ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Donde vive la memoria: propuesta transmedia para la sensibilización sobre el Alzheimer en adultos mayores en Lima Metropolitana, 2026.

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

PRESENTADA POR

Franco Alvarado Giron
DNI: 76071424, Perú

Francesca Bassallo Arana
DNI: 77205055, Perú

ASESOR

Juan Miguel Chunga Chunga
DNI: 74084320, Perú
ORCID: 0000-0001-6788-8540

JURADO

Mariella Elizabeth Puch Coronado
Kelly Doris Sánchez Villanueva
Jefferson Rodolfo Samir Anaya Romero

Lima, septiembre 2026

Informe-0000021648-0000019123-ALVARADO-BASSALLO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614352324

Fecha de entrega
14 ago 2026, 11:50 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 12:23 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000021648-0000019123-ALVARADO-BASSALLO.pdf

Tamaño del archivo
6.7 MB

84 páginas

15.782 palabras

89.774 caracteres

14% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Este logro va dedicado a mis padres, por el apoyo que me dan y siguen brindando durante todo este tiempo de carrera, y seguir impulsando en mi crecimiento profesional.

A mis abuelos, tanto paternos como maternos, que me brindan su apoyo creyendo en mí y en todo lo que soy capaz de lograr.

A mis amigas y amigos quienes fueron un gran sostén durante todos estos años de crecimiento académico.

Principalmente quiero dedicar también este logro a mi abuelo, quien desde arriba estará muy feliz de verme logrado como profesional.

Franco Alvarado Girón

A lo largo de esta aventura del proceso de preparación de mi tesis han habido momentos, amistades verdaderas y anécdotas memorables, así como también, algunas caídas, contratiempos y desilusiones. Pero todas estas cosas tienen un factor en común: mi red de soporte; personas únicas a quienes les estoy muy agradecida.

Mi mamá que siempre ha estado ahí para sostenerme cuando las cosas estaban mal y festejar mis logros; mi papá porque gracias a él he podido estudiar una carrera y hacer lo que amo; y mi hermano que siempre me demuestra su cariño, apoyo y compañía. Además de mi tío Erick que siempre está pensando en lo mejor para mí, Javi con quien puedo compartir chismes y risas, mis abuelos y tíos abuelos que me guían con su ejemplo.

Para concluir, deseo agradecer a toda mi hermosa familia, porque sin ellos esto no sería posible.

Francesca Bassallo Arana

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 3

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.1.1 Causas 3

2.1.2 Problema principal 4

2.1.3 Efectos 4

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.3.1 Objetivo General 7

2.3.2 Objetivos Específicos 7

2.4 Marco referencial 8

2.4.1 Antecedentes 8

2.4.2 Diferencias entre generaciones y comunicación 9

2.4.3 Narrativa Transmedia en el soporte emocional y terapéutico de enfermedades 9

2.4.4 Casos de referencia o benchmarking 11

2.5 Proceso creativo y experimentos 12

2.5.1 Información sobre el usuario 12

2.5.1.1 Hallazgos o insights 14

2.5.1.2 Insight clave seleccionado 14

2.5.2 Información sobre el Mercado 15
2.5.2.1 Oportunidad de Mercado 15
2.5.2.2 Análisis de la Competencia 16
2.5.2.3 Barreras de entrada 17
2.5.2.4 Segmento objetivo 18
2.5.2.5 Demanda Potencial 18
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 19
2.5.4 Diseño de producto/servicio 23
2.5.5 Modelo de Negocio 27
2.5.5.1 En relación con el público objetivo 27
2.5.5.2 En relación con la propuesta 27
2.5.5.3 Costos e ingresos 27
2.5.6 Resultados esperados 28
2.5.6.1 Escenario de éxito 28
2.5.6.2 Impactos positivos esperados 29
2.5.6.3 Coherencia con el problema identificado 29
2.5.7 Prototipos desarrollados 30
2.5.7.1 Prototipos de diseño del espacio físico 30
2.5.7.2 Prototipos del entorno inmersivo VR 38
2.5.8 Experimentos 47
2.5.8.1 Herramientas de experimentación 48
2.5.8.2 Encuestas de primera iteración 50
2.5.8.3 Encuestas de segunda iteración 51
2.5.8.4 Encuestas de tercera iteración 53

III. Estimación de costos **54**

3.1 Presupuesto 54

IV. Conclusiones y recomendaciones **56**

4.1 Conclusiones 56

4.2 Recomendaciones 57

V. Referencias Bibliográficas **58**

VI. Anexos **59**

6.1 Anexo 1: Evidencia 61

6.1.1 Evidencia de Encuesta N°1 61

6.1.2 Evidencia de Encuesta N°2 62

6.1.3 Evidencia de Encuesta N°3 68

6.2 Anexo 2: Declaración de uso de IA 75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Árbol de problemas* 5
Figura 2 *Mapa de actores* 7
Figura 3 *Arquetipo de Usuario* 12
Figura 4 *Mapa de empatía* 14
Figura 5 *SCAMPER* 21
Figura 6 *Ruta para conceptualizar* 22
Figura 7 *Propuesta de valor* 23
Figura 8 *Moodboard de la experiencia* 24
Figura 9 *Recorrido de la experiencia del usuario* 25
Figura 10 *Tablero de Modelo de Negocio* 27
Figura 11 *Sketch del espacio físico* 30
Figura 12 *Prototipo en baja definición del espacio físico* 32
Figura 13 *Prototipo en alta definición del espacio físico* 36
Figura 14 *Sketch del entorno inmersivo VR* 38
Figura 15 *Prototipo en baja definición VR* 40
Figura 16 *Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR* 42
Figura 17 *Prototipo de alta fidelidad VR - Deterioro de la memoria* 43
Figura 18 *Prototipo de alta fidelidad VR - Desorientación* 44
Figura 19 *Prototipo de alta fidelidad VR - Búsqueda de recuerdos* 45
Figura 20 *Prototipo de alta fidelidad VR - Reflexión final* 46
Figura 21 *Checklist Toulouse Thinking* 47
Figura 22 *Tablero UX* 48
Figura 23 *Tabla Receptora de retroalimentación* 49
Figura 24 *Experimentación ágil* 50

1. Información general

1.1. Título del Proyecto de Innovación

Dónde vive la memoria: propuesta transmedia orientada a la sensibilización de la Generación Z sobre el Alzheimer en adultos mayores en Lima Metropolitana 2026

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Donde vive la memoria se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de Salud humana y asistencia social y busca resolver la baja empatía y sensibilización de los jóvenes de la Generación Z hacia los adultos mayores con Alzheimer, teniendo como población beneficiaria a jóvenes de 18 a 25 años de Lima Metropolitana.

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una experiencia inmersiva y transmedia que combina un recorrido físico con una simulación en realidad virtual, diseñada para sensibilizar a los jóvenes sobre el Alzheimer a través de la vivencia de la pérdida de memoria. Se trata de un recorrido expositivo de cinco salas que guía al usuario desde un entorno cotidiano, así como un núcleo inmersivo de realidad virtual donde el usuario experimenta la fragmentación de la memoria, finalizando con un espacio de reflexión. La propuesta se sustenta en alianzas con instituciones educativas y culturales, promoviendo la empatía intergeneracional y utilizando recursos digitales y escenografía reutilizable para minimizar el impacto ambiental.

Para la experimentación se diseñaron prototipos físicos del espacio expositivo, tanto en baja y alta definición, y del entorno inmersivo de realidad virtual para realizar pruebas de impacto

emocional, comprensión narrativa y pruebas de usabilidad con jóvenes del público objetivo a través de tres iteraciones. Estas pruebas incluyeron encuestas y entrevistas que evaluaron la claridad del recorrido, la inmersión en VR y la generación de empatía. Los resultados mostraron una alta aceptación de la propuesta, con porcentajes superiores al 90% en la comprensión del deterioro de la memoria y en la conexión emocional con la temática.

Se concluye que la solución propuesta logra sensibilizar a los jóvenes de la Generación Z sobre el Alzheimer, demostrando que las experiencias inmersivas y narrativas son más efectivas que los formatos tradicionales para generar empatía y comprensión de esta enfermedad y se recomienda buscar alianzas estratégicas con instituciones educativas y culturales para implementar el proyecto piloto, así como desarrollar una estrategia de medición de impacto a largo plazo para evaluar el cambio de comportamiento en los participantes.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

En Lima Metropolitana, según un reporte difundido por Infobae (2024) a partir de estudios epidemiológicos, la presencia de demencia en Lima ha mostrado un aumento significativo en las últimas décadas. Mientras que en 2006 la prevalencia era de 8%, para el año 2022 esta cifra ya alcanzaba el 11% en el distrito de Puente Piedra, evidenciando un crecimiento preocupante de la enfermedad. Asimismo, se pronostica que en el 2050, los casos de demencia en el Perú, pueden llegar a aumentar hacia un 279%, llegando aproximadamente a 744,847 personas afectadas. La creciente población de personas mayores de 60 años hace cada vez más evidente la presencia de la enfermedad neurodegenerativa Alzheimer, sin embargo, la toma de conciencia social de la enfermedad aún es limitada, evidenciándose un desconocimiento en cuanto a las implicancias emocionales, así como en la vida cotidiana de la persona poseedora de Alzheimer y su entorno.

Desde una mirada centrada en los procesos de construcción social por parte de las nuevas generaciones, se documenta la tendencia de relacionarse con la vejez mediante percepciones estereotipadas y simplificadas, pero representadas por la imagen de dependencia y deterioro por las relaciones entre las distintas generaciones, la manera en que los jóvenes se relacionan y con los adultos mayores se vea afectada.

Por otro lado, los cambios sociales y tecnológicos han cambiado la estructura de las relaciones entre generaciones; la población tiene cada vez menos espacios de convivencia y diálogo, algo que se hace más notorio en una sociedad urbana como Lima y que propicia un menor vínculo intergeneracional y la reproducción de posturas como el edadismo, que incide en la socialización y en el bienestar de los adultos mayores.

En este sentido, el presente proyecto transmedia busca generar una mayor sensibilización con los jóvenes de la Generación Z en el ámbito de la temática de las personas con Alzheimer desde la empatía mediante espacios narrativos de acercamiento a la realidad del padecimiento.

2. Descripción de la innovación

Tal como se muestra en la Figura 1, puede evidenciarse cómo se encuentra relacionada la desinformación, los estereotipos y la débil interacción intergeneracional, como elementos que afectan la escasa empatía entre las y los participantes con respecto a las personas adultas que padecen la enfermedad de Alzheimer.

2.1. Planteamiento del Problema

2.1.1 Causas

Según el estudio de Zegarra-Valdivia (2023), con un análisis sobre la prevalencia del Alzheimer en personas mayores de América Latina, un 58,8% de personas mayores en Perú presentan deterioro cognitivo leve, evidenciando una alta prevalencia de condiciones asociadas al Alzheimer en la población.

Así mismo, Herrera Bonilla (2025), al analizar las actitudes de estudiantes de una universidad pública en Lima, se encontró que predominan posturas neutras hacia el adulto mayor (86.82%) y un nivel medio de edadismo (65.93%), lo que evidencia una limitada implicación afectiva y social hacia este grupo etario.

Ordóñez (2025), indica que este desconocimiento nace de una barrera intergeneracional actual en la que los jóvenes, inmersos en ritmos de vida inmediatos y digitales, invisibiliza por completo las necesidades de cuidado y contención afectiva de la población anciana.

2.1.2 Problema principal

¿Cómo se manifiesta una baja empatía y sensibilización desde los jóvenes de la Generación Z de Lima Metropolitana para con adultos mayores con Alzheimer, asociado a la desinformación de la enfermedad, estereotipos sobre la vejez y el escaso contacto intergeneracional?

El Objetivo de Desarrollo Sostenible 3: Salud y Bienestar ha sido el seleccionado para el desarrollo de este proyecto dado que la propuesta intenta aportar a la promoción del bienestar emocional y social para la población, en este caso relacionado con la comprensión de enfermedades neurodegenerativas como el Alzheimer.

También se relaciona con la meta 3.4, que se centra en la promoción de la salud mental y el bienestar de las personas. En ese sentido, el proyecto contribuye a la meta antes citada, dado que está vinculada a la sensibilización de jóvenes de la Generación Z sobre las implicancias emocionales, cognitivas y sociales del Alzheimer y la empatía hacia las personas adultas mayores.

Por otro lado, la propuesta también se relaciona con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 10: Reducción de las desigualdades, relacionada con la meta 10.2 que promueve la inclusión social de todos los grupos poblacionales, para el caso del proyecto el interés se refleja en la reducción de las barreras generacionales y en la lucha contra conductas de edadismo que afectan la representación de las personas adultas mayores en la sociedad.

2.1.3 Efectos

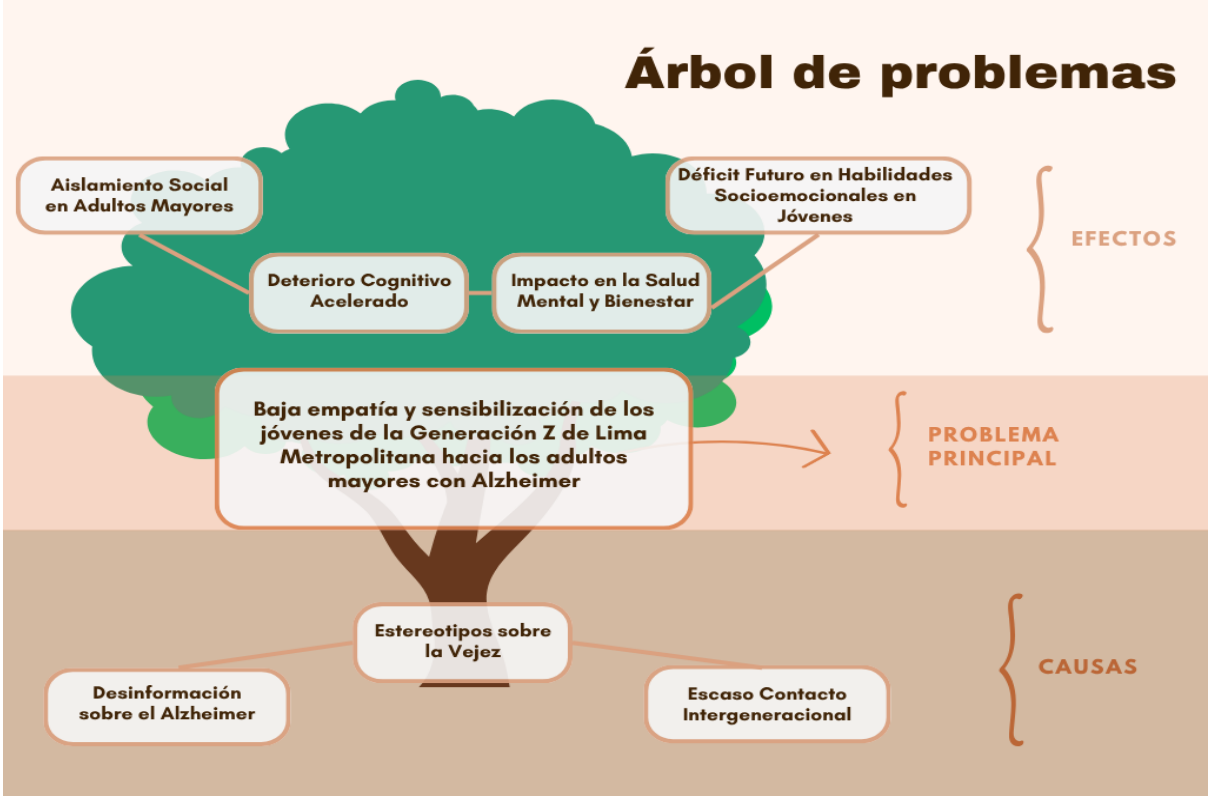
Como consecuencia de la baja empatía y la limitada interacción intergeneracional, muchos adultos mayores con Alzheimer experimentan situaciones de aislamiento social. Según Abarca Blanca (2024), el aislamiento social y la soledad en los adultos mayores se asocian con un mayor deterioro cognitivo general. Esta relación se explica porque la falta de interacción social reduce los estímulos cognitivos necesarios para mantener funciones como la memoria, la atención y las capacidades ejecutivas, afectando de manera progresiva la salud cerebral.

Según la Organización Iberoamericana de Seguridad Social y el Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores (2025), la soledad en

la vejez es un problema creciente con implicancias en la salud y el bienestar de las personas mayores. En este contexto la falta de interacción intergeneracional puede dificultar que los jóvenes desarrollen habilidades socioemocionales, afectando su capacidad para enfrentar, en el futuro, los retos de cuidar a una población cada vez más envejecida.

Figura 1

Árbol de Análisis de Problemas



2.2. Población beneficiaria

La población beneficiaria de este proyecto está conformada por diversos grupos que se relacionan en niveles de participación, tal como se aprecia en la Figura 2; esta herramienta ayuda a reconocer con mayor claridad a los distintos públicos que participan en el proyecto, ya sea en su desarrollo, ejecución o impacto. Además, permite entender mejor su relación con la propuesta transmedia y el enfoque centrado en la salud mental de los jóvenes.

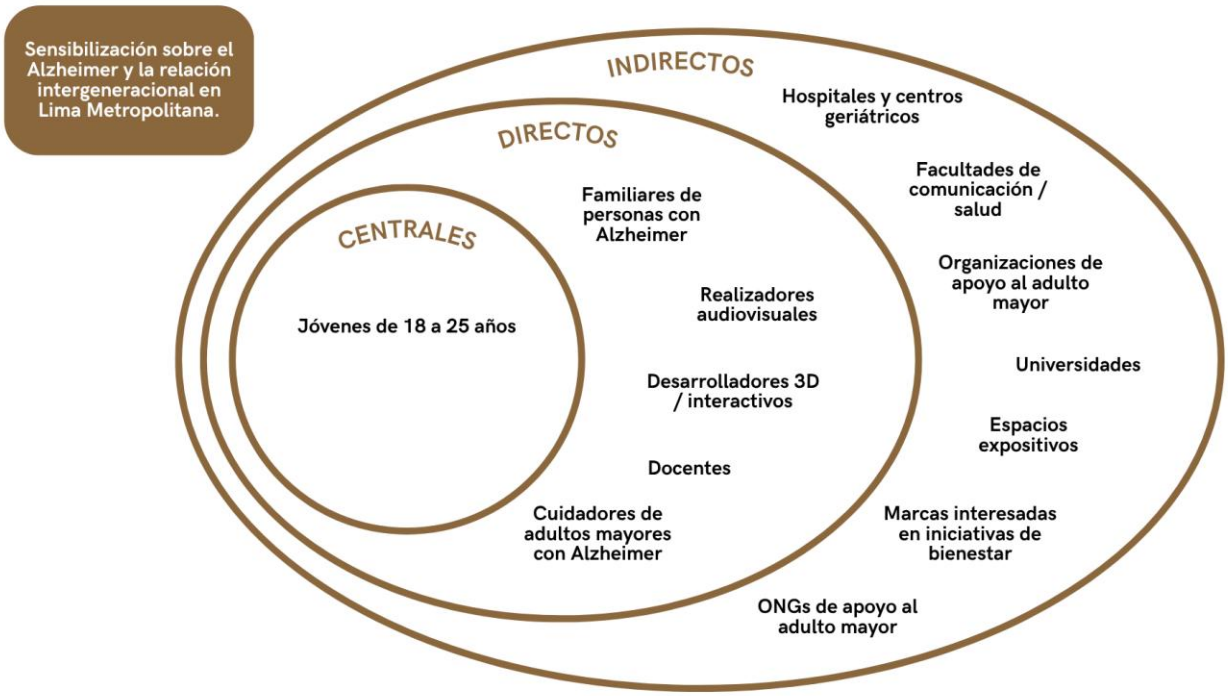
Los actores centrales del proyecto están conformados por jóvenes de 18 a 25 años de Lima, pertenecientes a la Generación Z. La relación que poseen con los casos de Alzheimer no se establece desde una vivencia directa de la enfermedad, sino desde una posición distante, tiene que ver con la desinformación, la presencia de estereotipos sobre la vejez y el escaso contacto intergeneracional. Esto genera dificultades para reconocer los síntomas de la

enfermedad, comprender la experiencia del adulto mayor y desarrollar empatía hacia quienes padecen Alzheimer. Este proyecto por tanto, no está dirigido a personas con Alzheimer, sino a los jóvenes, con el propósito de concientizarlos a través de una experiencia transmedia e inmersiva que promueva una comprensión más cercana, informada y humana de esta problemática.

Entre los actores directos se encuentran familiares y cuidadores de personas con Alzheimer, cuya experiencia más cercana con la enfermedad, permite darle un sentido más real a la propuesta, evitando que se quede solo en lo teórico. Por otro lado, participan productores audiovisuales y desarrolladores 3D e interactivos, responsables de construir la experiencia transmedia y de traducir el contenido a formatos atractivos para los jóvenes. Asimismo, los docentes actúan como mediadores que acompañan el proceso de interpretación y reflexión del público. Juntos, estos actores no solo contribuyen a la ejecución del proyecto, sino que también permiten que la experiencia logre conectar de forma más genérica con los jóvenes.

Los actores indirectos están conformados por instituciones y espacios, aunque no tengan participación directa en la creación del proyecto, desempeñan un rol fundamental para que esta propuesta logre un mayor alcance. Por un lado, se encuentran centros geriátricos como Geriatrics Perú, hospitales y organizaciones como la Asociación Peruana de Alzheimer y Otras Demencias (APEAD) que aportan visibilidad a esta problemática y contribuyen a la concientización social sobre esta enfermedad. Por otro lado, universidades y facultades de comunicación y salud fortalecen la difusión académica del proyecto, mientras que, en espacios expositivos, las marcas interesadas en estas iniciativas contribuyen a su visibilidad y proyección. Todos estos actores en conjunto permiten que el proyecto amplíe su impacto para llegar a un público central que son los jóvenes.

Figura 2
Mapa de Actores



2.3. Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo General

El reto consiste en la creación de un proyecto transmedia para jóvenes de la Generación Z de Lima Metropolitana, centrado en las situaciones emocionales y cognitivas a las que se enfrenta un adulto mayor con Alzheimer, para sensibilizar y generar empatía.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Examinar el grado de conocimiento y las ideas erróneas que tienen los jóvenes de la Generación Z de Lima Metropolitana sobre el Alzheimer en las personas mayores.
- Definir qué herramientas audiovisuales y tecnológicas permiten atraer la atención de los jóvenes frente a la temática del Alzheimer.
- Elaborar un prototipo transmedia que represente la experiencia de pérdida de memoria en las personas mayores a partir de una exposición interactiva donde se encuentra el recuerdo de los objetos evocadores de memoria.

- Valorar la experiencia de la exposición interactiva a partir de las reacciones y comentarios de los jóvenes participantes, en función de sus niveles de empatía y su comprensión del Alzheimer.

2.4. Marco referencial

2.4.1 Antecedentes

El proyecto ADIS (Early diagnosis of Alzheimer 's Disease) desarrollado por Alzheimer Europe en colaboración con la Confederación Española de Alzheimer (CEAFA) y la universidad de Barcelona, constituye una iniciativa de sensibilización dirigida especialmente a jóvenes. En el marco de este proyecto, se conformó el ADIS Young Advisory Board, integrado por 14 jóvenes universitarios de aproximadamente 20 años, quienes trabajaron con personas que padecen Alzheimer para desarrollar la campaña ‘‘Yo Me Celebro’’ Esta campaña utiliza plataformas como Instagram y Tik Tok para promover mensajes sobre salud cerebral, priorizando la conexión y empatía humana por encima de un enfoque clínico, este antecedente resulta valioso porque muestra la necesidad de involucrar a jóvenes en la concientización sobre el Alzheimer desde una perspectiva emocional y participativa (Alzheimer Europe, 2025).

Sin embargo, su intervención se limita al uso de redes sociales y campañas digitales, quedando al margen el uso de tecnologías inmersivas como la realidad virtual. Esta limitación resulta notoria para un público como la Generación Z, que demanda formatos más interactivos y vivenciales.

Mediante el Programa de estimulación para personas con Alzheimer, elaboró una propuesta en sintonía con el uso de terapias no farmacológicas destinadas a mantener y estimular las capacidades cognitivas, físicas y sociales. Esta propuesta abarca actividades de estimulación cognitiva, psicomotricidad, laborterapia y vida diaria, con un objetivo doble: el de mejorar la calidad de vida y el de ralentizar el deterioro progresivo de la enfermedad (Confederación Española de Alzheimer [CEAFA], 2019).

Dicho antecedente es relevante puesto que evidencia la necesidad de abordar el Alzheimer desde estrategias activas que fomenten la memoria y las capacidades de las personas diagnosticadas. Sin embargo, el enfoque de esta propuesta está únicamente dirigida hacia un tratamiento clínico y terapéutico de las personas que reciben un diagnóstico, excluyendo

otras propuestas que se dirijan a sensibilizar públicos externos o que recurren a herramientas narrativas o tecnológicas o experiencias inmersivas que ayuden a generar empatía al público joven de la Generación Z.

2.4.2 Diferencias entre generaciones y comunicación

El estudio de las diferencias intergeneracionales resulta esencial para comprender cómo diferentes grupos perciben e interactúan en las situaciones sociales contemporáneas. Como indica NAFSA (2022), la Generación Z y los Baby Boomers se diferencian notablemente en su forma de comunicar, sus valores y la forma de relacionarse en contextos laborales o sociales. Los Baby Boomers tienden a dar preferencia a estructuras jerárquicas, a la comunicación formal y al contacto directo entre las personas; mientras que, la Generación Z favorece la inmediatez, el uso intensivo de las tecnologías y modelos de comunicación más dinámicos y visuales.

El artículo también menciona que la Generación Z está en el entorno digital desde sus primeros años, algo que influye en sus capacidades y forma de procesar la información. Estos suelen priorizar los contenidos breves, interactivos y visualmente atractivos. Esta distancia intergeneracional plantea obstáculos a la hora de relacionarse entre generaciones, debido a que cada generación interpreta la información y las experiencias desde marcos distintos. En este sentido comprender estas diferencias resulta clave para establecer estrategias comunicativas eficaces entre generaciones en contextos donde se busca crear el vínculo entre generaciones con perspectivas y hábitos diferentes.

2.4.3 Narrativa Transmedia en el soporte emocional y terapéutico de enfermedades

El trabajo de Hidalgo Jiménez (2022) recoge una experiencia docente que estudia el desarrollo de la narrativa transmedia como un recurso de comunicación en materia de la gestión del soporte emocional en pacientes con enfermedades. Al respecto, Hidalgo Jiménez explica que este tipo de narrativa permite integrar diversos medios y formatos como elementos audiovisuales, recursos digitales, historias interactivas, etc. para crear una experiencia que, lejos de simplemente informar, presente recursos que acompañen emocionalmente al usuario.

Este modo de entenderlo cobra especial importancia si se tiene en cuenta que la Declaración de Ginebra (International College of Person Centered Medicine, 2023) afirma que las estrategias que persiguen el bienestar emocional deben centrarse en la persona que recibe la propuesta, fomentando áreas de participación activa; vínculos significativos y acompañamiento en procesos difíciles. Entendiendo esto, la narrativa transmedia facilita el acceso a experiencias inmersivas que permiten conectar el contenido y el público con un vínculo emocional.

En relación con el uso de tecnologías inmersivas, Kitson (2022) señala además el potencial de la realidad virtual para generar regulación emocional e involucramiento sensorial en usuarios jóvenes mediante experiencias inmersivas interactivas. Estas experiencias permiten fortalecer la conexión emocional del usuario con la narrativa y facilitan procesos de empatía, participación y reflexión dentro de entornos digitales inmersivos.

El trabajo pone de manifiesto que la narrativa transmedia promueve la empatía, la identificación y la actuación del público, algo especialmente destacado en multitud de situaciones en el campo de la salud. Para los autores, a través de estas estrategias los pacientes y sus entornos pueden llegar a comprender mejor la enfermedad, aliviar la ansiedad y fortalecer el bienestar emocional. De la misma manera, también subrayan que el hecho de narrar a través de diversos soportes facilita la transmisión del contenido y que el mensaje pueda ser accesible para diversos públicos.

En la misma línea que las argumentaciones expuestas, Scolari (2018) indica que la llegada de los dispositivos móviles ha propiciado la expansión y elaboración de los universos transmedia, incluso favoreciendo la posibilidad de profundizar las historias y/o favorecer prácticas como la gamificación. Y actualmente, los smartphones conllevan a interacciones que se convierten en soportes narrativos, en cuanto que contienen una amplia variedad de recursos que favorecen ampliar la experiencia de los usuarios y su acceso constante; actualmente el smartphone se ha convertido en una plataforma del transmedia.

Como señala Braguez (2023) en su análisis sobre narrativa transmedia, el concepto de VUP (viewer-user-player; en español: espectador-usuario-jugador) reemplaza las nociones tradicionales de espectador para resaltar a una audiencia activa que no solo consume contenido narrativo. En este sentido, el VUP se convierte en el verdadero productor de la obra, transformando la historia a través de sus capacidades cognitivas y participación activa

En este sentido, como también menciona Scolari (2018), los usuarios (en general) se quedan allí y se convierten en prosumidores, es decir, en sujetos que producen y consumen contenido a un tiempo.

Coincidiendo con lo expuesto por Hidalgo Jiménez (2022) la narrativa transmedia aplicada al ámbito médico aparece como una alternativa valiosa para el tratamiento de asuntos espinosos al establecer condiciones que favorecen el diálogo, la reflexión, el acompañamiento emocional entre otros. Tal y como señala Avendaño (2018), en un referente clásico para el estudio de las narrativas transmedias aplicadas a la inclusión social, cuando explora el caso de El universo de Beto, producción transmedia argentina protagonizada por un niño que presenta síndrome de Down, combinando distintos formatos -websodios, redes sociales y aplicaciones móviles- que pretenden dar visibilidad a la inclusión y a la manera de generar empatía en el público. Los usuarios no solo consumen la historia sino que la historia invita a los usuarios a formar parte de la misma contrastando experiencias, aportando ideas para la construcción de nuevo contenido, etc., lo que pone de manifiesto cómo la narrativa transmedia genera comunidades, favorece el tipo de aprender y el soporte emocional de distantes públicos.

2.4.4 Casos de referencia o benchmarking

El artículo de Bot y Dierx (2025), *The role of virtual reality in enhancing dementia understanding in retail and hospitality sectors*, presenta uno de los ejemplos de aplicación exitosa, en el contexto de la salud mental, del tratamiento transmedia. Este estudio implementó una experiencia de realidad virtual con 50 jóvenes de 14 a 18 años, evaluando su nivel de empatía y conocimiento sobre la demencia antes y después de la inmersión. Se empleó un diseño pre-experimental con un solo grupo, donde los participantes observaron una simulación de los desafíos sensoriales y cognitivos de la enfermedad, seguido de una reflexión guiada. Los hallazgos fueron contundentes: el 94% de los jóvenes encontró la experiencia más atractiva que los métodos tradicionales, y dos tercios reportaron un aumento significativo en cuanto a nivel de empatía hacia las personas con demencia.

De este modo, se demuestra que la narrativa transmedia, al conectar diferentes plataformas de comunicación, interacción, y recursos del mundo real, no solo permite enseñar y aprender sobre problemáticas complejas, sino que, a través de ello, también promueve cambios en la

conducta y procesos de acompañamiento emocional. De este modo, la narrativa transmedia puede ser considerada un recurso educativo de gran valía en el ámbito de la salud.

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1. Información sobre el usuario(s)

Figura 3

Arquetipo de Usuario



Como se observa en la Figura 3, el arquetipo está representado por un joven llamado David Salazar, de 21 años perteneciente a la Generación Z. Vive en Lima Metropolitana, lleva un estilo de vida en torno al mundo digital y es consumidor activo de contenido audiovisual.

David opta por contenidos rápidos, atractivos y con gran impacto emocional que enganchen al momento, lo cual influye en su manera de poner atención. Además, su experiencia como freelancer y formación en el rubro audiovisual, refuerzan esa idea, ya que es el tipo de contenido al cual está acostumbrado.

Como se puede apreciar en el arquetipo, el entorno de David está conformado principalmente por personas de su misma edad, y tiene poca cercanía con personas de la

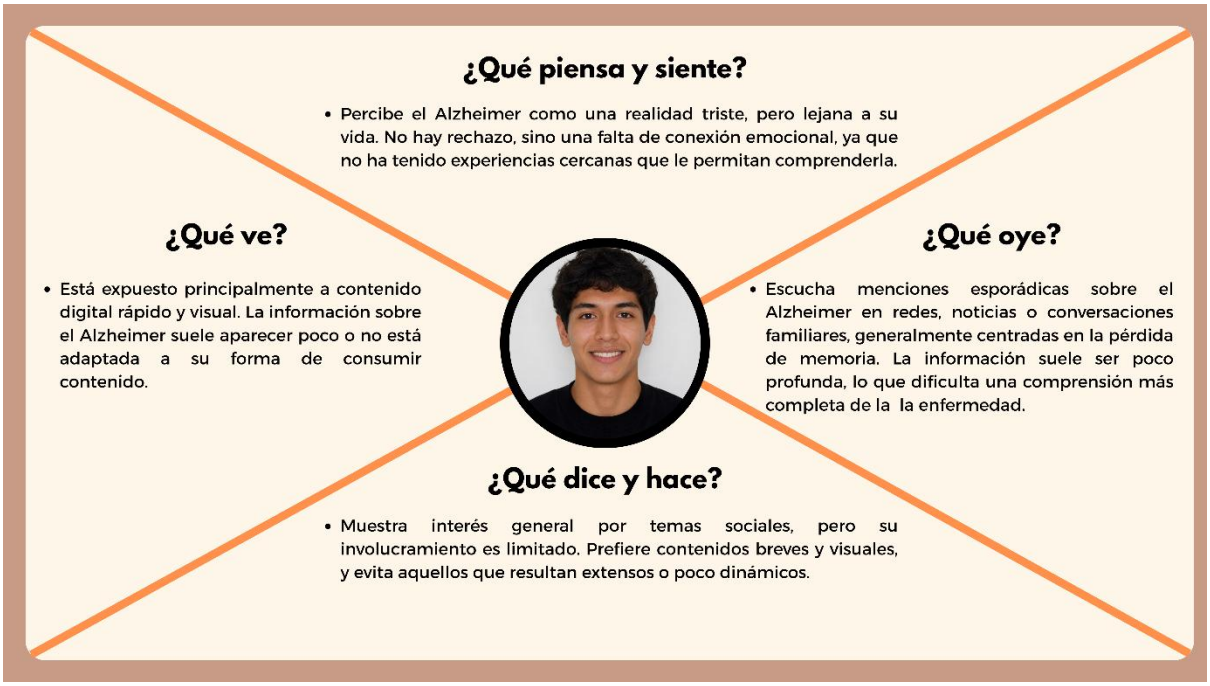
tercera edad. Esto hace que esté más alejado de casos de Alzheimer, no porque tenga rechazo hacia ello, sino que le cuesta conectar al no haber vivido experiencias cercanas que le permitan comprender el problema del todo.

En cuanto a su comportamiento, consume contenidos digitales como plataformas de streaming y redes sociales, donde predominan formatos breves y visuales. Por eso, pierde el interés cuando se encuentra con este tipo de contenido, ya que suelen ser más informativos, tradicionales, y muy poco atractivos visualmente.

En ese sentido, tal como reflejan las necesidades dentro del arquetipo, tocar el Alzheimer para este tipo de usuario, requiere algo más que información detallada. Es necesario proponer formatos ligados a las experiencias visuales, que resulten dinámicas y emocionalmente muy cercanas, que se adapten a su tipo de consumo y le permitan conectar con esta problemática.

Figura 4

Mapa de Empatía



2.5.1.1 Hallazgos o insights

A partir del análisis del arquetipo de usuario y del mapa de empatía, hemos descubierto tres puntos clave sobre cómo la Generación Z percibe y reacciona frente al Alzheimer en los adultos mayores:

1. **La distancia generacional apaga la empatía:** Los jóvenes no rechazan el tema por mala voluntad, sino porque viven en su propia burbuja. Al no convivir de cerca con adultos mayores en su día a día, el Alzheimer se percibe como un problema "de otros" o de un futuro muy lejano, lo que impide una conexión real.
2. **Los formatos médicos o tradicionales generan rechazo inmediato:** La Generación Z abandona rápidamente la información cuando esta se presenta de forma densa, clínica o como una charla aburrida. No les faltan datos, les falta un formato que hable su mismo idioma digital y visual.
3. **La historia humana conecta más que el diagnóstico:** Los jóvenes logran interesarse e involucrarse cuando la enfermedad deja de ser un concepto médico y se convierte en una historia inmersiva. Conectan profundamente con narrativas visuales que muestran el lado humano, los recuerdos y las emociones de los pacientes y sus familias.

2.5.1.2 Insight clave seleccionado

De los hallazgos identificados, el insight principal que servirá como base para la propuesta de innovación es el siguiente:

La desconexión de la Generación Z frente al Alzheimer no surge de la falta de empatía, sino del rechazo a los formatos informativos tradicionales; para lograr sensibilizarlos, la realidad del adulto mayor debe contarse a través de experiencias audiovisuales y narrativas inmersivas que capten su atención.

Relación directa con la problemática: Este insight se conecta directamente con la dificultad que tienen los jóvenes para enganchar emocionalmente con el Alzheimer y entender cómo afecta en la vida de un anciano. A partir de ello, se identificó que informar no resulta suficiente para generar concientización a este público. Por eso, se plantea que esta propuesta sea una experiencia inmersiva y audiovisual, donde logre acercar al usuario al deterioro de la memoria desde una perspectiva humana y emocional. De esta manera, no solo se busca que el joven adquiera información de la enfermedad, sino que logre entender a través de la experiencia y genere una mayor empatía con quienes sufren de ello.

2.5.2. Información sobre el Mercado

2.5.2.1 Oportunidad de Mercado

Experiencias como The Wayback (2020) o *LifeLens Dementia Experience* (2017), proyectos pioneros en la aplicación de realidad virtual para simulación y mayor comprensión de la demencia, constituyen uno de los referentes más cercanos, las cuales a partir de tecnologías de realidad virtual buscan poder reproducir situaciones de la demencia. Estas mismas propuestas parecen ir dirigidas a personas que conviven con la enfermedad (pacientes, cuidadores, profesionales en salud, entre otros) con el fin de poder acercarse al deterioro cognitivo desde una perspectiva interna.

Pese a poder conseguir empatía a partir de la inmersión sensorial que generan, estas van sujetas a las limitaciones de experiencias individuales y de uso específico, no se crean ecosistemas de transmedia ni tampoco tienen estrategias de uso que vayan pensadas para ser utilizadas por públicos jóvenes.

En esta línea, esta propuesta contará con una motivación diferente que va dirigida a la Generación Z, que integra múltiples plataformas narrativas para poder crear una sensibilización social más amplia.

2.5.2.2 Análisis de la Competencia

Se analizan las distintas soluciones y proyectos en el mercado relacionados a la propuesta *Dónde vive la memoria*, directamente los que están centrados en la sensibilización del Alzheimer, empatía intergeneracional y experiencias inmersivas o narrativas enfocadas en la comprensión de enfermedades neurodegenerativas.

Entre las competencias directas tenemos experiencias más cercanas se pueden mencionar las experiencias internacionales que recurren a tecnologías inmersivas, especialmente la realidad virtual, que buscan promover la empatía hacia las personas con Alzheimer o con deterioro cognitivo.

The Wayback (2020) es una experiencia de realidad virtual que reproduce los recuerdos y situaciones relacionadas con las vidas de las personas que padecen demencias, siendo el objetivo principal la generación de empatía en cuidadores, familiares y profesionales de la salud mediante la inmersión sensorial, aunque sea cierto que logra un alto nivel de impacto emocional, su propuesta es individualista, no desarrolla sistema narrativo transmedia ni está dirigida a un público joven como puede ser la Generación Z.

LifeLens Dementia Experience es una experiencia inmersiva en realidad virtual que simula los efectos sensoriales y cognitivos con los que viven las personas con demencia, enfocándose principalmente en generar comprensión empática en el caso de los cuidadores y de los profesionales de la salud. Tal como *The Wayback* se presenta como una experiencia eficaz en la simulación de la enfermedad, pero es puntual y no desarrolla un sistema narrativo ni promueve la participación del usuario en el contexto de experiencias digitales. Además de no estar enfocado para una generación más joven, como lo es la Generación Z.

Asimismo, existen competencias indirectas y soluciones alternativas que, sin centrarse en el Alzheimer ni el storytelling transmedia, plantean aspectos relacionados con la memoria, la

salud o la empatía con herramientas digitales. Entre ellas se encuentra MyndVR (2016), uno de los referentes más consolidados en el uso de realidad virtual para el bienestar de adultos mayores.

MyndVR es una plataforma de realidad virtual que apuesta por el bienestar de las personas mayores a través de experiencias cognitivas, recreativas y terapéuticas, siendo su mejor aportación la estimulación mental y emocional, pero no desarrolla storytelling transmedia y no se orienta hacia la sensibilización de las generaciones jóvenes.

Existen proyectos de VR en salud mental adolescente diversas, donde hay iniciativas académicas y experimentales que apuestan por usar la realidad virtual para desarrollar la ansiedad, la depresión o la regulación emocional en los adolescentes y los jóvenes. De forma similar a los anteriores experimentos, muestran el potencial de la inmersión para generar empatía, pero no centran su mirada en las enfermedades neurodegenerativas o en una narrativa transmedia de la memoria.

2.5.2.3 Barreras de entrada

El proyecto *Dónde vive la memoria* puede tener distintas barreras relacionadas a tres sectores importantes:

En el aspecto tecnológico, desarrollar una propuesta transmedia con elementos de realidad virtual, interacción digital y experiencias inmersivas requiere un conjunto de distintos conocimientos que son: hacer una inversión de tiempo y dinero en distintos tipos de herramientas tecnológicas, así como de conocimientos en producción audiovisual, diseño 3D y programación interactiva. Por otro lado, también se necesita infraestructura suficiente que permita hacer accesible la experiencia a través de varios dispositivos. Aun así, el uso de herramientas y plataformas que permiten facilitar el desarrollo, como Unity, o herramientas comerciales de realidad virtual, contribuyen a reducir parte de esta dificultad.

En el ámbito legal tenemos que cumplir con la Ley N. º 29733 de Protección de Datos Personales en el caso de que el proyecto *Donde vive la memoria* recoja información sobre usuarios durante las experiencias interactivas; asegurar los derechos de autor en la

utilización de imágenes, audios o testimonios relacionados con las representaciones del Alzheimer. En el caso de incluir contenido audiovisual o testimonios de personas reales, se debe emitir un consentimiento informado y la debida autorización para su difusión en plataformas digitales.

Una de las barreras más significativas del área social y cultural de nuestro proyecto está vinculada a una baja sensibilización del colectivo Generación Z hacia el Alzheimer y una comunicación intergeneracional escasa en un contexto urbano como Lima Metropolitana. Además, la enfermedad suele estar unida a estigmas y a visiones negativas sobre la vejez que pueden contribuir al desinterés o al rechazo inicial hacia este tema. Sin embargo, el uso de experiencias inmersivas, narrativas transmedia y lenguajes digitales vinculados con las características de la juventud puede ayudar a derribar este tipo de barreras, favoreciendo la empatía y la participación.

2.5.2.4 Segmento objetivo

Donde vive la memoria está destinado a jóvenes de la Generación Z, en específico a los jóvenes de entre 18 y 25 años de Lima Metropolitana, principalmente universitarios o en inicio a su vida laboral. Se trata de un público muy acostumbrado a estar conectado a entornos digitales a través del uso de redes sociales, plataformas audiovisuales y dispositivos móviles, lo que estimula el acercamiento a experiencias inmersivas y transmedias.

Se trata de un segmento caracterizado por los contenidos visuales, dinámicos y cargados de significado, así como por su participación en experiencias digitales interactivas. A pesar de que son sensibles a problemáticas sociales, en este caso, presentan una desconexión emocional frente al Alzheimer y las problemáticas de la vejez, estereotipados por la escasa interacción entre generaciones. Pero muestran interés por aquellas propuestas que generen reflexión y empatía mediante lenguajes contemporáneos.

En este sentido, el proyecto se alinea con sus hábitos digitales y sus emociones al promover una experiencia transmediática que transforme la información con la vivencia significativa.

2.5.2.5 Demanda Potencial

La facilidad de acceso de los/as jóvenes a las pantallas y su cotidianidad con productos audiovisuales e inmersivos, crea un escenario muy favorable para la implementación de experiencias transmedia que buscan sensibilización social. En este sentido, *Donde vive la memoria* llega a satisfacer la demanda de la Generación Z, ya que busca definir propuestas que incluyan tecnología, narración y experiencia emocional por y para aprender nuevas realidades complejas como lo es el Alzheimer.

Por ese motivo, se queda en proponer la iniciativa para el alcance de jóvenes entre 18 y 25 años en Lima Metropolitana considerando que este grupo presenta una gran cobertura de acceso a internet, alcanzando el 97% en jóvenes (INEI, 2024), así como altos niveles de consumo social en relación con sus redes sociales más populares - principal interacción digital - como Tik Tok e Instagram (DataReportal, 2024).

A su vez, se proyecta que una parte importante de esa audiencia podrá transitar, activamente, por la experiencia transmedia e inmersiva del proyecto participando dentro de los diferentes espacios narrativos lo que muestra su apertura hacia formatos digitales más experimentales y participativos.

Este potencial de demanda encuentra su justificación en la escasa oferta de propuestas transmedia para sensibilizar al público joven del Alzheimer y en la disposición de la Generación Z para participar en experiencias digitales que generen empatía, pensar sobre su significado y establecer vínculos emocionales con las cuestiones sociales.

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor

El proyecto *Donde vive la memoria* ha pasado por diversas etapas de investigación, conceptualización y desarrollo, tomando como referencia la metodología Toulouse Thinking, de una propuesta de valor que sea consistente en relación al problema detectado y a las necesidades expresadas por el usuario. A partir de este proceso de trabajo, se ha intentado diseñar una solución innovadora orientada a sensibilizar a los jóvenes

pertenecientes a la Generación Z en torno a la enfermedad de Alzheimer en los adultos mayores, pero desde la empatía y la comprensión a partir de la experiencia inmersiva e interactiva.

Para llegar a la idea central, se utilizó la herramienta *¿Cómo podríamos…?*, la cual permitió poder realizar la búsqueda de respuesta desde la empatía hacia el usuario.
Primero se definió el usuario principal, jóvenes de 18–25 años de Lima Metropolitana pertenecientes a la Generación Z; familiarizados con los entornos digitales; con experiencias inmersivas y con hábitos de consumo del contenido audiovisual interactivo. Y se detectó que este grupo presenta una lejanía ante las problemáticas relacionadas con el envejecimiento y una escasa comprensión del impacto de la enfermedad de Alzheimer en la vida de los adultos mayores.

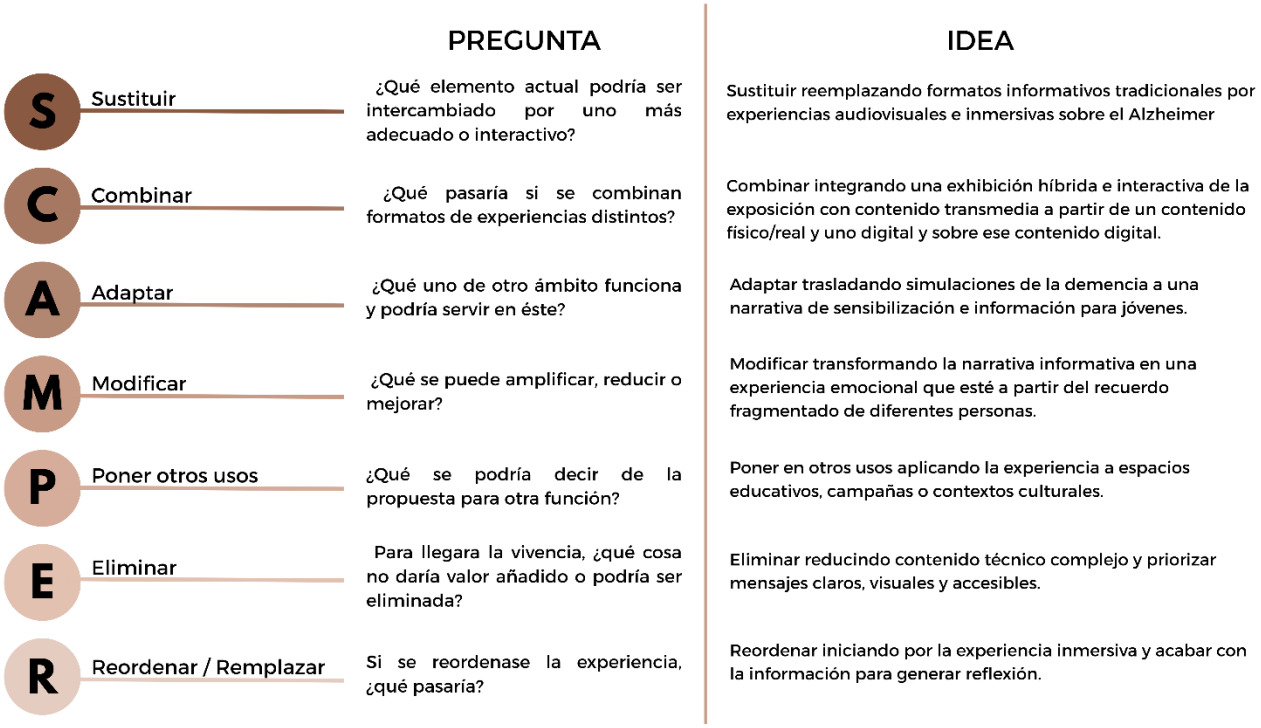
Este perfil se añade al insight anteriormente identificado:

Quiero comprender lo que vive una persona con Alzheimer, pero al no experimentarlo me resulta difícil entender lo que eso supone emocional y cognitivamente.

En función de esta historia, se han formulado tres preguntas orientadoras que van a dirigir el proceso de la creación a través de la producción y realización del prototipo de la propuesta.

- ¿Cómo podríamos…? diseñar una experiencia interactiva que permita a los jóvenes entender de forma vivencial el Alzheimer.
- ¿Cómo haríamos…? integrando una propuesta de experiencia inmersiva e interactiva que conecte memoria, emoción y reflexión.
- ¿Cómo…? a través de una experiencia transmedia que articule recursos audiovisuales, narrativas digitales y espacios participativos.

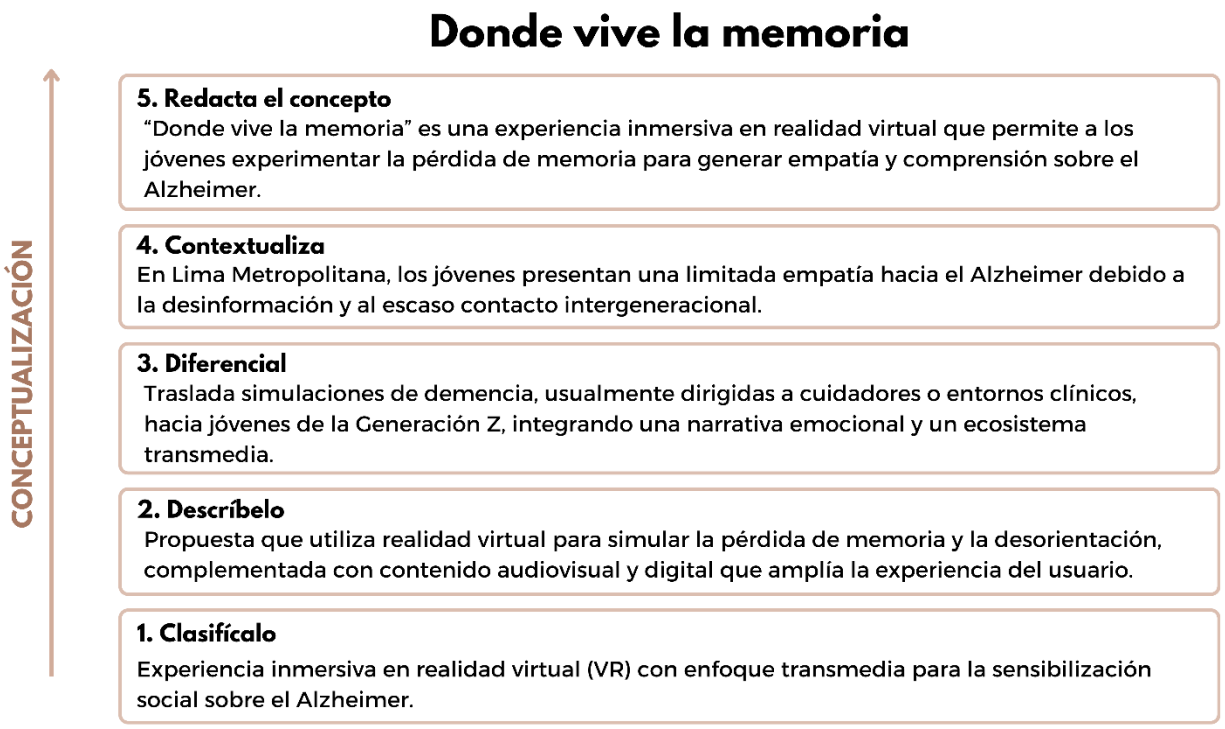
Figura 5
SCAMPER



Como puede observarse en la Figura 5, la aplicación de la herramienta SCAMPER sirvió para reflexionar sobre diferentes alternativas de innovación para el proyecto y para transformar la idea inicial del mismo en uno más sólido y enfocado en el usuario. De este proceso se identificaron oportunidades para el reemplazo de enfoques tradicionales por experiencias inmersivas, para el cruce de recursos físicos con digitales, para la adaptación de tecnologías existentes hacia una sensibilidad para la Generación Z, para mejoras en la narrativa al hacer del aspecto emocional aquel que prevalezca ante lo informativo y para configurar la estructura de la experiencia generando un mayor impacto y reflexión de cara a los usuarios.

Figura 6

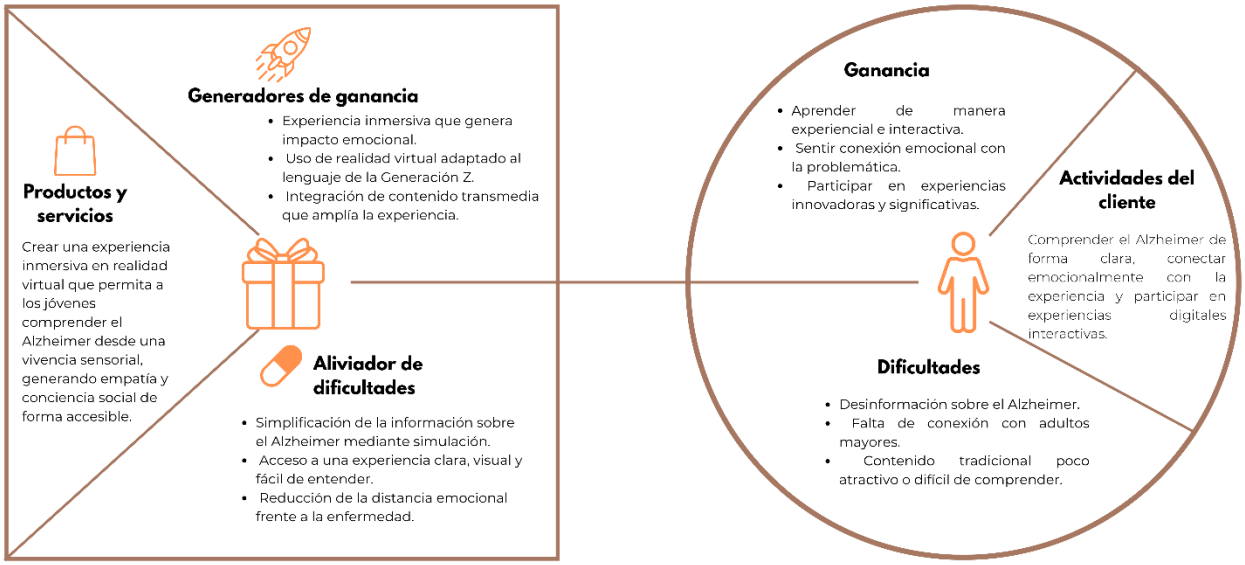
Ruta para conceptualizar



Tal como se menciona en la Figura 6, a partir del uso de la formulación de preguntas creativas y de la técnica SCAMPER se consolidó una propuesta que no solo informa, sino que además despierta la conexión emocional del usuario; se generó, a partir de enfoques, una ruta de conceptualización que permitió clasificar la propuesta, establecer sus grandes características y sus elementos diferenciales de forma que se tuvo una comprensión adecuada del proyecto antes de definir su propuesta de valor.

Figura 7

Propuesta de valor



Tal como se muestra en la Figura 7, la elaboración de la propuesta de valor hizo posible establecer con claridad cuáles son las necesidades, percepciones y expectativas del usuario, así como qué beneficios y aportes esperan también de nuestra solución. A partir de este análisis, pudo definirse además cómo una experiencia inmersiva en realidad virtual resuelve los problemas identificados, pero al mismo tiempo, permite crear valor mediante una comprensión emocional y significativa del Alzheimer en los jóvenes.

2.5.4. Diseño de producto/servicio

Donde vive la memoria es una experiencia transmedia de carácter inmersivo, diseñado con el propósito de sensibilizar a jóvenes de la Generación Z sobre el Alzheimer a través de una vivencia participativa y emocional. El servicio busca generar una conexión empática con esta enfermedad desde la experiencia directa, permitiendo al mismo usuario comprender la pérdida de memoria desde una perspectiva más humana.

Figura 8

Moodboard de la experiencia



Como se observa en la Figura 8, la propuesta se construye a partir de una atmósfera visual centrada en la memoria, la nostalgia y la desorientación. A través de elementos como fotografías, espacios cotidianos y recursos visuales difusos, se busca anticipar la experiencia emocional que vivirá el usuario.

En cuanto a sus características, esta propuesta combina un formato híbrido que integra un espacio físico con una experiencia digital en realidad virtual. En su componente físico, se desarrolla en un entorno expositivo ambientado como un espacio cotidiano, compuesto por objetos que evocan la memoria como cartas, fotografías y elementos personales, diseñados para generar una conexión emocional inicial.

La propuesta visual se apoya en una estética sobria, con tonos apagados y recursos como desenfoques o distorsiones, que refuerzan la sensación de pérdida y fragmentación de la memoria.

En su componente digital, la experiencia se accede mediante lentes de realidad virtual, donde el usuario interactúa con un entorno narrativo que simula la pérdida de memoria. La

interfaz esintuitiva y basada en la exploración, permitiendo observar, acercarse e interactuar con objetos que cambian o desaparecen durante el transcurso de la experiencia.

La solución se ofrece de manera presencial en espacios como centros culturales, universidades o activaciones temporales, y puede complementarse con contenido digital accesible desde plataformas web o redes sociales. El acceso a esta experiencia se gestiona mediante los espacios mencionados anteriormente que financien o implementen la propuesta para el público. De esta manera, el usuario final accede sin costo directo, mientras que el modelo se sostiene mediante alianzas y convenios institucionales.

Figura 9

Recorrido de la experiencia del usuario



Como se observa en la Figura 9, la experiencia se organiza en distintas etapas que guían al usuario a lo largo de todo el recorrido, desarrollándose en cinco momentos principales. En primer lugar, el usuario accede al espacio físico donde se encuentra la instalación y recibe una breve introducción que le da contexto a la experiencia. Luego, pasa a una etapa de exploración inicial, donde recorre el espacio y observa objetos que representan recuerdos, generando una primera conexión con la narrativa. A continuación, dentro de la sala inmersiva, el usuario deberá colocarse los lentes de realidad virtual y dirigir la mirada hacia el panel principal de activación. A partir de ello, el sistema iniciará la transición hacia el

entorno virtual, disminuyendo progresivamente la percepción del espacio físico y favoreciendo la inmersión completa dentro de la experiencia narrativa. Conforme avanza, experimenta una etapa de interacción y desorientación, en la que los elementos comienzan a fragmentarse, distorsionarse o desaparecer, provocando sensaciones de confusión y pérdida. Finalmente, la experiencia concluye con un cierre reflexivo, donde el usuario accede a contenido complementario, ya sea audiovisual o digital, que le permite comprender mejor lo vivido y conectar emocionalmente con la problemática.

La experiencia ocurre en espacios físicos amoldados para su instalación, bajo una modalidad híbrida que combina lo presencial con lo digital; ésta propuesta integra tres dimensiones de sostenibilidad que permiten entender su impacto más allá de la experiencia individual. En el ámbito social, busca sensibilizar a los jóvenes frente al Alzheimer, promoviendo la empatía, una mejor comprensión de la enfermedad y una mirada más humana hacia las personas adultas mayores, contribuyendo además a reducir estereotipos y fortalecer la conexión entre generaciones. En el plano económico, propone un modelo sostenible basado en alianzas con instituciones educativas, espacios culturales y organizaciones vinculadas a la salud y el bienestar, lo que facilita su financiamiento y permite ampliar su alcance. Finalmente, en el aspecto ambiental, la propuesta prioriza el uso de herramientas digitales y estructuras reutilizables, reduciendo la necesidad de materiales físicos y promoviendo un enfoque más responsable en el diseño de experiencias educativas.

2.5.5. Modelo de Negocio

Figura 10

Tablero Modelo de Negocio



La estructura del modelo de negocio, nos permite observar como la propuesta va relacionar componentes estratégicos, creativos y tecnológicos para desarrollar una experiencia inmersiva que va dar rumbo a una mayor sensibilidad respecto al Alzheimer

2.5.5.1 En relación con el público objetivo:

Este modelo de negocio propone una estrategia enfocada a jóvenes familiarizados con el mundo digital y experiencia interactivas, teniendo en cuenta también a instituciones educativas ya sean espacios culturales como aliados para la ejecución de esta propuesta.

2.5.5.2 En relación con la propuesta:

La propuesta implica el uso de recursos tecnológicos, producción audiovisual y diseño de espacios inmersivos que garanticen el funcionamiento de esta experiencia. Entre las actividades principales se encuentran el desarrollo de contenido interactivo, programación VR, difusión en medios digitales y coordinación de exhibiciones

2.5.5.3 Costos e ingresos:

Los costos del proyecto están relacionados a la implementación de la experiencia inmersiva. Entre ellos está el desarrollo en realidad virtual, diseño 3D, producción audiovisual, ambientación del espacio, equipos tecnológicos y promoción digital. También se considera el trabajo creativo del equipo involucrado, entre ellos técnicos encargados de desarrollar y manejar la experiencia.

En cuanto a los ingresos, este proyecto funciona mediante instalaciones temporales en espacios como universidades, centros culturales, ferias y diferentes eventos educativos. Las instituciones que muestren interés en esta propuesta, contratan la experiencia como parte de sus actividades culturales, académicas y de sensibilización para los jóvenes.

La implementación del proyecto piloto se puede desarrollar a través de préstamos institucionales, convenios con algunas universidades o alquiler temporal de equipos de realidad virtual, reduciendo costos de la inversión inicial requerida. Posteriormente, este financiamiento puede aumentar ya sea por auspicios culturales, fondos concursables y alianzas con instituciones que muestren interés en programas de sensibilización, concientización y bienestar.

Por ejemplo, en una universidad se puede proyectar *Donde vive la memoria* durante una semana cultural, apoyando con el financiamiento para el montaje y funcionamiento de la experiencia. De esta manera, tanto festivales como centros culturales, pueden incluir este proyecto en su programación de actividades educativas e inmersivas.
Además, este proyecto se puede complementar con auspicios de marcas, alianzas con instituciones educativas y convocatorias culturales, que apoyen con el financiamiento para nuevas implementaciones y generar un mayor alcance para esta experiencia.

2.5.6. Resultados esperados

2.5.6.1 Escenario de éxito

Al activar la propuesta, se espera que los jóvenes logren identificar las dificultades diarias que padece una persona con Alzheimer, teniendo como base lo vivido en la experiencia

inmersiva. Por medio de simulaciones relacionadas con la pérdida de memoria, la confusión y la desorientación, los usuarios desarrollarán sensaciones propias de la enfermedad, generando un vínculo emocional más intenso e implicándose a través de una reflexión en torno a la importancia social del Alzheimer.

El proyecto será una experiencia educativa interactiva, combinando la realidad virtual, con recursos audiovisuales y contenido digital transmedia, dado que los participantes podrán acceder a narrativas fragmentadas, objetos evocadores de memoria y espacios de interacción que extienden la experiencia más allá de la experiencia física de la exposición.

2.5.6.2 Impactos positivos esperados

Inicialmente se aspira a conseguir entre 300 y 500 jóvenes participantes a través de actividades de carácter presencial y de contenido digital que se pueda difundir en plataformas de tipo virtual. De igual modo se espera que aproximadamente un 20 % de la participación de los participantes en el proceso interactúe exponiendo el contenido transmedia ya sea a través de redes sociales y espacios colaborativos que puedan estar vinculados a la experiencia.

Igualmente, se espera trabajar la empatía y la comprensión emocional de los jóvenes frente al Alzheimer y las problemáticas vinculadas al envejecimiento, fomentando la reflexión en torno al edadismo o al establecimiento de relaciones intergeneracionales. Conjuntamente el uso de la realidad aumentada y la narrativa transmedia, permitirá desarrollar una experiencia de tipo educativo más dinámica, cercana y significativa para la Generación Z.

2.5.6.3 Coherencia con el problema identificado

Los resultados planeados responden directamente al problema inicial: Los jóvenes no comprenden el alzheimer porque lo ven lejano, La experiencia inmersiva transforma precisamente en cambiar una problemática percibida a distancia en una experiencia inmersiva y emocionalmente significativa con el Alzheimer, atacando la desinformación y la falta de contacto intergeneracional.

Por lo tanto, el proyecto contará con coherencia con el objetivo general de sensibilizar a los jóvenes a partir de herramientas tecnológicas y narrativas inmersivas que permiten realizar una interpretación más humana y emocional del Alzheimer.

2.5.7. Prototipos desarrollados

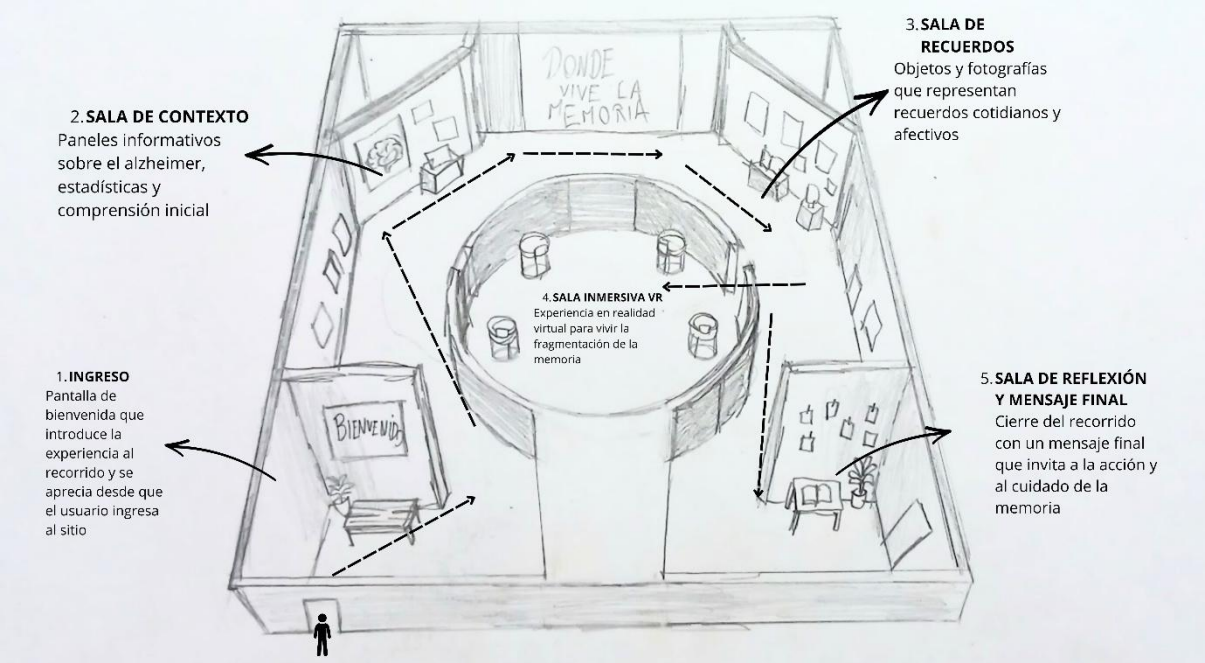
El proyecto integra componentes físicos e inmersivos de realidad virtual, por lo tanto, el proceso de prototipado se divide en dos áreas principales: El diseño del espacio físico expositivo y el desarrollo del entorno inmersivo VR. Esto permite validar tanto la experiencia física como la experiencia digital.

2.5.7.1 Prototipos de diseño del espacio físico

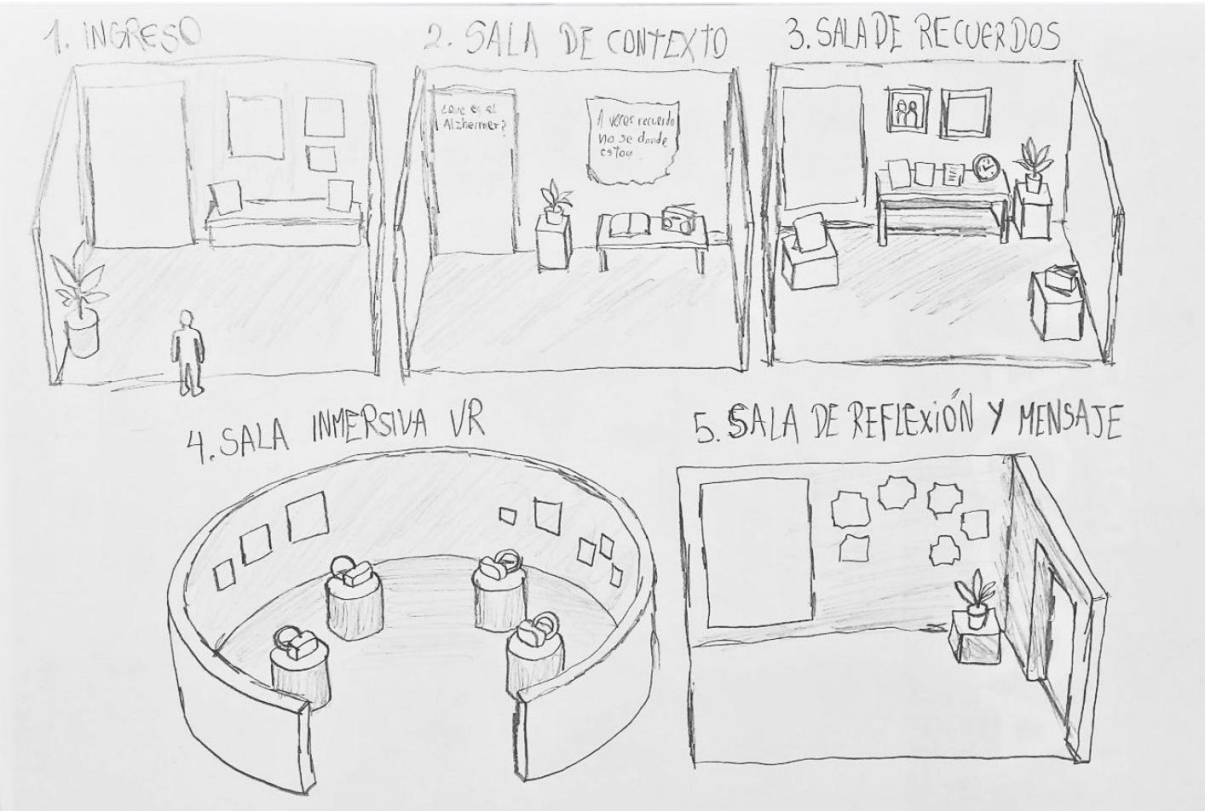
Figura 11

Sketch del espacio físico

VISTA ISOMÉTRICA:



VISTA POR ESPACIO:



Como se aprecia en la Figura 11, el sketch conceptual del espacio físico representa una primera aproximación visual y narrativa al recorrido expositivo del proyecto. Este boceto permitió explorar inicialmente la organización espacial de las salas, la circulación del usuario y la relación entre el espacio físico y la experiencia inmersiva VR, estableciendo las bases conceptuales de la propuesta antes del desarrollo del prototipo en baja definición.

La propuesta fue estructurada en cinco espacios principales: ingreso, sala de contexto, sala de recuerdos, sala inmersiva VR y sala de reflexión final. Cada uno de estos espacios fue concebido como una etapa progresiva dentro de una narrativa relacionada con la memoria, la desorientación y el deterioro cognitivo asociado al Alzheimer. La distribución secuencial del recorrido busca que el usuario transite desde un entorno cotidiano y reconocible hacia espacios emocionalmente más fragmentados e inmersivos.

En esta primera aproximación conceptual se consideró la incorporación de elementos visuales y simbólicos relacionados con la memoria afectiva y la vida cotidiana de un adulto mayor, tales como fotografías familiares, objetos domésticos, recuerdos fragmentados y textos incompletos. Estos recursos fueron planteados con el propósito de representar

simbólicamente la pérdida progresiva de recuerdos y la alteración de la memoria asociada al Alzheimer.

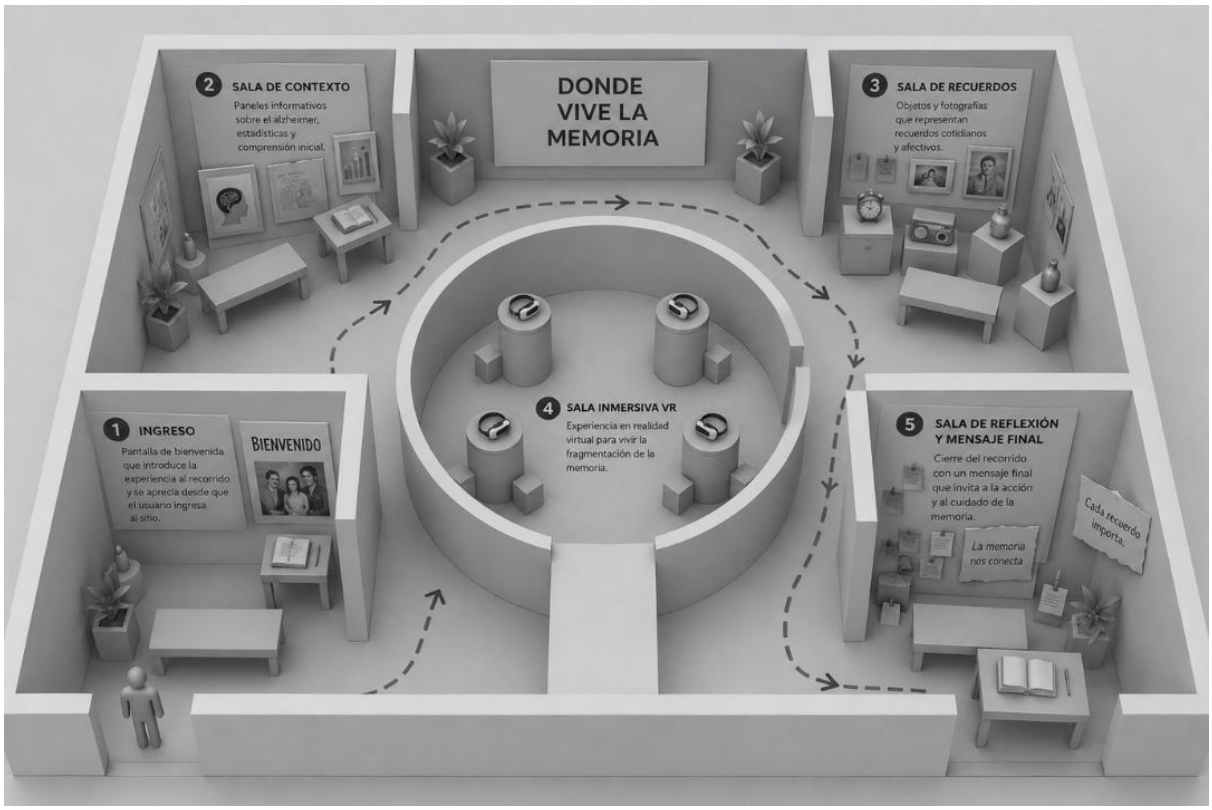
Asimismo, el espacio central destinado a la experiencia inmersiva VR fue concebido como el núcleo narrativo y emocional del recorrido. Su disposición circular permitió explorar una experiencia de inmersión colectiva relacionada con la fragmentación de la memoria y la pérdida de orientación espacial. La propuesta consideró la incorporación de múltiples estaciones VR con el objetivo de facilitar la participación simultánea de distintos usuarios y reforzar el carácter social y humano del impacto emocional generado por esta enfermedad.

Finalmente, el sketch permitió establecer las primeras decisiones relacionadas con la narrativa espacial, la circulación general del usuario y la progresión emocional de la experiencia antes del desarrollo del prototipo en baja definición.

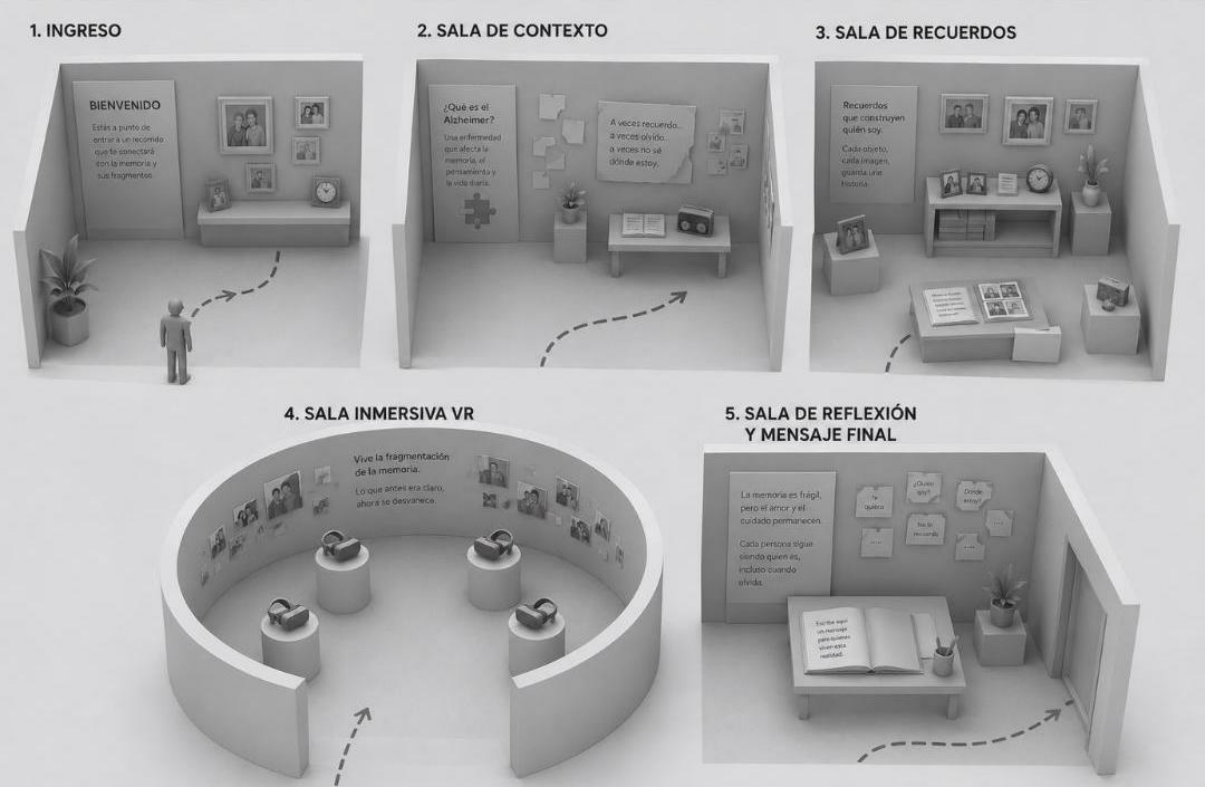
Figura 12

Prototipo en baja definición

VISTA ISOMÉTRICA:



VISTA POR ESPACIO:



Como se observa en la Figura 12, el prototipo en baja definición del espacio físico presenta una versión más desarrollada del recorrido expositivo, incorporando elementos visuales, narrativos y espaciales orientados a representar de manera progresiva la pérdida de memoria asociada al Alzheimer.

La distribución del recorrido fue organizada en cinco espacios secuenciales que acompañan al usuario a través de distintas etapas emocionales y cognitivas vinculadas a la memoria, el reconocimiento, la desorientación y la reflexión final. Esta estructura narrativa busca que la experiencia evolucione progresivamente desde un entorno cotidiano y reconocible hacia espacios emocionalmente fragmentados e inmersivos.

En la sala de ingreso se incorporaron fotografías familiares, retratos enmarcados, libros y objetos cotidianos relacionados con el entorno doméstico de un adulto mayor. Estos elementos fueron seleccionados con el propósito de construir una sensación inicial de familiaridad, cercanía y estabilidad emocional antes del inicio del deterioro narrativo del recorrido.

Posteriormente, la sala de contexto introduce paneles informativos, diagramas relacionados con el Alzheimer, notas adhesivas, calendarios, frases incompletas y elementos visuales intervenidos que representan las primeras señales de desorientación y pérdida cognitiva. La presencia de textos fragmentados y mensajes deteriorados busca representar simbólicamente las dificultades de memoria y reconocimiento propias de esta enfermedad.

En la sala de recuerdos se incorporaron álbumes fotográficos, cartas escritas a mano, cámaras antiguas, relojes, fotografías familiares y objetos cotidianos distribuidos de manera parcialmente desordenada. Estos elementos funcionan como representaciones de memoria afectiva y vínculos emocionales asociados a experiencias cotidianas del hogar. Las fotografías presentes dentro del recorrido no representan personajes específicos, sino recuerdos universales y fragmentos de vida que permiten al usuario proyectar sus propias experiencias familiares y emocionales sobre la narrativa de la exposición. De esta manera, las imágenes funcionan como detonantes emocionales orientados a reforzar la empatía y la conexión humana con la temática del Alzheimer.

En el centro del recorrido se ubica la sala inmersiva VR, concebida como el punto de mayor intensidad emocional dentro de la experiencia. Este espacio fue diseñado mediante una distribución circular que funciona como un núcleo inmersivo y simbólico relacionado con la repetición, la fragmentación de los recuerdos y la pérdida de orientación espacial asociada al Alzheimer.

Asimismo, se incorporaron cuatro estaciones VR distribuidas de manera simultánea con el propósito de facilitar la participación de múltiples usuarios dentro de la experiencia. Esta decisión responde tanto a criterios funcionales de circulación y flujo de visitantes como a la intención conceptual de representar el carácter colectivo y humano del Alzheimer, entendiendo que la pérdida de memoria no afecta únicamente al individuo, sino también a su entorno familiar y emocional.

La cantidad de estaciones VR fue definida buscando un equilibrio entre la capacidad de participación simultánea y la conservación de una experiencia inmersiva e íntima. Se consideró que una cantidad reducida de usuarios dentro del espacio inmersivo permite mantener la concentración emocional, evitar saturación visual y conservar la atmósfera reflexiva de la experiencia. Asimismo, cuatro estaciones resultan funcionales para facilitar

la circulación del público dentro del recorrido sin convertir la experiencia en un entorno masivo que pueda afectar la inmersión narrativa.

Dentro de la experiencia VR se plantea la representación de espacios domésticos distorsionados, fotografías alteradas, desaparición progresiva de objetos, rostros borrosos, frases incompletas y recursos visuales relacionados con la fragmentación de la memoria y la pérdida de identidad. Asimismo, se considera el uso de sonidos ambientales, voces lejanas, interferencias y silencios progresivos orientados a fortalecer la sensación de inmersión y desorientación emocional del usuario.

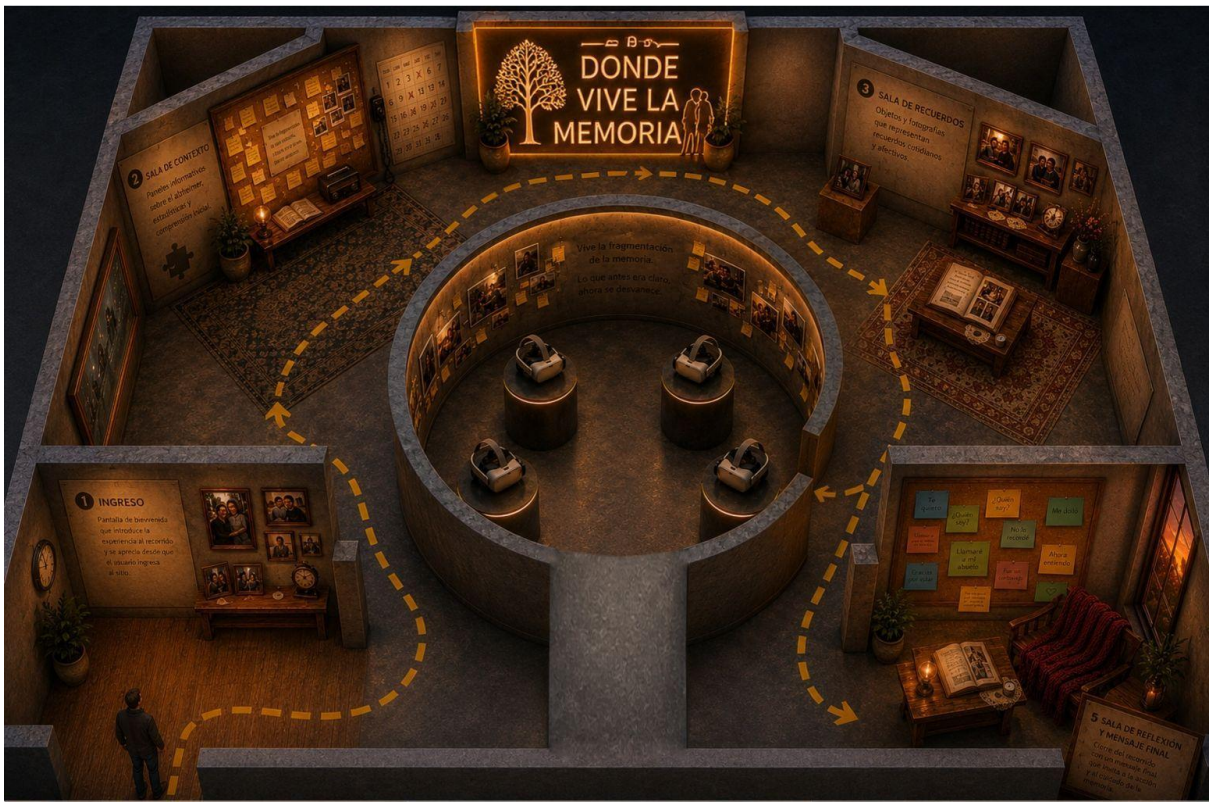
Finalmente, la sala de reflexión representa el cierre emocional del recorrido mediante mensajes escritos, notas personales, fotografías incompletas y un libro de reflexión orientado a generar empatía y conciencia sobre el impacto humano del Alzheimer. Este espacio busca que el usuario reflexione sobre la importancia de la memoria, los vínculos afectivos y el cuidado emocional hacia las personas que viven con esta enfermedad.

Asimismo, el prototipo incorpora sistemas de orientación espacial mediante líneas guía en el piso, flechas de dirección y numeración secuencial para cada sala expositiva. Estos recursos permiten organizar la circulación del usuario y reforzar la comprensión progresiva del recorrido narrativo dentro de la experiencia.

Figura 13

Prototipo en alta definición

VISTA ISOMÉTRICA:



VISTA POR ESPACIO:



Tal como se observa en la Figura 13, el prototipo en alta fidelidad representa una versión más elaborada de la propuesta, elaborada mediante hallazgos obtenidos durante las etapas previas de validación. Se incorporaron mejoras en la ambientación, la señalización del recorrido, la integración de recursos visuales que fortalecen la comprensión de la experiencia por parte de los visitantes.

Esta versión busca aproximarse con mayor precisión a las condiciones reales de implementación. Como parte de las mejoras incorporadas, se implementó una ruta de circulación que va orientar al visitante cuando este se desplace en las diferentes salas, asegurando que el recorrido mantenga una secuencia narrativa coherente.

Asimismo, se reforzó la ambientación mediante el uso de fotografías familiares, objetos que puedan resultar conocidos, paneles informativos, mensajes escritos y recursos sonoros que generan una atmósfera más emocional y cercana. Estos elementos permiten construir un entorno que favorece la conexión del visitante con la temática que se aborda, evitando que se limite a solo transmitir información.

Se busca que los visitantes también adopten un rol más activo dentro de la experiencia a través de procesos de interpretación personal y empatía frente a la realidad de personas que viven con Alzheimer, es por ello que se incorporaron recursos interactivo como el mural participativo, un libro de mensajes y preguntas reflexivas distribuidas en el recorrido.

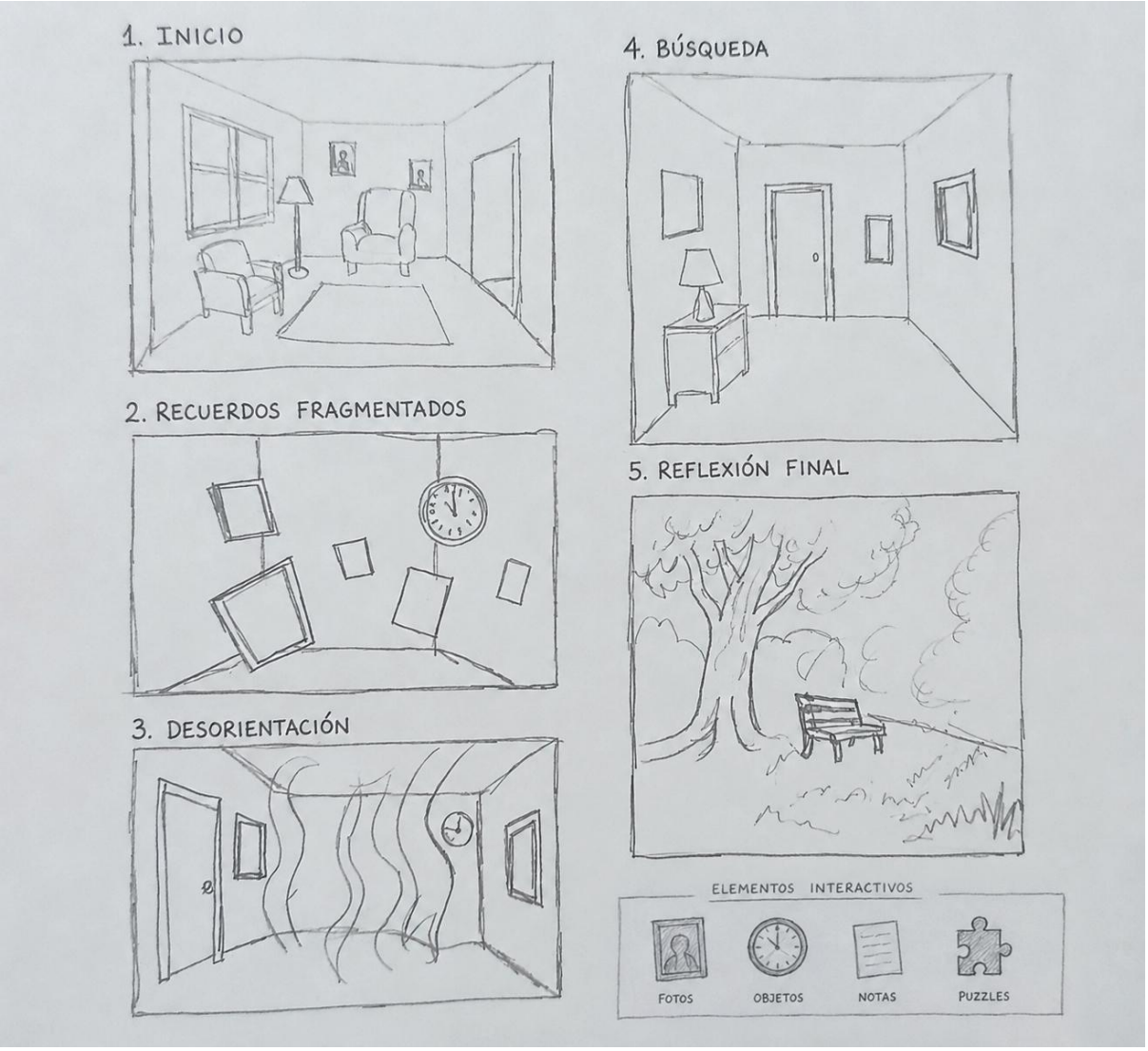
De esta manera, el prototipo de alta fidelidad del espacio físico consolida la propuesta expositiva como un entorno narrativo que combina información, interacción y experiencia emocional. El diseño busca preparar al visitante para entender la problemática desde una perspectiva más humana, fortaleciendo los objetivos comunicativos planteados por el proyecto.

2.5.7.2 Prototipos del entorno inmersivo VR

Dado que ésta propuesta, además de ser una instalación artística, se basa en la integración de una experiencia inmersiva asociada a la realidad virtual, se llevó a cabo un proceso de prototipado en el que se comenzó, por medio de bocetos, a representar el entorno digital y las interrelaciones del propio usuario en dicha experiencia. Se pretendía observar cómo podía continuar la narración inmersiva, la secuencia de acontecimientos y las sensaciones ligadas a la pérdida de memoria y a la desorientación que guardan relación con el Alzheimer 's.

Figura 14

Sketch del entorno inmersivo VR



Tal como se puede observar en la Figura 14, el primer diseño de la ambientación virtual con VR forma lo que podríamos considerar como una primera interpretación visual y narrativa de la experiencia virtual. Este primer diseño conceptual nos ayudó a trabajar inicialmente en la estructura principal del recorrido inmersivo, incluso la secuencia de interacción de usuario y la estructura emocional de la experiencia, todo ello para conseguir las bases conceptuales iniciales antes de avanzar en la versión de baja definición.

La propuesta fue estructurada a partir de diferentes momentos narrativos que tratan de representar de manera progresiva la experiencia emocional del Alzheimer, teniendo en cuenta las etapas vinculadas con los recuerdos, la desorientación, la pérdida de la memoria, y cerrar con una reflexión final. Esta secuenciación se desarrolló con el objetivo de poder

llevar al usuario hacia una experiencia que empieza con un ambiente familiar y va avanzando hacia momentos más fragmentados y emocionalmente inmersivos.

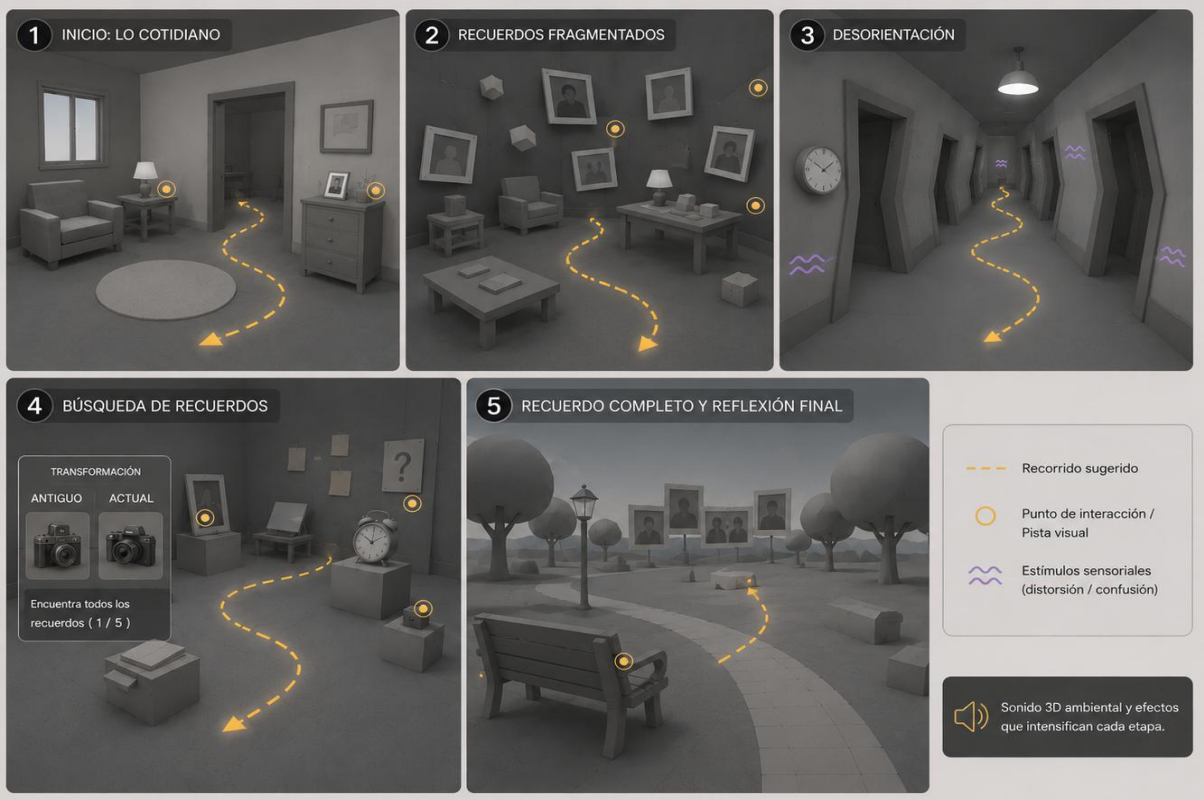
En este primer concepto se incluyen diferentes elementos visuales y simbólicos vinculados a la memoria afectiva y a la vida cotidiana (fotos de familia, objetos utópicos, cartas y recuerdos desvirtuados en la ambientación virtual). Estos artículos fueron planteados con la intención de simbolizar la pérdida progresiva de recuerdos y la alteración de las percepciones del Alzheimer.

De igual manera, se pensó la experiencia inmersiva como el eje emocional del proyecto, desde donde el usuario parte en la experiencia para sentir sensaciones de confusión, desorientación y la construcción de los recuerdos desde el ámbito vivencial. La propuesta pensó en una narrativa desde la exploración y la interacción con el entorno en búsqueda de conseguir una experiencia algo más empática y próxima al usuario.

Para concluir, el sketch permitió tomar las primeras decisiones relacionadas con la narrativa, la interacción en el entorno virtual y la progresión en los estados de la experiencia por delante del desarrollo del prototipo de baja definición.

Figura 15

Prototipo en baja definición VR



Tal como se ilustra en la Figura 15, el sistema en baja definición de la propuesta VR, como entorno inmersivo, se constituye como una primera representación digital de la experiencia virtual de este proyecto, a partir de la incorporación de elementos visuales, narrativos e interactivos que pretenden representar de forma progresiva la disminución de la memoria, tal y como acontece en el Alzheimer. De hecho, a diferencia de la primera propuesta conceptual, esta implementación cuenta con los avances que derivan del proceso de validación, el cual refuerza la necesidad de seguir comprendiendo el trayecto y la experiencia de navegación dentro del entorno virtual.

La experiencia fue organizada en cinco momentos secuenciales: un entorno cotidiano inicial, un momento de recuerdos fragmentados, una fase de desorientación, la búsqueda de recuerdos y la reflexión final. A partir de la secuencia estructural se busca que el propio usuario se desplace progresivamente de un espacio cotidiano; un espacio reconocible hacia espacios más alterados e inmersivos emocionalmente, a fin de vivir de manera simbólica sensaciones relacionadas con el deterioro de la memoria, la pérdida de orientación y la confusión asociada al Alzheimer.

La experiencia se desarrolla en una simple y cotidiana sala doméstica que busca provocar esa sensación final de familiaridad y adaptación. seguido de la progresiva transformación de los espacios mediante la fragmentación de los elementos, el uso de fotografías afectadas o alteradas y las transformaciones visuales que propician el deterioro de los recuerdos. A medida que se avanza en la experiencia, se introducen más y más objetos significativos y se incorporan puntos de interactividad que buscan contribuir a que el recorrido y la experiencia narrativa del recorrido se intensifiquen.

En la etapa de desorientación, el usuario se torna protagonista de la experiencia de recorrer varios espacios en los que los pasillos presentan transformaciones visuales y se incorporan estímulos sensoriales que tratan de provocar una sensación de desasosiego entre los usuarios y una pérdida de referencia y orientación, a la vez que se intensificó la aportación de estímulos auditivos y de recursos visuales para provocar una inmersión emocional aún mayor y trabajar mejor las sensaciones asociadas a la enfermedad, por el riesgo del olvido.

En la fase de búsqueda, el usuario interviene en significativos objetos en relación con la experiencia de los recuerdos personales, observando transformaciones de fragmentos de memoria a lo largo del recorrido. Finalmente, la experiencia se desarrolla en un espacio de reflexión en el que los recuerdos se reconstituyen progresivamente dentro de un contexto más abierto y más positivo emocionalmente, y más humano y empático, que juega a favor del mensaje de la propuesta.

Además, el prototipo contempla una línea continua guía, un punto de referencia y una señalización esencial (visual) mejorada a partir de la versión inicial con el objetivo de orientar la navegación y poder comprender la progresiva línea del recorrido de la experiencia inmersiva.

Figura 16

Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR.



Tal como se observa en la Figura 16, el sistema en alta definición de la propuesta VR, como entorno inmersivo, elaborado y mejorado en base a los resultados en las etapas de experimentación y validación. Para esta versión se incorporaron mejoras visuales, interactivas y narrativas que fortalezcan la experiencia del usuario y el objetivo de concientización planteado.

La experiencia inicia cuando el usuario se coloca los lentes de realidad virtual e ingresa a una sala acogedora que representa un espacio cotidiano. En este espacio puede desplazarse libremente, observar fotografías, un reloj, y demás objetos personales con los que pueda familiarizarse con estos elementos.

Figura 17

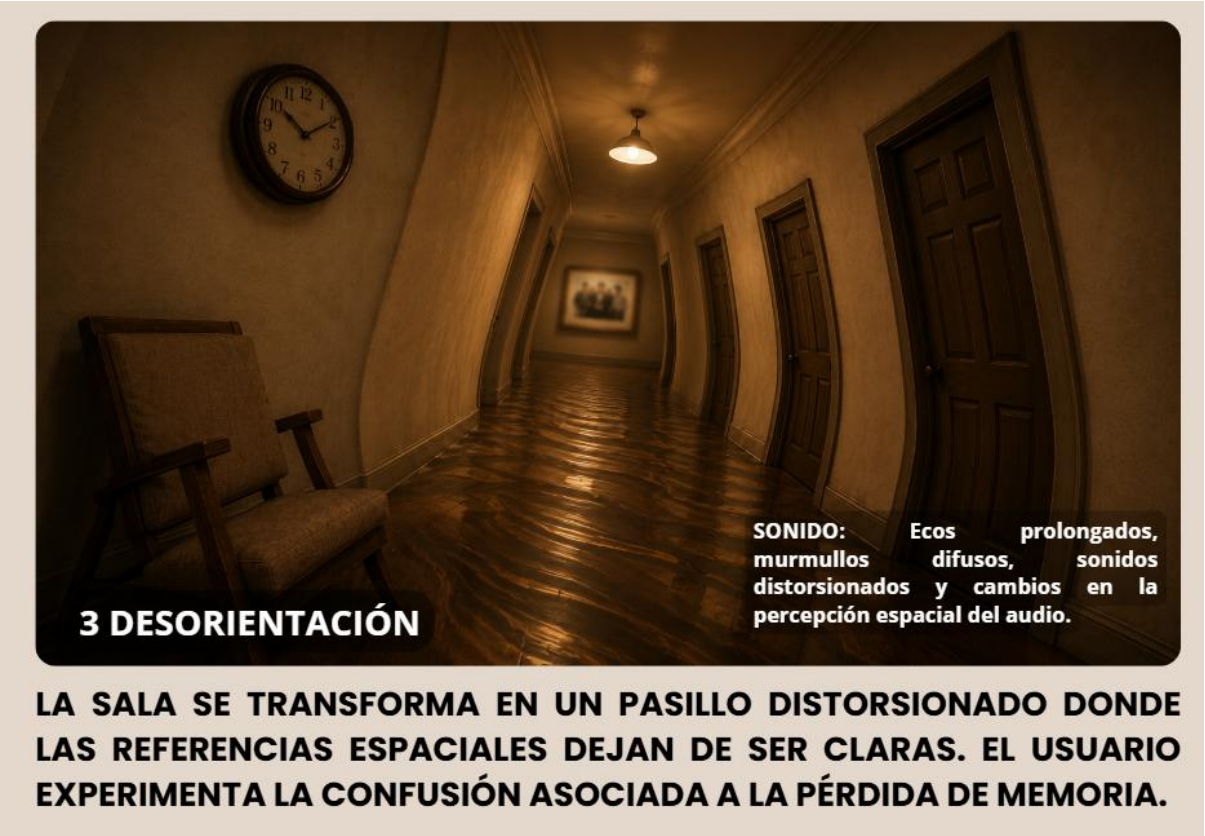
Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR.



Tal como se observa en la Figura 17 conforme el usuario va avanzando el entorno empieza a transformarse a través de alteraciones visuales (objetos duplicados, imágenes incompletas y cambios espaciales) acompañados de las alteraciones que simbolizan el deterioro de la memoria.

Figura 18

Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR.



Tal como se observa en la Figura 18 el usuario atraviesa una etapa de desorientación donde el espacio se deforma, generando una sensación de confusión similar a la que experimentan personas que viven con Alzheimer. Como mejora respecto a prototipos anteriores, se incorporan elementos interactivos que permiten una participación más activa. El usuario puede acercarse e interactuar con objetos específicos distribuidos en el entorno, desencadenando recuerdos, efectos visuales y fragmentos narrativos que contribuyen a reconstruir la memoria dentro de la experiencia.

Figura 19

Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR.

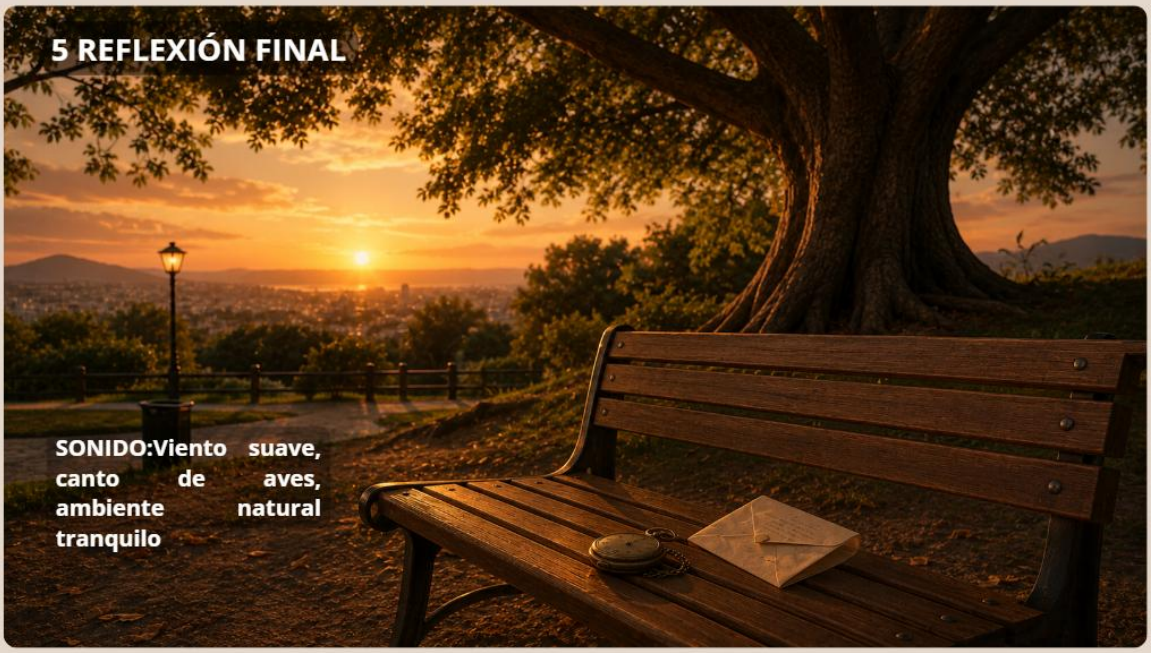


EL USUARIO REGRESA A LA SALA E IDENTIFICA OBJETOS SIGNIFICATIVOS QUE CONTIENEN RECUERDOS IMPORTANTES. CADA ELEMENTO AYUDA A RECONSTRUIR FRAGMENTOS DE MEMORIA.

Tal como se observa en la Figura 19 Una vez que el usuario identifica los objetos significativos, el entorno empieza a transformarse gradualmente donde las distorsiones desaparecen y una luz cálida guía al usuario hacia una nueva transición espacial. De esta manera, abandona el espacio doméstico y accede a un jardín abierto y tranquilo que sirve como escenario de reflexión, donde el usuario encuentra los objetos que lo acompañaron durante el recorrido, los sonidos distorsionados son reemplazados por las del viento y canto de aves en una atmósfera tranquila.

Figura 20

Prototipo de alta fidelidad del entorno inmersivo VR.



Tal como se observa en la Figura 20, en la escena de cierre, este escenario simboliza la reconstrucción emocional de los recuerdos, el reloj de bolsillo representa la permanencia de los recuerdos a través del tiempo. Por su parte, la carta simboliza los vínculos afectivos, las experiencias y emociones compartidas que permanecen incluso cuando los recuerdos se desvanecen.

Figura 21

Checklist



El prototipo ideado manifiesta de forma evidente la propuesta de innovación, por medio de un trayecto físico que incluye una experiencia inmersiva en realidad virtual que permite entender el impacto de la enfermedad de Alzheimer desde una nueva óptica que es, inter y para la comprensión de carácter emocional, así como la posibilidad de hacer una evaluación con usuarios y especialistas mediante el envío de feedback para nuevas mejoras en el trayecto, la narrativa, la interacción y el cierre de la experiencia (la limpieza y la memoria del trayecto). El prototipo en su conjunto se convierte en un claro enunciado del proyecto en funcionamiento, en una buena forma de presentarlo para distintos públicos y muestra un rigor en sus características de alta fidelidad. Lo hace de acuerdo con lo que representa el checklist de Toulouse Thinking.

2.5.8. Experimentos

En esta sección se presentan los experimentos realizados para validar la propuesta de valor y los distintos niveles de prototipado del proyecto. A través de encuestas y pruebas con usuarios se identificaron aprendizajes, oportunidades de mejora y decisiones de diseño que permitieron iterar progresivamente el espacio físico y el entorno inmersivo VR. Asimismo, los experimentos permitieron evaluar aspectos relacionados con la orientación espacial, comprensión narrativa, inmersión emocional y representación de la pérdida progresiva de memoria asociada al Alzheimer.

2.5.8.1 Herramientas de experimentación

Sistematización de la experiencia del usuario (Tablero UX)

Figura 22

Tablero UX de Donde vive la memoria

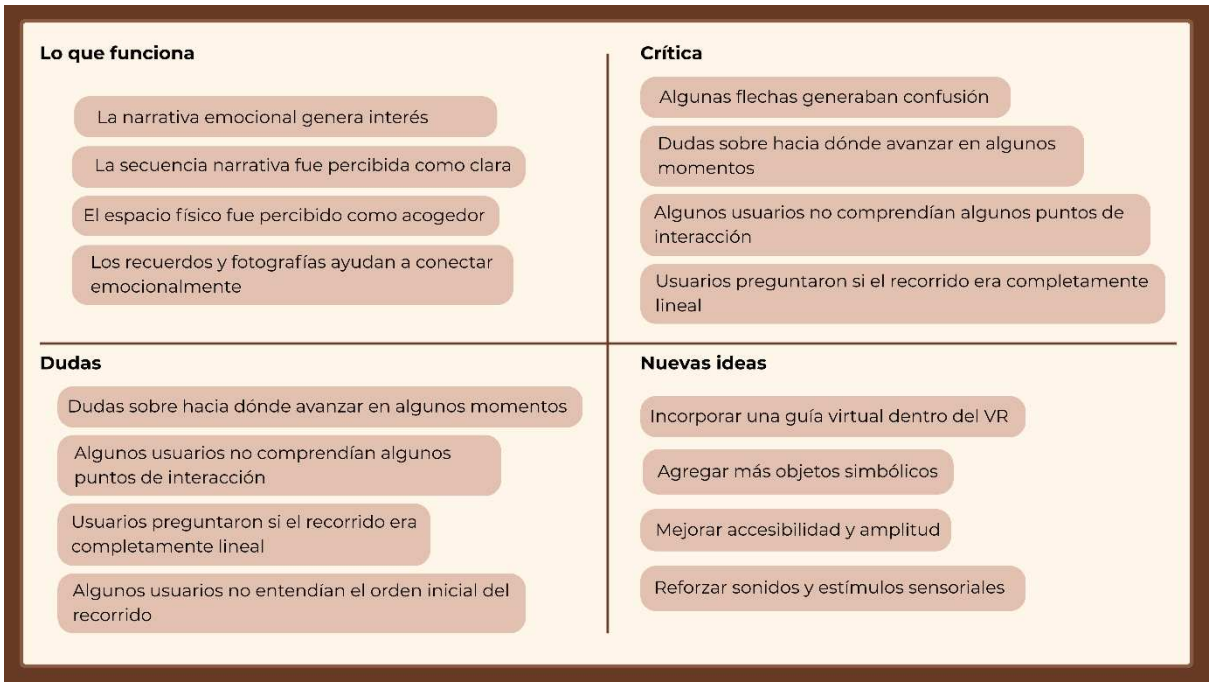


Adicionalmente, A fin de analizar de forma integral la experiencia del usuario dentro del marco del proyecto *Donde vive la memoria,* se implementó el Tablero UX, a partir del cual se logró plasmar el contexto del problema, la necesidad detectada y el recorrido del usuario por la experiencia física-inmersiva. Esta herramienta permitió agrupar la progresión de la experiencia emocional y de la experiencia narrativa desde el momento de la entrada en el espacio de exposición, hasta la reflexión final, y facilitó visibilizar la relación que mantenía la propuesta y la generación de empatía frente al Alzheimer.

Análisis cualitativo de retroalimentación (Tabla Receptora)

Figura 23

Tabla receptora de Donde vive la memoria

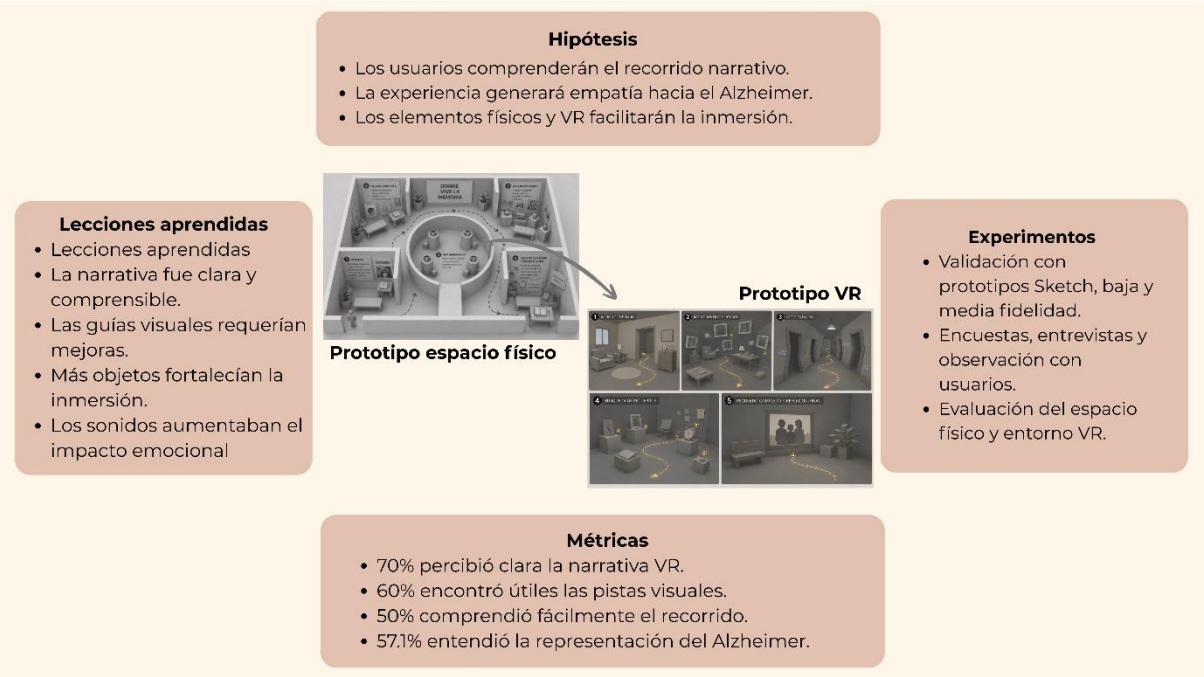


Adicionalmente, como se observa en la figura 21, se utilizó la Tabla Receptora para la organización de la retroalimentación cualitativa recogida durante las validaciones del prototipo pero también para clasificar los comentarios de los participantes que fueron recogidos de acuerdo a: aspectos que funcionan, críticas, dudas y nuevas sugerencias. Su implementación ayudó a detectar oportunidades de mejora que estaban relacionadas con la orientación espacial, elementos narrativos, señalización y recursos inmersivos, así como dentro de la experiencia.

Experimentación ágil y validación de hipótesis

Figura 24

Experimentación ágil de Donde vive la memoria



La validación de la propuesta se realizó siguiendo un enfoque de experimentación ágil que comprobó las hipótesis iniciales a través de los prototipos visuales y las pruebas con usuarios. Mediante sucesivos ciclos de validación se atendió la capacidad del recorrido para ser entendido, la claridad conceptual de la narración, la experiencia inmersiva que generaba y la capacidad del sentimiento de empatía hacia las personas que tienen Alzheimer. Los resultados obtenidos permitieron realizar mejoras progresivas que iban en la línea de reforzar la experiencia física y virtual.

2.5.8.2 Encuestas de primera iteración

Con el objetivo de validar la comprensión general del recorrido físico y la narrativa inmersiva del proyecto “Donde vive la memoria”, se realizó una primera experimentación utilizando sketches conceptuales del espacio expositivo y del entorno VR. Para esta validación se aplicó una encuesta digital a 14 participantes pertenecientes al público objetivo del proyecto.

Los resultados evidenciaron que los usuarios comprendieron adecuadamente la estructura general del recorrido y la secuencia narrativa de la experiencia. Sin embargo, varios

participantes manifestaron la necesidad de incorporar mayores recursos de orientación espacial, como señalización, numeración de salas y referencias visuales que faciliten la circulación dentro del espacio físico.

Respecto al entorno inmersivo VR, los usuarios reconocieron la intención emocional relacionada con la pérdida progresiva de memoria; no obstante, señalaron la importancia de reforzar los sonidos ambientales, elementos visuales e interacciones para incrementar la sensación de inmersión y desorientación dentro de la experiencia.

A partir de estos resultados, se decidió incorporar líneas guía en el piso, sistemas de señalización y numeración secuencial para organizar el recorrido físico. Asimismo, se planteó reforzar el entorno VR mediante escenarios más detallados, sonidos ambientales y recursos visuales relacionados con recuerdos fragmentados y deterioro cognitivo.

2.5.8.2 Encuestas de segunda iteración

Con el objetivo de continuar refinando la experiencia física e inmersiva del proyecto "Donde vive la memoria", se desarrolló una segunda iteración basada en el prototipo en baja definición del espacio físico y del entorno VR. Esta validación buscó evaluar aspectos relacionados con la orientación espacial, fluidez del recorrido, comprensión narrativa y nivel de inmersión generado por los recursos visuales, sonoros e interactivos incorporados tras la primera iteración.

Para esta etapa se aplicó una encuesta digital a 25 participantes pertenecientes al público objetivo del proyecto. Los resultados evidenciaron una mejora significativa en la comprensión del recorrido y en la orientación espacial dentro de la experiencia. Un 84% de los encuestados consideró la distribución general del recorrido como ‘‘clara’’ y ‘‘muy clara’, mientras que un 76% pudo identificar el punto de inicio de la experiencia sin dificultad. Asimismo, un 88% de los participantes consideró que la señalización y numeración facilitó la circulación entre los distintos espacios expositivos.

Luego de integrar las mejoras sugeridas de la primera iteración (líneas guía, señalización y refuerzo de recursos sonoros). El objetivo fue evaluar el nivel de claridad del espacio físico, la comprensión de la narrativa VR y el nivel de inmersión emocional observado.

Los resultados reflejan una mejora en la orientación espacial. Un 84% de los usuarios encuestados destaca que la distribución general es bastante clara, mientra que un 76% pudo identificar el punto de inicio de esta experiencia. Asimismo, un 88% calificó como necesarias las señalizaciones, flechas y enumeración incorporada, lo cual valida la decisión de seguir reforzando los elementos de guía visual.

Respecto al entorno VR, un 80% entendió la secuencia narrativa de la pérdida progresiva de memoria, mientras que un 72% encontró útiles las pistas para tener una mejor orientación dentro de la experiencia. Sin embargo, algunos usuarios señalan que los recursos sonoros pueden intensificarse más, y también consideran aumentar la cantidad de objetos interactivos para lograr tener una mayor experiencia emocional.

A partir de estos resultados, se decidió continuar con el desarrollo del prototipo en alta definición, teniendo como base el enriquecimiento de la ambientación sonora, la incorporación de elementos simbólicos adicionales (bufanda, taza rota, un reloj detenido) que transmitan la fragilidad de la memoria para que el recorrido dentro del entorno fuera más emocionante y coherente.

2.5.8.3 Encuestas de tercera iteración

Con el objetivo de validar la propuesta en su versión de alta definición, se realizó una encuesta de tercer iteración, realizada a 100 participantes pertenecientes al público objetivo.

Los resultados denotan una gran aceptación del espacio físico. Un 98% calificó la ambientación como atractiva y un 96% consideró que las fotografías y objetos representan el tema de la memoria, y un 92% se sintió conectado con los espacios mostrados.

En cuanto al entorno VR, un 96% calificó la narrativa como interesante. El 93% consideró evidente el deterioro progresivo de la memoria, y el 91% percibió la escena de desorientación como impactante. La actividad de búsqueda de recuerdos fue comprensible para un 95% y la escena final fue adecuada para el 96%.

En cuanto a impacto, un 97% comprendió mejor el Alzheimer, y el 95% calificó la propuesta como emocional. Finalmente el 97% indicó que es probable que recomiende la experiencia.

Estos resultados validan que el prototipo en alta definición cumple con los objetivos de conexión emocional y sensibilización planteados para la Generación Z.

3. Estimación de costos

3.1. Presupuesto

La elaboración del presupuesto general del proyecto se realizó en base a todos los elementos que componen el ecosistema transmedia: la experiencia inmersiva en realidad virtual, el recorrido físico, el audiovisual, la plataforma digital y los materiales interactivos reflexivos. De cada uno de estos productos se requerían distintos recursos humanos, tecnológicos y operativos, de manera que el presupuesto se organizó en categorías de inversión. "Donde vive la memoria" fue desarrollado durante el transcurso de tres meses, el tiempo durante se desarrollaron las fases de investigación, diseño, producción, programación y montaje que permiten darle viabilidad a la propuesta. Esta primera versión es un piloto: transcurrido el tiempo de tres meses, el servicio de producción de contenidos finaliza, a la expectativa de alcanzar el número de participantes previsto y para poder realizar alianzas o solicitar financiamiento que permita futuras ediciones.

Durante el primer mes se priorizaron actividades de investigación, diseño de la experiencia de usuario (UX), definición de la narración transmedia y desarrollo del guión literario para la experiencia VR.

Paralelamente, durante este mes se inició la programación de la interfaz de usuario y la programación de la estructura inicial del entorno virtual en Unity.

El segundo mes fue el de trabajar en los componentes centrales de la experiencia inmersiva, esto es: programación avanzada en Unity, modelado 3D de los entornos (sala doméstica, jardín) y objetos interactivos (reloj, fotografías, cartas), así como la producción de la atmósfera sonora (voces lejanas, interferencias, silencio, viento).

En este mismo mes se realizó la producción de materiales físicos, lo que requirió la adquisición de escenografía, la impresión de señalética y el diseño de los elementos participativos (libro de reflexión, mural interactivo).

Por último, el tercer mes se dedicó al montaje de la instalación física, alquiler de equipos tecnológicos (visores VR y ordenadores), programación del piloto durante una semana, y validaciones con usuarios, encuestas y ajustes finales.

Tabla 1

Presupuesto

CÁLCULO 1	**INVERSIONES**			
	Materiales	**Cantidad**	**Precio**	**Total sin IGV**
	Desarrollo VR (Programación en Unity)	1	4,000.00	4,000.00
	Diseño 3D y Modelado (Assets VR)	1	1,500.00	1,500.00
	Producción Audiovisual (Sonido, música)	1	1,000.00	1,000.00
	Plataforma Transmedia (Web/Redes)	1	1,100.00	1,100.00
	TOTAL			**S/ 7,600.00**
CÁLCULO 2	**COSTOS DE PRODUCCIÓN**			
	Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3
	Gestor de Proyecto	S/.1.000,00	S/.1.000,00	S/.1.000,00
	Diseñador UX / Narrativa	S/.700,00	S/.0,00	S/.0,00
	Desarrollador VR	S/.4.000,00	S/.0,00	S/.0,00
	Total de costo de Servicios Básicos	S/ 5,700	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
	Gastos de Operación y Logística	Mes 1	Mes 2	Mes 3
	Alquiler de Visores VR (4 Meta Quest x 7 días)	S/.4.200,00	S/.0,00	S/.0,00
	Alquiler de Computadoras (4 und x 7 días)	S/.1.120,00	S/.0,00	S/.0,00
	Materiales de Escenografía (fotos, marcos, libros)	S/.800,00	S/.0,00	S/.0,00
	Fotografías, marcos y decoración	S/.700,00	S/.0,00	S/.0,00
	Señalética y paneles informativos	S/.400,00	S/.0,00	S/.0,00
	Libro de reflexión y materiales participativos	S/.300,00	S/.0,00	S/.0,00
	Materiales complementarios	S/.300,00	S/.0,00	S/.0,00
	Transporte y Montaje	S/.500,00	S/.0,00	S/.0,00
	Personal de Soporte (2 asistentes x 7 días)	S/.400,00	S/.0,00	S/.0,00
	Licencias de Software (Unity, Adobe, Typeform)	S/.100,00	S/.100,00	S/.100,00
	Total de Gastos de Operación	S/ 8,820	S/ 100	S/ 100
	Gastos de Venta y Marketing	Mes 1	Mes 2	Mes 3
	Publicidad Digital (IG/TikTok)	S/.240,00	S/.0,00	S/.0,00
	Total de Gastos de Venta	S/ 240	S/ 0	S/ 0
	TOTAL DE GASTOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3
	Gastos Administrativos	S/.5.700,00	S/.1.000,00	S/.1.000,00
	Gastos de Operación	S/.8.820,00	S/.100,00	S/.100,00
	Gastos de Venta	S/.240,00	S/.0,00	S/.0,00
	TOTAL DE GASTOS	S/ 14,760	S/ 1,100	S/ 1,100
CÁLCULO 3	**Financiamiento y Alianzas**	Mes 1		
	Fundación BBVA	S/.6.920,00		
	Epson Perú	S/.3.720,00		
	Universidad y aliados académicos	S/.2.600,00		
	Total aporte de aliados	S/.13.240,00		

	Monto restante a financiar	S/.7.720,00		
	TOTAL PRESUPUESTO	**S/ 20,960**		
	Resumen en formato tabla simple	Monto (S/.)		
	Costo total del proyecto	S/.20.960,00		
	Aporte de aliados	-S/.13.240,00		
	Lo que necesitas conseguir	**S/.7.720,00**		

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Dada la investigación realizada, sumándole el desarrollo de prototipos y experimentación con el público objetivo, se presentan las conclusiones principales del proyecto Donde vive la memoria.

Se ha determinado que el conocimiento de la Generación Z de Lima Metropolitana sobre el Alzheimer es limitado, debido en gran parte a la desinformación de esta enfermedad. La evidencia recogida gracias al arquetipo de usuario y las encuestas iniciales demostró que los jóvenes perciben la enfermedad como un problema lejano, ajeno a su realidad inmediata, lo que provoca una desconexión emocional y una baja predisposición a informarse mediante canales tradicionales. Esta falta de comprensión sobre las implicancias emocionales y cognitivas de la enfermedad constituye la base del problema de empatía que el proyecto busca abordar y resolver.

Las preferencias del público objetivo, identificadas mediante un estudio de mercado y experimentación, dejaron en claro que los formatos inmersivos y audiovisuales son la vía más efectiva para atraer su atención. Los hallazgos demostrados en las encuestas reflejan un rechazo generalizado hacia contenidos excesivamente informativos, mientras que las experiencias visuales, dinámicas y emocionales despertaron un alto nivel de interés. Esta información fue determinante para optar por un enfoque transmedia que prioriza la narrativa interactiva y visual como puente para generar un vínculo significativo con la temática.

El desarrollo del prototipo transmedia permitió materializar la pérdida de la memoria en una experiencia interactiva y secuencial. A través de los diferentes niveles de prototipado, desde bocetos conceptuales hasta el entorno de realidad virtual en alta fidelidad, se logró construir

un recorrido narrativo que empieza desde lo cotidiano y familiar hasta llegar a la desorientación. La inclusión de objetos evocadores de memoria, tanto en el espacio físico como en el entorno virtual, permite traducir el deterioro cognitivo en un lenguaje simbólico que resultó accesible y comprensible para los jóvenes participantes.

Las pruebas realizadas durante las iteraciones del prototipo nos mostraron resultados concretos sobre la efectividad de la experiencia. En la última iteración del prototipo ofrecieron resultados concretos sobre la efectividad de la experiencia. La mayoría de los encuestados calificó como muy impactante la escena de desorientación y consideró muy adecuada la escena final para lograr transmitir el mensaje central.

Estos datos confirman que la inmersión emocional facilita la comprensión del deterioro cognitivo. De manera complementaria, los comentarios cualitativos revelaron que los participantes no sólo asimilaron información, sino que desarrollaron una conexión más cercana y humana con la problemática, resaltando que la experiencia les pareció envolvente y que la narrativa logró mantener el interés de todo el recorrido, validando el objetivo central del proyecto.

4.2. Recomendaciones

A partir de los aprendizajes obtenidos durante el desarrollo del proyecto, se identifican diferentes oportunidades de mejora y proyecciones que permitan fortalecer la propuesta en futuras iteraciones.

En primer lugar, se recomienda prolongar los puntos de interacción dentro del recorrido del expositivo, incorporando códigos QR en los objetos de la sala de recuerdos que permitan acceder a testimonios reales, tal como sugirió la psicóloga Katherine Ramos durante las entrevistas de validación. Asimismo, se sugiere añadir un espacio de orientación al final del recorrido que brinde herramientas sobre cómo acompañar a una persona con Alzheimer, respondiendo a la necesidad de trascender la experiencia emocional hacia una acción práctica.

Para futuras investigaciones, sería pertinente evaluar el impacto de la experiencia en distintos segmentos dentro de la Generación Z y explorar la medición del cambio conductual a mediano plazo, más allá de la empatía inmediata registrada durante la experiencia, tal

como lo planteó la coach Patricia Arana. En cuanto a la escalabilidad, se recomienda diseñar una versión del proyecto que pueda adaptarse a espacios más reducidos y desarrollar una versión digital accesible desde dispositivos móviles para escalar el alcance del proyecto.

Finalmente, se sugiere priorizar la validación temprana con usuarios mediante prototipos de baja fidelidad y establecer alianzas desde fases iniciales con instituciones como la Asociación Peruana de Alzheimer (APEAD) o centros geriátricos, que puedan aportar testimonios y casos reales que enriquezcan la narrativa. La colaboración entre diseñadores, psicólogos y especialistas en salud resultó esencial para construir una propuesta emocionalmente coherente, por lo que se recomienda mantener este enfoque colaborativo en futuras aplicaciones..

5. Referencias Bibliográficas

Abarca Blanca, E. A. (2024). *Relación entre el sentimiento de soledad y el aislamiento social con el deterioro cognitivo de los adultos mayores: Una revisión sistemática* [Tesis de licenciatura, Universidad de Salamanca]. Repositorio Institucional. https://hdl.handle.net/10366/156929

Alzheimer Europe. (2025, June 2). *The ADIS Advisory Boards met for the first time for an event on Public Involvement in Alzheimer's disease research at the University of Barcelona*. https://www.alzheimer-europe.org/news/adis-advisory-boards-met-first-time-event-public-involvement-alzheimers-disease-research

Avendaño, H. (2018). *El Universo de Beto: Narrativas Transmedia y Sindrome de Down. Imagem, Gamificação, Educação, Literatura e Inclusão,* (p. 120). https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=kEKwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA120&ots=78UJHnjmSg&sig=FZtiTaspNK2Rlq9mV4FoDX1tJ-U&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Braguez, J. (2023). *SEVEN ReImagined: A transmedia storytelling evolution proposal. Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal, 8*(4), 122-130. https://dx.doi.org/10.25046/aj080414

Confederación Española de Alzheimer (CEAFA). (2019). *Programa de estimulación para personas con Alzheimer*. https://www.ceafa.es/files/2019/09/programa-de-estimulacion-para-personas-con-alzheimer-1.pdf

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Peru.* https://datareportal.com/reports/digital-2024-peru

De Bot, C., & Dierx, J. (2025). *The role of virtual reality in enhancing dementia understanding in retail and hospitality sectors. European Journal of Public Health*. https://doi.org/10.1093/eurpub/ckaf161.265

Guachichullca-Ordóñez, L., & Banda-Poma, B. (2025). *El edadismo como expresión de desigualdad social en Latinoamérica: características, fuentes y estrategias de superación. Telos.* https://doi.org/10.36390/telos273.16

Herrera Bonilla, A. V. (2025). *Actitud de estudiantes de una universidad pública hacia el adulto mayor en Lima* [Tesis de licenciatura, Repositorio Institucional]. https://hdl.handle.net/20.500.14520/12085

Hidalgo Jiménez, P. A. (2022). *Transmedia narrative: Elements of communication in the emotional and therapeutic support of diseases. SCIÉNDO.* https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/4581/4911

Infobae. (2024, septiembre 21). *La situación del Alzheimer en Perú: un desafío urgente*. https://www.infobae.com/peru/2024/09/21/la-situacion-del-alzheimer-en-peru-un-desafio-urgente/

International College of Person Centered Medicine. (2023). *2023 Geneva Declaration on Person Centered Prevention and Health Promotion: From the Clinic to Public Health*. http://www.personcenteredmedicine.org/doc/2023-Geneva-Declaration.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares: IV Trimestre 2024.* https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1133448-el-58-4-de-los-hogares-del-pais-tiene-acceso-a-internet

Kitson, A. (2022). *Investigating the feasibility of virtual reality for emotion regulation with youth*. arXiv. https://arxiv.org/abs/2212.00002

LIFELENS. (2017.). *Lifelens Dementia Experience*. https://vr-ep.com/lifelens-dementia-ageing/

Martínez Pérez, T. J. (2022). *El edadismo: una mirada desde la cátedra del adulto mayor. Revista Universidad y Sociedad.* http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442022000300048&script=sci_arttext&tlng=pt

MyndVR. (2016). *MyndVR*. https://www.myndvr.com

NAFSA: Association of International Educators. (2022). *From Boomers to Gen Z: Intercultural approaches to navigating multigenerational offices. International Educator*. https://www.nafsa.org/ie-magazine/2022/1/11/boomers-gen-z-intercultural-approaches-navigating-multigenerational-offices

Oblitas, A. G., Gil, G. Q., & Colmenares, F. M. R. (2024). *Efectos del aislamiento en adultos mayores durante la pandemia de COVID-19: una revisión de la literatura. Dialnet*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8408267

O'Connor, G. (Director). (2020). *The Wayback*. [Virtual reality experience]. https://thewaybackvr.com/#in-action

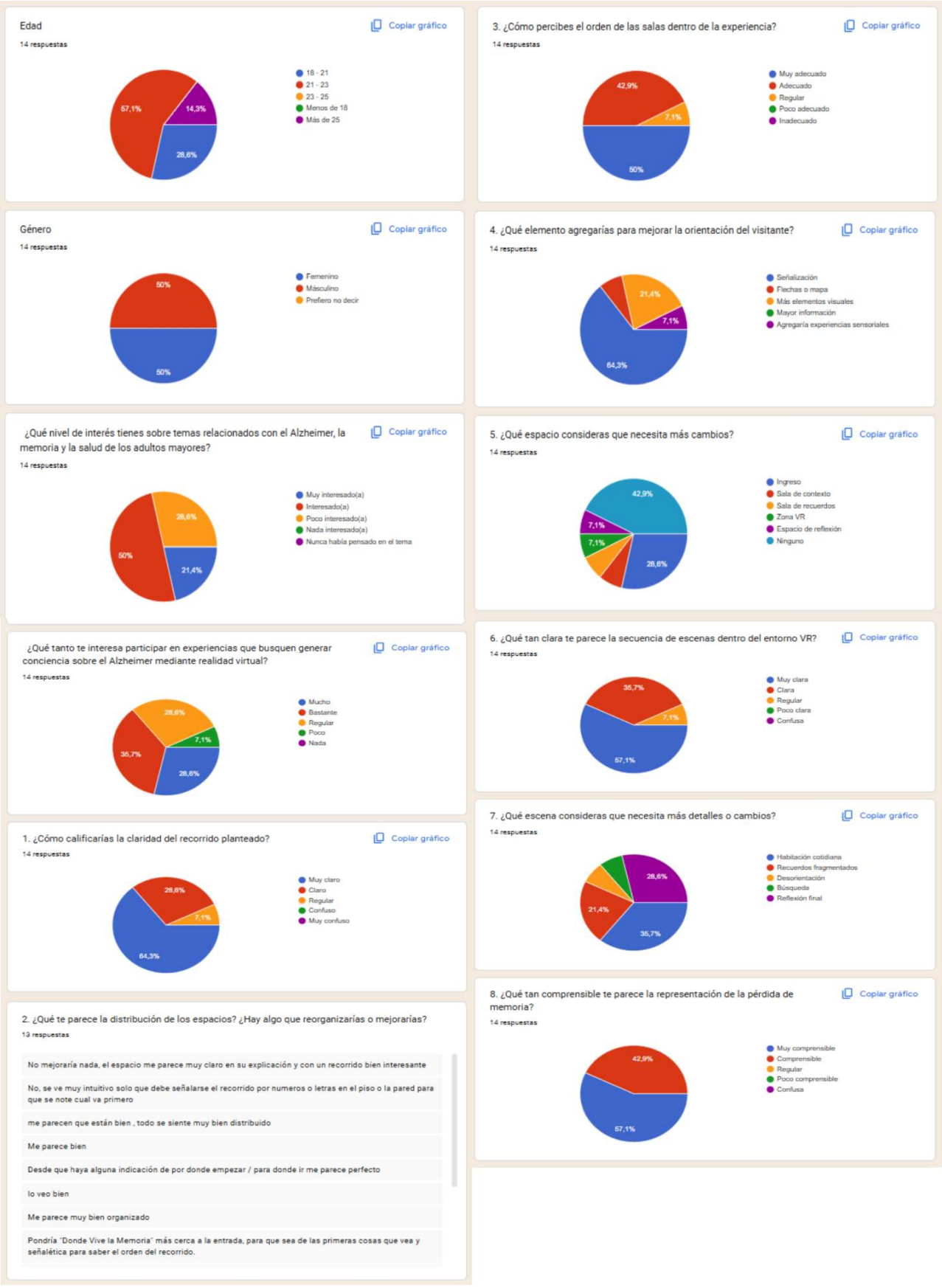
Organización Iberoamericana de Seguridad Social, & Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores. (2025). *La soledad en las personas mayores: Estudio sobre buenas prácticas en detección y/o abordaje de la soledad no deseada en las personas mayores en Iberoamérica.* https://iberoamericamayores.org/wp-content/uploads/2025/09/Soledad-personas-mayores-ES.pdf

Zegarra-Valdivia, J. A., Chino-Vilca, B. N., & Paredes-Manrique, C. N. (2023). Prevalencia de deterioro cognitivo leve en peruanos adultos mayores y de mediana edad. *Revista Ecuatoriana de Neurología, 32*(1), 43–54. https://doi.org/10.46997/revecuatneurol32100043

6. Anexos

6.1. Anexo 1: Evidencia

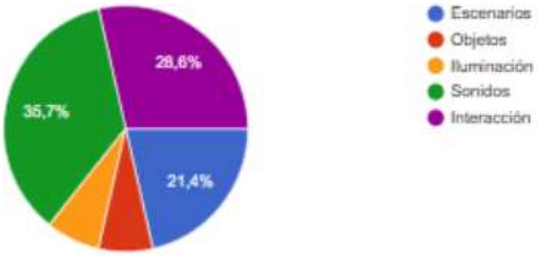
6.1.1 Evidencia de Encuesta N°1



9. ¿Qué aspecto del entorno VR mejorarías?

Copiar gráfico

14 respuestas

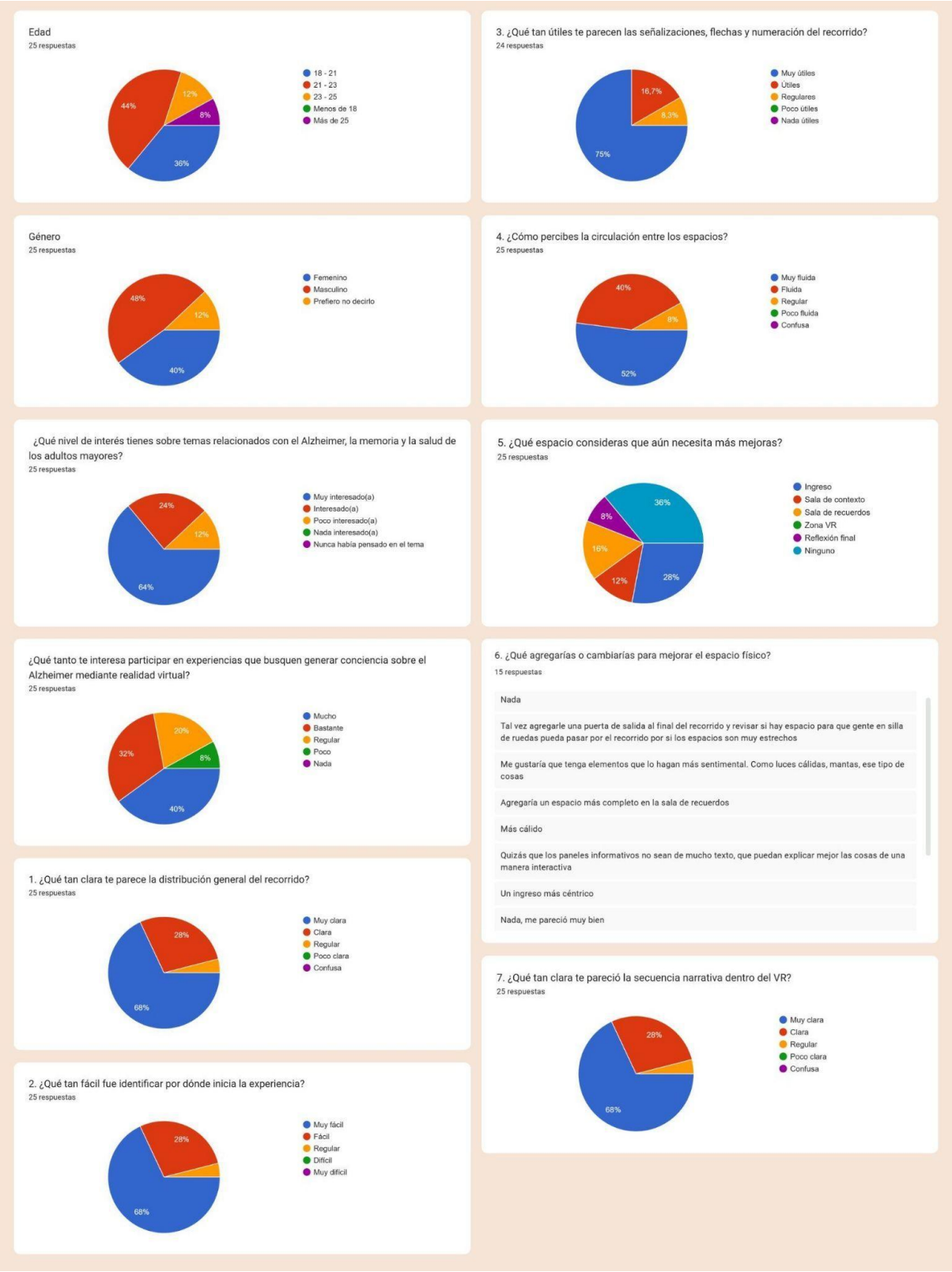


10. ¿Qué agregarías o cambiarías para mejorar la experiencia dentro del VR?

10 respuestas

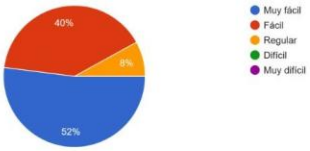
- No cambiaría nada
- Musicalización
- nada, todo está bien
- Jugar con sonidos e incluso olores en la sala para mayor inmersión
- Que sea de fácil acceso
- Poner indicaciones como "presta atención" al mostrar los recuerdos para que la fase de búsqueda no se sienta tan de la nada.
- Agregaría más elementos visuales o referencias que permitan comprender mejor el recorrido y la secuencia de la experiencia dentro del entorno VR
- Experiencias sensoriales y una experiencia más sonora

6.1.2 Evidencia de Encuesta N°2



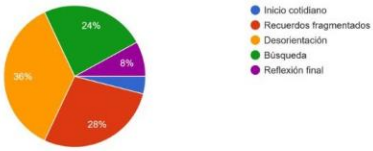
8. ¿Qué tan fácil fue comprender hacia dónde avanzar durante la experiencia?

25 respuestas



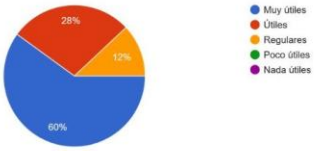
10. ¿Qué escena consideras que necesita más mejoras?

25 respuestas



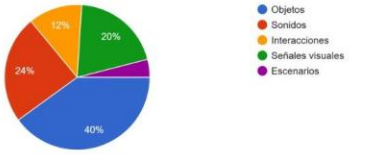
9. ¿Qué tan útiles fueron las pistas visuales para orientarte?

25 respuestas



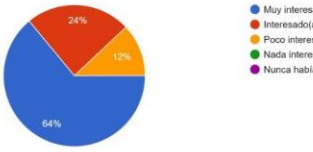
11. ¿Qué aspecto del entorno VR mejorarías?

25 respuestas



¿Qué nivel de interés tienes sobre temas relacionados con el Alzheimer, la memoria y la salud de los adultos mayores?

25 respuestas



12. ¿Qué agregarías o cambiarías para mejorar la experiencia dentro del VR?

15 respuestas

Nada
No entendí por qué en el prototipo la flecha salía de la pared y me apuntaba a mí, tal vez mejorar eso y que la flecha tenga más continuidad
En la parte de la desorientación pondría un poco más de ruido
Agregaría más objetos
Que sea más inmersivo, que busque hacer sentir realmente como se siente alguien que tiene Alzheimer.
Más detalle en los objetos
Que haya un tipo de guía virtual que pueda explicar el recorrido.
Mejoraría la señalizacion para que la guía sea mas detallada
añadiria capaz mas objetos simbolicos

Entrevistas - (Prototipo de baja definición)

Entrevista 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Yo,**Gabriel Arun De Sousa Sarmento Hawie** , acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de una investigación relacionada con:

Donde vive la memoria, proyecto transmedia inmersivo dirigido a jóvenes de la Generación Z (18 a 25 años) en Lima Metropolitana, con el objetivo de sensibilizarlos sobre el Alzheimer en adultos mayores.

Por motivos de confidencialidad, el título completo del proyecto puede no ser detallado. No obstante, declaro haber sido informado(a) y haber comprendido el objetivo del estudio.

Además, declaro haber sido informado(a) de lo siguiente:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo que tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sin consecuencias negativas.

- He sido informado(a) sobre los posibles beneficios, riesgos y/o incentivos asociados a mi participación en el estudio.

- Mis datos personales serán tratados con confidencialidad. Sin embargo, mi nombre y firma formarán parte del presente documento como evidencia del consentimiento informado.

- Los resultados serán en un informe.

-Puedo contactar a Franco Alvarado Girón a través del correo 2022170726@talento.tls.edu.pe o a Francesca Bassallo Arana a través del correo 2022168862@talento.tls.edu.pe para resolver cualquier duda relacionada con mi participación o mis derechos como participante.

Firma del participante: 

Nombre: **Gabriel Arun De Sousa Sarmento Hawie**
DNI / CE: **73592227**

Perfil:

Nombre: Gabriel De Sousa**, Edad:** 21 años**, Ocupación:** Estudiante Universitario

Enlace al audio de la entrevista completa:

https://drive.google.com/file/d/1-vqF8WhPExmu09sSsUWlVzCnkInzfyTa/view?usp=sharing

Hallazgos: El entrevistado calificó la propuesta como un enfoque ‘‘súper bueno’’ y ‘‘perfecto para el contexto social actual’’, destacando que intervenir en edades tempranas generaría mayor conciencia y empatía, también validó la claridad del recorrido gracias a las flechas y numeración en el suelo. Aprobó el uso de objetos cotidianos, recuerdos fragmentados y fotografías, sugiriendo que los visitantes puedan interactuar físicamente con los objetos; la experiencia en realidad virtual la identificó como el componente con mayor impacto emocional, recomendó también agregar música ambiental con voces distantes que se desvanecen para reforzar la atmósfera. Finalmente sugirió utilizar fuentes científicas para la información compartida.

Entrevista 2

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Yo, **Ariadna Estrella Escribens Portugal**, acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de una investigación relacionada con:

Donde vive la memoria, proyecto transmedia inmersivo dirigido a jóvenes de la Generación Z (18 a 25 años) en Lima Metropolitana, con el objetivo de sensibilizarlos sobre el Alzheimer en adultos mayores.

Por motivos de confidencialidad, el título completo del proyecto puede no ser detallado. No obstante, declaro haber sido informado(a) y haber comprendido el objetivo del estudio.

Además, declaro haber sido informado(a) de lo siguiente:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo que tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sin consecuencias negativas.

- He sido informado(a) sobre los posibles beneficios, riesgos y/o incentivos asociados a mi participación en el estudio.

- Mis datos personales serán tratados con confidencialidad. Sin embargo, mi nombre y firma formarán parte del presente documento como evidencia del consentimiento informado.

- Los resultados serán en un informe.

-Puedo contactar a Franco Alvarado Girón a través del correo 2022170726@talento.tls.edu.pe o a Francesca Bassallo Arana a través del correo 2022168862@talento.tls.edu.pe para resolver cualquier duda relacionada con mi participación o mis derechos como participante.

Firma del participante: 

Nombre: Ariadna Estrella Escribens Portugal
DNI / CE: 77099572

Perfil:

Nombre: Ariadna Estrella **, Edad:** 21 años**, Ocupación:** Estudiante Universitaria

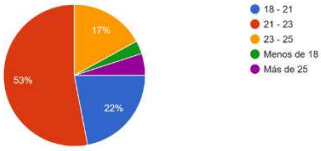
Enlace al audio de la entrevista completa:

https://drive.google.com/file/d/1XFykjOw95Tm9kQozFOGJxR5XK-z7vMm5/view?usp=sharing

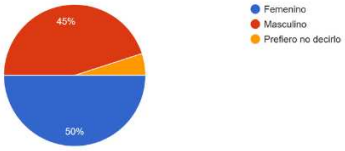
Hallazgos: La participante consideró favorablemente de la propuesta valorando la experiencia, dado que la fusión del trayecto físico y la experiencia VR permite por una parte, entender de un modo más cercano la enfermedad de Alzheimer, y dado que estima que las fotografías, objetos cotidianos o recuerdos rotos fortalecen la inmersión y la conexión emocional con la experiencia. Consideró que la experiencia VR de la etapa de la desorientación era particularmente eficaz para hacer llegar todas las sensaciones relacionadas con el deterioro cognitivo y para favorecer el uso de la empatía hacia la gente con esta enfermedad. A modo de mejora, propuso de ir en la dirección de reforzar el mensaje final de la escena empleando precisamente una narración o una reflexión que permita entender con claridad el mensaje de la escena final.

6.1.3 Evidencia de Encuesta N°3

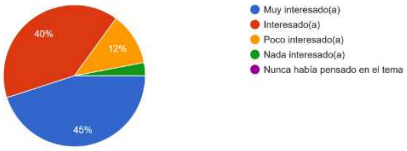
Edad
100 respuestas



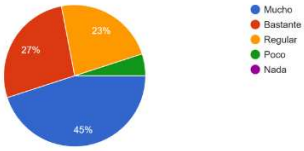
Género
100 respuestas



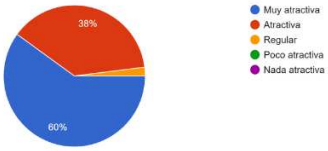
¿Qué nivel de interés tienes sobre temas relacionados con el Alzheimer, la memoria y la salud de los adultos mayores?
100 respuestas



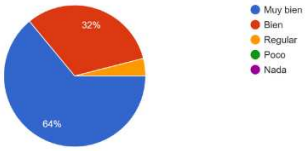
¿Qué tanto te interesa participar en experiencias que busquen generar conciencia sobre el Alzheimer mediante realidad virtual?
100 respuestas



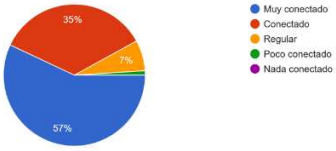
1. ¿Qué tan atractiva te parece la ambientación visual de las salas?
100 respuestas



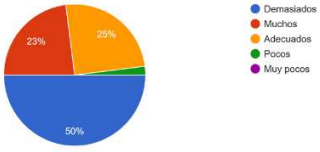
2. ¿Qué tan bien representan las fotografías y objetos el tema de la memoria?
100 respuestas



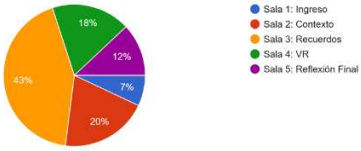
3. ¿Qué tan conectado te sentiste con los espacios mostrados?
100 respuestas



4. ¿Qué tan adecuada te parece la cantidad de elementos visuales presentes en las salas?
100 respuestas



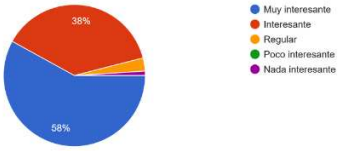
5. ¿Cuál de las salas te parece más interesante?
100 respuestas



6. ¿Qué agregarías o cambiarías para mejorar el espacio físico?
100 respuestas

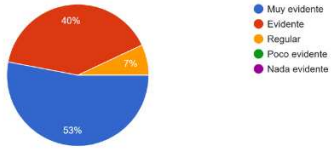
quizás agregaría más espacios para sentarse y reflexionar
Creo que nada, me gusta así tal cual
No le cambiaría nada al espacio físico, hace la experiencia atractiva, me genera expectativa
Que los salones no sean tan oscuros y que no llenen con demasiadas fotos los cuartos.
Todo está súper
Nada, me parece bastante completo y novedoso
me encanta este espacio, es muy atractivo y creo que atrapa desde el ingreso
Música
Me parece genial asi
No le agregaría nada, me parece que los espacios están bien detallados
videos los videos son mejores que las fotos
Todo bien
estaría interesante que la iluminación sea interactiva y tenga otros contraste de colores
que haya un objeto que pueda llevar conmigo como recuerdo
Me parece que el espacio ya transmite bien el mensaje
No cambiaría nada

7. ¿Qué tan interesante te parece la historia presentada en la experiencia VR?
100 respuestas



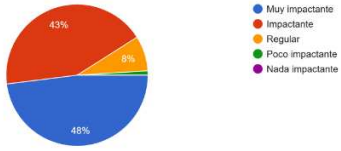
8. ¿Qué tan evidente te parece el deterioro progresivo de la memoria durante la experiencia?

100 respuestas



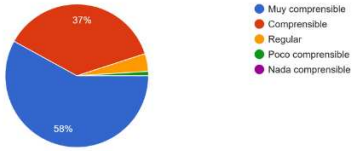
9. ¿Qué tan impactante te parece la escena de desorientación?

100 respuestas



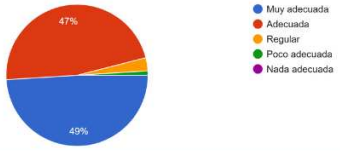
10. ¿Qué tan comprensible te parece la actividad de búsqueda de recuerdos?

100 respuestas



11. ¿Qué tan adecuada te parece la escena final para transmitir el mensaje principal de la experiencia?

100 respuestas



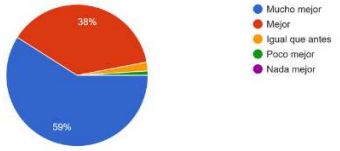
12. ¿Qué agregarías o cambiarías para mejorar la experiencia dentro del VR?

100 respuestas

Nada
Un poco más de efectos cuando se mueven cosas
No siento que le falte algo, me gusta
Creo que nada
No agregaría nada
Me pareció una propuesta envolvente
al igual que el espacio físico, me gusta el tipo de propuesta
La experiencia me parece sumamente atractiva
Los colores y otros objetos
capaz reforzar los sonidos y tener unos mandos VR para interactuar con los elementos
Estoy conforme
Yo la dejaría tal cual
que se enfoque mas en el mensaje final, como: Esto viven miles de personas todos los días informate, reflexiona que sea un cta para todos aquellos que entrando y sin saber nada puedan conectar con sus recuerdos y que teman perder eso.
me parece bien
que los sonidos cambien según hacia dónde mire
Considero que la narrativa está bien construida y mantiene el interés durante todo el recorrido virtual
No haría cambios
Me parece bien
como recorrido me parece buenísimo, capaz le agregaría mas elementos y sonidos desesperantes al momento de la parte de desorientacion
yo lo dejaría así como está, me da ganas de vivir la experiencia
me pareció interesante porque representa de forma comprensible un proceso que suele ser difícil de imaginar
más experiencias
Implementar sonido.

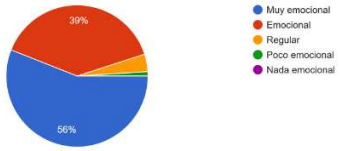
13. Después de observar las propuestas, ¿qué tan bien comprendes el impacto del Alzheimer en la memoria?

100 respuestas



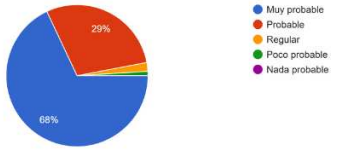
14. ¿Qué tan emocional te parece la propuesta en general?

100 respuestas



15. ¿Qué tan probable sería que recomendaras esta experiencia a otra persona?

100 respuestas



Entrevistas - Validación final (Prototipos de alta definición)

Entrevista 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Yo, Patricia Yvonne Mercedes Arana Cuculiza , acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de una investigación relacionada con:

Donde vive la memoria, proyecto transmedia inmersivo dirigido a jóvenes de la Generación Z (18 a 25 años) en Lima Metropolitana, con el objetivo de sensibilizarlos sobre el Alzheimer en adultos mayores.

Por motivos de confidencialidad, el título completo del proyecto puede no ser detallado. No obstante, declaro haber sido informado(a) y haber comprendido el objetivo del estudio.

Además, declaro haber sido informado(a) de lo siguiente:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo que tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sin consecuencias negativas.

- He sido informado(a) sobre los posibles beneficios, riesgos y/o incentivos asociados a mi participación en el estudio.

- Mis datos personales serán tratados con confidencialidad. Sin embargo, mi nombre y firma formarán parte del presente documento como evidencia del consentimiento informado.

- Los resultados serán en un informe.

-Puedo contactar a Franco Alvarado Girón a través del correo 2022170726@talento.tls.edu.pe o a Francesca Bassallo Arana a través del correo 2022168862@talento.tls.edu.pe para resolver cualquier duda relacionada con mi participación o mis derechos como participante.

Firma del participante: 

Nombre: Patricia Yvonne Mercedes Arana Cuculiza
DNI / CE: 09341108

Perfil:

Nombre: Patricia Arana (Tricy) **, Edad:** 53 años**, Ocupación:** Coach ontológica

Enlace al audio de la entrevista completa:

https://drive.google.com/file/d/1uE4lfLPg8X2HL6ImugvjtTMX6b5JDJG2/view?usp=sharing

Hallazgos: La entrevistada validó el proyecto socialmente, indicando que las experiencias inmersivas permiten pasar del "sé que esto existe" al "puedo imaginar cómo se siente", y apoyó el enfoque preventivo considerando que los comportamientos discriminatorios surgen como producto de la ignorancia y no de la maldad. Consideró que la estructura narrativa era emocionalmente coherente, recomendando cuidar los tiempos de las transiciones e incrementar la esperanza por encima de la pérdida, insertar momentos de ternura y de reconocimiento para que el visitante salga consciente y más humano, no desde la culpa. Propuso hacer una evaluación del impacto a través del cambio de intención del comportamiento a partir de preguntas como, ¿qué acción concreta harías de una forma diferente a partir de hoy?, y para evitar caer en el sensacionalismo recomendó poner a la persona antes que la enfermedad, presentar su historia e identidad. Sugirió que la reflexión final empezará con una pregunta abierta como ¿qué personas importantes merecen ser recordadas hoy? pero también incorporar testimonios reales, momentos de pausa durante el recorrido y una invitación concreta al encuentro intergeneracional. Para finalizar afirmó que el proyecto vale la pena ya que no solamente informa sino que también desarrolla empatía, que es una capacidad fundamental en la actualidad, pero siempre y cuando haya un equilibrio entre información, sensibilidad y humanidad, señalando la limitación de pensar que una experiencia únicamente provoca cambios; pues la transformación, según ella, sólo se va generando en conversaciones y reuniones posteriores.

Entrevista 2

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Yo, **Katherine Jeaneth Ramos Sinarahua** , acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de una investigación relacionada con:

Donde vive la memoria, proyecto transmedia inmersivo dirigido a jóvenes de la Generación Z (18 a 25 años) en Lima Metropolitana, con el objetivo de sensibilizarlos sobre el Alzheimer en adultos mayores.

Por motivos de confidencialidad, el título completo del proyecto puede no ser detallado. No obstante, declaro haber sido informado(a) y haber comprendido el objetivo del estudio.

Además, declaro haber sido informado(a) de lo siguiente:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo que tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sin consecuencias negativas.

- He sido informado(a) sobre los posibles beneficios, riesgos y/o incentivos asociados a mi participación en el estudio.

- Mis datos personales serán tratados con confidencialidad. Sin embargo, mi nombre y firma formarán parte del presente documento como evidencia del consentimiento informado.

- Los resultados serán en un informe.

-Puedo contactar a Franco Alvarado Girón a través del correo 2022170726@talento.tls.edu.pe o a Francesca Bassallo Arana a través del correo 2022168862@talento.tls.edu.pe para resolver cualquier duda relacionada con mi participación o mis derechos como participante.

Firma del participante: 

Nombre: **Katherine Jeaneth Ramos Sinarahua**
DNI / CE: 71752635

Perfil:

Nombre: Katherine Ramos **, Edad:** 28 años**, Ocupación:** Psicóloga

Enlace al audio de la entrevista completa:

https://drive.google.com/file/d/1XPVl30T-CbqN9wCmTMg4t8xllL5ZSQ_Z/view?usp=sharing

Hallazgos: La especialista dió una validación positiva a la propuesta, calificándola como acertada e interesante al destacar el uso de tecnologías inmersivas que logran generar una comprensión emocional más profunda en jóvenes, ya que conectan mejor con lo que ven y experimentan. Respecto al espacio físico, señaló que su estructura es coherente desde una perspectiva psicológica, ya que guía al usuario desde un entorno familiar hacia escenarios distorsionados que activan memorias autobiográficas y conexiones afectivas. En cuanto a la experiencia de realidad virtual, considera que transmite de manera simbólica la desorientación y fragmentación de la memoria que viven las personas con Alzheimer, generando episodios de confusión e incertidumbre. La entrevistada afirmó que esta inmersión facilita el desarrollo de empatía no solo hacia la persona que padece esta enfermedad, sino también hacia su entorno familiar, y como sugerencias de mejora recomendó la incorporación de testimonios reales de familiares para fortalecer la conexión emocional durante el recorrido. Como sugerencia adicional, propuso incluir un espacio final con orientación sobre cómo acompañar a una persona con Alzheimer, brindando herramientas para actuar de manera más empática.

Entrevista 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Yo, **Camila Alejandra Olivet Jara** , acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de una investigación relacionada con:

Donde vive la memoria, proyecto transmedia inmersivo dirigido a jóvenes de la Generación Z (18 a 25 años) en Lima Metropolitana, con el objetivo de sensibilizarlos sobre el Alzheimer en adultos mayores.

Por motivos de confidencialidad, el título completo del proyecto puede no ser detallado. No obstante, declaro haber sido informado(a) y haber comprendido el objetivo del estudio.

Además, declaro haber sido informado(a) de lo siguiente:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo que tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sin consecuencias negativas.

- He sido informado(a) sobre los posibles beneficios, riesgos y/o incentivos asociados a mi participación en el estudio.

- Mis datos personales serán tratados con confidencialidad. Sin embargo, mi nombre y firma formarán parte del presente documento como evidencia del consentimiento informado.

- Los resultados serán en un informe.

-Puedo contactar a Franco Alvarado Girón a través del correo 2022170726@talento.tls.edu.pe o a Francesca Bassallo Arana a través del correo 2022168862@talento.tls.edu.pe para resolver cualquier duda relacionada con mi participación o mis derechos como participante.

Firma del participante: 

Nombre: **Camila Alejandra Olivet Jara**
DNI / CE: 72885202

Perfil:

Nombre: Camila Olivet**, Edad:** 21 años**, Ocupación:** Estudiante Universitaria

Enlace al audio de la entrevista completa:
https://drive.google.com/file/d/1t_hfiO4Y5pfTIolkygQW65XX4dzcuLZu/view?usp=drive_link

Hallazgos: La usuaria manifestó curiosidad inicial por las fotografías y objetos del espacio físico, identificando la sala 3 como el espacio de mayor conexión emocional por su similitud con recuerdos familiares. Señaló que la sala 2 le genera incomodidad al comprender el impacto del Alzheimer como ‘‘olvidar de a pocos’’. Validó la sala de reflexión como cierre adecuado, destacando que el libro de mensajes permite proyectar vivencias personales. En la experiencia VR, mencionó sentir nervios iniciales y miedo durante la desorientación, aunque con curiosidad por tratarse de una vivencia desconocida. Recomendó incorporar sonidos familiares adicionales (como risas, platos en movimiento) para que refuerce la inmersión. Finalmente, calificó la experiencia como dinámica y afirmó que la recomendaría con amigos por considerarla ‘‘enriquecedora’’ para comprender el Alzheimer y generar una mayor empatía.

6.2. Anexo 2: Declaración de uso de IA

El presente proyecto de innovación, en coherencia con las pautas académicas relativas al uso ético y a la buena práctica en investigación, manifiesta el uso responsable de las herramientas IA generativas como parte del proceso de generación y redacción de la obra. Las tecnologías utilizadas fueron ChatGPT y Gemini, que participaron a lo largo del proceso de trabajo, en todo momento bajo el control y la apreciación crítica de los autores.

En la fase de idea/fase de diseño, dichas herramientas han ayudado a la generación de imágenes conceptuales de los prototipos de baja y alta definición en el espacio físico y en el entorno de realidad virtual. Se ha podido avanzar más rápidamente para mostrar las imágenes representativas y las historias que mejor describen los ambientes, la distribución de objetos evocadores y la transición emocional del recorrido inmersivo. Las imágenes generadas no fueron utilizadas como tales a la vez como documentos que pudieran ser directamente incorporados al informe, sino que las imágenes generadas se utilizaban como referencia visual para guiar el desarrollo de los diseños finales que fueron elaborados por los autores basándose en los criterios conceptuales y narrativos definidos para el proyecto.

Igualmente, estas herramientas fueron utilizadas para la revisión y mejora de la redacción de partes del informe, poniendo énfasis en la mejora de la corrección de las puntuaciones, la sintaxis del texto y la coherencia estilística. La ayuda se limitó a cuestiones

formales y de estilo, de ningún modo implicó la alteración del contenido sustantivo, de los hallazgos, de los argumentos y de las conclusiones del trabajo, los cuales son de propiedad exclusiva de los autores.

Antes de la incorporación de cualquier material generado o sugerido desde la inteligencia artificial, se procedió a un proceso estricto de validación. Cualquier propuesta, ya sea de imagen, redacción o que hace referencia a la estructura, fue contrastada con la bibliografía consultada, los datos recogidos en la etapa de experimentación y con los objetivos planteados a partir de la formulación del proyecto. Los autores revisaron, modificaron y, en su caso, reescribieron enteramente las contribuciones facilitadas desde la IA, de tal manera que la información final surgiera fiel a los hallazgos de la investigación y al valor que habían propuesto. En ningún caso se utilizó la inteligencia artificial como vehículo para generar conocimiento nuevo, para la interpretación de los datos o como sustitución del criterio fundamentado de las personas que investigan.

Por lo tanto, se sostiene que emplear esta tecnología ha sido la ayuda técnica y operativa que se ha dado dentro del proceso de ideación y edición, bajo el control de la verificación humana y atendiendo a los principios de honestidad académica y originalidad que rigen este trabajo.