidos te generan mayor conexión emocional?

5. ¿Consideras que el uso de inteligencia artificial cambia la forma en que interpretas o confías en el mensaje audiovisual? ¿Por qué?

6. Describe una experiencia en la que un contenido audiovisual digital haya impactado positivamente tu bienestar emocional.

7. Si descubrieras que un video motivador o un consejo sobre bienestar que te gustó fue creado totalmente por una Inteligencia Artificial, ¿cambiaría lo que sentiste al verlo? ¿Por qué?

8. ¿Qué diferencias percibes entre contenidos creados completamente por personas y aquellos generados o asistidos por inteligencia artificial?

9. Desde tu punto de vista, ¿cómo podrían mejorarse estas narrativas audiovisuales para apoyar de manera más efectiva el bienestar emocional de los jóvenes?

10. ¿Crees que este tipo de contenidos puede convertirse en una herramienta real de apoyo emocional para jóvenes? Explica tu opinión.