ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

La transmedia como estrategia socioeducativa y modelo de intervención para mitigar el bullying y fortalecer la identidad adolescente en entornos digitales

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

PRESENTADA POR

Krissthofers Justin Tapia Oscco
DNI: 70578582, Perú

ASESOR

Jordan Shiro Guillermo Ccoiso Velez de Villa
DNI: 73940826, Perú
ORCID: 0009-0005-7496-9900

JURADO

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

Lima, septiembre 2026

2 entregaLA TRANSMEDIA COMO ESTRATEGIA SOCIOEDUCATIVA Y MODELO DE INTERVENCI%C3%93N PAR...

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614713315

Fecha de entrega
16 ago 2026, 3:20 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 ago 2026, 9:02 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
2 entregaLA TRANSMEDIA COMO ESTRATEGIA SOCIOEDUCATIVA Y MODELO DE INTERVENCIÓN P....pdf

Tamaño del archivo
6.5 MB

64 páginas

9713 palabras

56.409 caracteres

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo, en primer lugar, a mis padres, Luz y William, por estar siempre a mi lado, por apoyarme en cada etapa de este camino y por darme la fuerza necesaria para seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Gracias por confiar en mí y por acompañarme durante toda esta carrera.

También quiero dedicarlo a mi mascota Peluchín, que aunque no pueda entender todo lo que significa este logro, estuvo presente en muchos de mis momentos de estrés, cansancio y desvelo, siendo una compañía que siempre me sacaba una sonrisa.

Finalmente, quiero agradecer a todas las personas que estuvieron presentes durante estos años, a quienes me brindaron su apoyo, un consejo, una palabra de ánimo o simplemente estuvieron ahí cuando lo necesité. Cada una de esas personas aportó de alguna manera para que pudiera llegar hasta aquí.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. 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: 3

2. Descripción de la innovación **5**

2.1. Planteamiento del Problema 5

2.2. Población beneficiaria 7

2.3. Objetivo(s) del proyecto 9

2.4. Marco referencial 9

2.5. Proceso creativo y experimentos 11

2.5.1. Información sobre el usuario(s) 11

2.5.2. Información sobre el Mercado 17

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor 18

2.5.4. Diseño de producto/servicio 23

2.5.5. Modelo de Negocio 24

Propuesta de Valor 24

Segmento de clientes 25

Relación con los clientes 25

Flujo de ingresos 26

Actividades clave 27

Recursos clave 27

Aliados clave 28

Estructura de costos 28

2.5.6. Resultados esperados 30

3. Estimación de costos **46**

4. Conclusiones y Resoluciones **51**

Referencias (formato APA) **53**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadísticas clave de la validación 41

Tabla 2 Métricas de participación y confianza 44

Tabla 3 Resumen de validación de hipótesis 46

Tabla 4 Inversión inicial del proyecto 47

Tabla 5 Costos fijos mensuales 48

Tabla 6 Costos de desarrollo de contenidos transmedia 49

Tabla 7 Costos por colegio atendido (implementación) 50

Tabla 8 Costos de lanzamiento y marketing 51

Tabla 9 Resumen de costos – primer año 51

Tabla 10 Estructura de ingresos y rentabilidad 52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de análisis de problemas 6

Figura 2 Mapa de Actores 8

Figura 3 y 4 Arquetipo de usuario y Mapa de Empatía 16

Figura 5 y 6 Ruta de Conceptualización y Propuesta de Valor 22

Figura 7 Tablero Business Model Canvas 29

Figura 8 Wireframes de la serie web interactiva (baja fidelidad) 33

Figura 9 Mockups de los filtros de Instagram (baja fidelidad) 34

Figura 10 Storyboard del bot de Discord (baja fidelidad) 35

Figura 11 Maqueta del mapa de emociones (baja fidelidad) 35

Figura 12 Serie web interactiva versión conceptual en Twine 36

Figura 13 Filtros de Instagram – versión conceptual en Spark AR 37

Figura 14 Mapa de emociones digital – versión conceptual 38

Figura 15 Cartas "Si yo fuera..." – versión conceptual 39

1. Información General

1.1. Título del Proyecto de Innovación

La transmedia como estrategia socioeducativa y modelo de intervención para mitigar el bullying y fortalecer la identidad adolescente en entornos digitales.

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

Actualmente vivimos inmersos en una cultura digital que cambió por completo las reglas de cómo nos relacionamos. Para los adolescentes, las pantallas y las redes sociales ya no son solo entretenimiento; son el terreno exacto donde construyen quiénes son. El problema es que este mismo espacio abrió la puerta a violencias mucho más sofisticadas. El cyberbullying es el mejor ejemplo. Hablamos de ataques intencionales, repetitivos y agresivos a través de medios digitales, pensados exclusivamente para lastimar (UNAM, 2017). Lo que hace tan destructivo a este fenómeno es la mezcla de anonimato, la velocidad con la que se viraliza todo y el hecho de que en internet casi nada se borra. Todo esto termina destrozando la salud emocional de quienes lo sufren. Lejos de ser casos aislados, el acoso virtual es hoy una plaga en las aulas. Y ojo, no respeta edades: la incidencia es altísima incluso entre universitarios (Dorantes et al., 2018). Estar hiperconectados tiene un precio altísimo en términos de exposición. Las consecuencias están documentadísimas: picos de ansiedad, depresión severa, aislamiento y hasta conductas de riesgo extremo (Hinduja & Patchin, 2010; Gini & Espelage, 2014). Al final del día, esta violencia no solo arruina el clima escolar. Rompe por completo el proceso natural de los chicos para descubrir su propia identidad. Usar métodos anticuados para combatir esto ya no sirve. Necesitamos estrategias que hablen el mismo idioma digital que los jóvenes.

Justo ahí entra en juego la narrativa transmedia. Pensémoslo como una herramienta socioeducativa muy potente: nos permite conectar distintas plataformas —podcasts, videos, redes sociales, formatos interactivos— para crear una experiencia donde los chicos no sean solo espectadores, sino que participen y reflexionen. La idea no es darles un sermón sobre lo malo que es el acoso. Se trata de inyectar empatía, respeto y ayudarlos a forjar una identidad digital sana desde adentro. Precisamente por eso, este proyecto de tesis plantea usar la transmedia como un modelo de intervención real. El objetivo es doble: frenar el acoso en línea y blindar la identidad de los adolescentes. ¿Cómo lo haremos? Creando un ecosistema de contenidos narrativos repartidos en varias plataformas. Queremos que los estudiantes se involucren, que cuestionen críticamente la violencia digital que ven a diario. A la par, buscamos abrir espacios seguros donde puedan apoyarse entre ellos y aprender a usar sus redes con responsabilidad. La apuesta de esta investigación es clara: cruzar tecnología, educación y comunicación para crear una alternativa fresca. Queremos enfrentar el ciberbullying no solo apagando incendios cuando ya ocurrieron, sino desde la prevención y la formación. Si logramos esto, estaremos dándoles a los adolescentes las herramientas que realmente necesitan para crecer seguros en plena era digital.

Key words

Transmedia, narrativa transmedia, estrategia socioeducativa, intervención educativa, cyberbullying, cultura digital, identidad adolescente

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación:

Nuestra sociedad está atravesada hasta la médula por lo digital. Para los adolescentes, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son prácticamente una extensión de su vida diaria. Los celulares y las redes sociales no solo cambiaron la forma en que hablan entre ellos; reconfiguraron por completo cómo socializan y cómo arman su propia identidad (Castells, 2002; Lévy, 2007). Hoy, un joven no se sienta a ver contenido pasivamente. Lo crea, lo mezcla y lo comparte, inventando nuevas reglas para interactuar. Pero este escenario hiperconectado trajo sus propios monstruos. El cyberbullying o acoso digital es el más visible de ellos. Se trata de ataques repetitivos, agresivos y totalmente intencionados a través de pantallas, con el único fin de destruir al otro (INEGI, 2016; UNAM, 2017). Lo que vuelve a esta violencia tan letal es que el agresor se esconde en el anonimato y el contenido se viraliza a una velocidad incontrolable. El golpe para la víctima es brutal. Hablamos de secuelas gravísimas: picos de ansiedad, depresión profunda, aislamiento social y, en los peores escenarios, riesgo de suicidio (Hinduja & Patchin, 2010; Gini & Espelage, 2014). Para el sistema educativo, esto es una bomba de tiempo. El acoso virtual no solo envenena el clima en las aulas, sino que quiebra el desarrollo emocional de los chicos justo cuando están definiendo quiénes son. La evidencia es clarísima: la incidencia de estos ataques en los colegios y en las redes que usan los alumnos está por las nubes (Dorantes et al., 2018). Y la ecuación es simple: a mayor cantidad de horas en internet, mayor es el nivel de exposición al peligro. Por eso, urgen medidas de prevención que realmente funcionen (OECD, 2017). Seguir aplicando los métodos educativos de siempre ya no tiene sentido. Hay que cambiar el enfoque y buscar herramientas que vibren en la misma frecuencia digital que los estudiantes. Es aquí donde la narrativa transmedia entra en escena como una opción brillante. Al

fragmentar una historia y contarla a través de distintas plataformas, logramos que los usuarios dejen de ser espectadores y pasen a participar activamente, logrando un aprendizaje que de verdad les importe. Justamente, este proyecto de innovación pone sobre la mesa a la transmedia como una estrategia socioeducativa clave. El objetivo es doble: frenar el acoso en línea y blindar la identidad de los adolescentes. ¿La táctica? Crear un ecosistema de contenidos narrativos repartidos en varios medios digitales. Queremos tocar fibras sensibles sobre el daño real que causa el cyberbullying, sembrando empatía y respeto para que los jóvenes construyan una huella digital sana y positiva. A la par, la propuesta busca abrir espacios donde los chicos puedan debatir y cuestionar lo que hacen en internet. La idea es que tomen las riendas y se conviertan en agentes de cambio dentro de su propia escuela. Así, el proyecto no solo ataca un problema urgente, sino que lo hace hablando el idioma nativo de esta generación. En definitiva, apostar por un modelo de intervención transmedia es cruzar la frontera entre educación, comunicación y tecnología. Es una jugada innovadora y necesaria para prevenir la violencia virtual y, sobre todo, para formar adolescentes mucho más críticos, responsables y seguros de sí mismos en el mundo digital

2. Descripción de la innovación

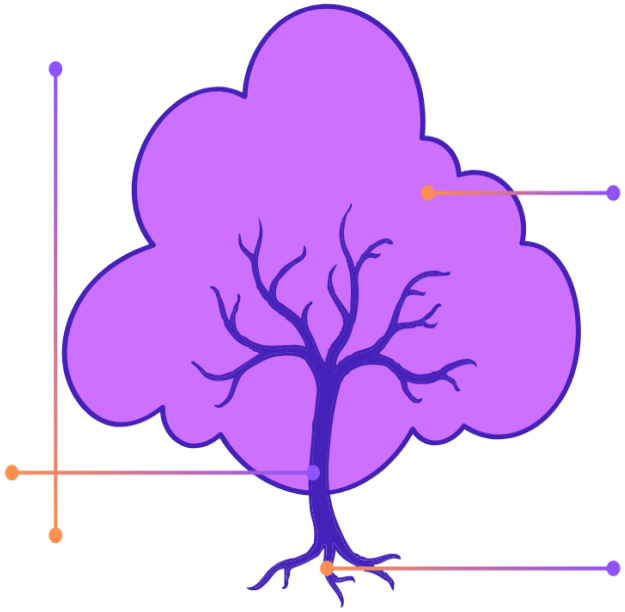
2.1. Planteamiento del Problema

El entorno actual de los adolescentes se caracteriza por una exposición cada vez mayor a dinámicas sociales complejas, en las que los fenómenos relacionados con conductas violentas y el daño psicológico han influido significativamente en el desarrollo de la identidad. Según el portal SiSeVe del Ministerio de Educación (Minedu), se han registrado más de 10 mil casos de violencia escolar a nivel nacional en el año 2025. Este problema es consecuencia de diversos factores, entre los que se incluyen la influencia del bullying, la necesidad de ser aceptado por los compañeros, la falta de educación socioemocional y el uso intensivo de las redes sociales, donde se perpetúan y refuerzan los comportamientos discriminatorios y los modelos de identidad poco realistas. Elena Trabajo Jarillo (2025) concluye que el bullying es un ejercicio de dominación que refleja sistemas de discriminación interseccional, diseñados para mantener estereotipos, valores hegemónicos y desigualdades sociales en el marco escolar. Como resultado, muchos adolescentes desarrollan inseguridad, baja autoestima, dificultades en sus relaciones interpersonales y una tendencia a normalizar la violencia o la desigualdad, lo que repercute negativamente en su bienestar emocional y social. Además, estos comportamientos afectan al ambiente escolar, creando entornos inseguros y poco inclusivos que obstaculizan el desarrollo integral de los alumnos. Con todo esto en cuanto a la problemática, el proyecto de innovación se encuentra relacionado con el ODS 4: Educación de Calidad y el ODS 10: Reducción de Desigualdad.

Mayor presión social → Mayor ocultamiento de identidad y bullying

PROBLEMA

Normalización del bullying digital y la presión social en adolescentes que los obliga a ocultar su identidad real detrás de una “máscara social”



EFECTOS

- Pérdida de identidad
- Aumento del bullying psicológico y simbólico
- Problemas de salud mental
- Relaciones sociales tóxicas
- Viralización del daño
- Normalización de conductas violentas

CAUSAS

- Presión por aceptación social
- Dependencia de la validación digital
- Machismo y masculinidad frágil
- Falta de espacios de comunicación emocional
- Cultura del silencio
- Exposición constante en redes

Figura 1 Árbol de análisis de problemas

2.2. Población beneficiaria

La población beneficiaria de este proyecto está conformada por adolescentes entre los 14 y 17 años de edad que cursan el nivel de educación secundaria en instituciones educativas privadas. Este grupo se encuentra en una etapa clave del desarrollo personal y social, en la cual la construcción de la identidad, la necesidad de pertenencia y la influencia del entorno adquieren un papel determinante. En el caso de los colegios privados, los estudiantes suelen tener mayor acceso a recursos tecnológicos y una alta exposición a redes sociales, lo que intensifica dinámicas como la presión social, la comparación constante, la reproducción de estereotipos de género y la manifestación de conductas asociadas al bullying. La tecnología forma parte esencial del día a día juvenil, favoreciendo relaciones, ocio, emociones positivas, pero también riesgos y conductas problemáticas; la falta de supervisión parental efectiva, junto a un bajo control, incrementa comportamientos de riesgo y problemas emocionales en los adolescentes (Verónica López y Esperanza Espino, 2026). El uso de las redes sociales, es decir, todo lo que se publica en un espacio virtual, es parte de nuestra intimidad, donde ponemos expuesta una parte de nuestra vida; es aquí donde los agresores obtienen ventaja al momento de atacar a los estudiantes (A Trávez Brazales, 2022). Asimismo, estas instituciones, si bien cuentan con mayores recursos educativos, no están exentas de problemáticas relacionadas con la convivencia escolar y la salud socioemocional de los estudiantes, lo que evidencia la necesidad de enfoques innovadores que complementen la formación tradicional. En este sentido, el proyecto busca beneficiar directamente a los adolescentes mediante el desarrollo de espacios de reflexión crítica sobre sus conductas y formas de relacionarse, utilizando la moda como herramienta de expresión e identidad. De manera indirecta, también se beneficiarán docentes y miembros de la comunidad educativa, quienes podrán

incorporar estrategias más dinámicas y significativas para abordar estas problemáticas, contribuyendo a la construcción de entornos escolares más inclusivos, empáticos y conscientes.

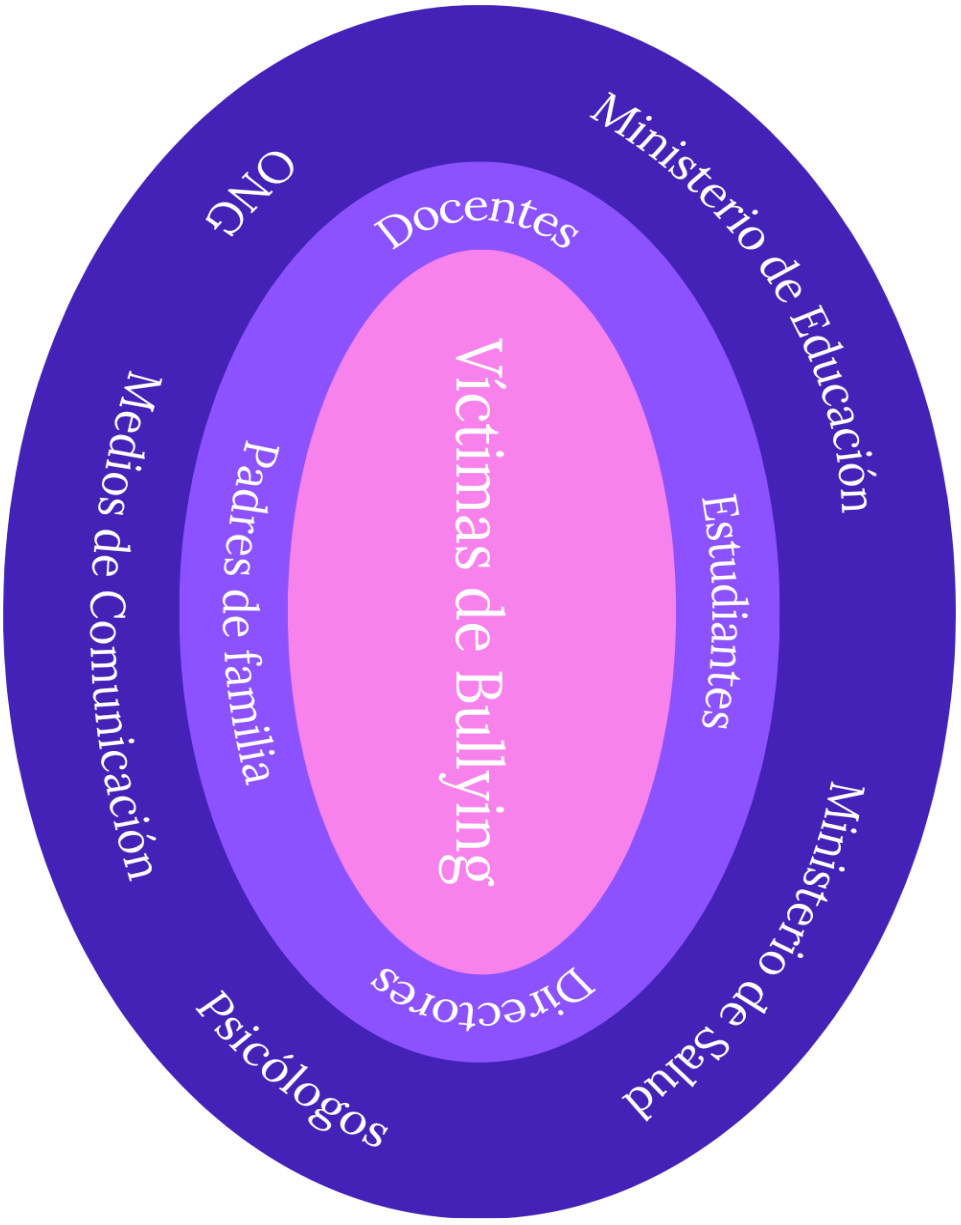


Figura 2 Mapa de Actores

2.3. Objetivo(s) del proyecto

Desarrollar un proyecto transmedia dirigido a adolescentes que, a través de diversas plataformas narrativas y digitales, incentive la reflexión crítica sobre problemáticas sociales como el bullying, la presión social y la identidad, con el fin de generar transformaciones positivas en sus actitudes, comportamientos y relaciones interpersonales.

2.4. Marco referencial

En los últimos años, diversas investigaciones han puesto en evidencia la relevancia de abordar problemáticas sociales en la adolescencia, tales como el bullying y la construcción de la identidad, debido a su impacto en el desarrollo socioemocional y en la calidad de las relaciones interpersonales. Estas problemáticas se han visto intensificadas por el auge de los entornos digitales y las redes sociales, los cuales amplifican tanto las interacciones positivas como las conductas de riesgo. El cyberbullying se produce a través de las redes sociales y puede consistir en la difusión de información falsa, mensajes abusivos, suplantación de identidad y acoso sexual. Puede causar graves daños mentales, emocionales y físicos, como ansiedad, depresión, insomnio, dolores de estómago y, en casos extremos, pensamientos suicidas (UNICEF, 2026). La identidad digital es un elemento fundamental en el desarrollo adolescente, influenciada por aspectos sociales, emocionales y tecnológicos. Las redes sociales sirven como espacios para la autoexpresión y la validación del “yo”, donde la búsqueda de reconocimiento y la exposición continua favorecen la construcción de la autoimagen, pero también pueden incrementar la vulnerabilidad emocional y la dependencia de la aprobación externa (Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo, 2026). En este contexto, nuestro proyecto

de innovación consiste en conectar con las generaciones más jóvenes mediante estrategias de comunicación adaptadas a sus hábitos de consumo de medios. Entre ellas destaca la narración transmedia, ya que permite crear experiencias narrativas que se extienden a través de múltiples plataformas, fomentando la participación activa de los usuarios y un mayor nivel de implicación con el contenido. Herramientas como el storytelling son efectivas para sensibilizar sobre el bullying en el ámbito escolar, permitiendo el reconocimiento de sus diferentes tipos y promoviendo actitudes responsables en los futuros docentes, así logrando fortalecer la empatía y el sentido de responsabilidad en los estudiantes, destacando la importancia de diseñar mensajes que conecten emocionalmente con la audiencia (Ana Lucía Cusman y Eliana Gallardo, 2024). El medio audiovisual es vital por la incorporación de metodologías activas y recursos pedagógicos que respondan a las necesidades, intereses y peculiaridades del alumnado. La imagen en movimiento, que destaca por su expresividad visual y sonora, es una herramienta pedagógica muy útil para abordar en el aula cuestiones éticas y emocionales, especialmente en secundaria, una etapa clave en el desarrollo identitario del alumnado. Asimismo, puede intervenir de manera significativa en la creación de reflexión crítica y compromiso social (Héctor Blanco Ayllón, 2025). Un ejemplo de un proyecto transmedia como herramienta narrativa es la serie documental BackUp, que representa un modelo innovador de periodismo digital basado en la narrativa transmedia, y combina estructuras lineales y fragmentadas con recursos multimedia adaptados a plataformas móviles, especialmente redes sociales. Esta estrategia permitió una experiencia informativa dinámica, participativa y personalizada, y se aleja de formatos inmersivos complejos para priorizar la expansión narrativa y la interacción del usuario. De este modo, BackUp no sólo redefine los parámetros de la narrativa digital, sino que también establece nuevas

pautas para la creación de contenidos informativos transmedia que logran captar y mantener el interés de audiencias jóvenes y móviles, a la vez que cumplen una función educativa y de servicio público en la prevención de riesgos digitales. Además, el estudio señala la importancia de continuar investigando la recepción y participación de las audiencias para profundizar en el impacto de estas narrativas (Sara González-Fernández, 2025).

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1. Información sobre el usuario(s)

Los usuarios representan a adolescentes de contextos urbanos populares que enfrentan situaciones constantes de ciberacoso, exclusión social y presión para encajar tanto en espacios físicos como en digitales. Aunque cuentan con acceso limitado a tecnología e internet, las redes sociales ocupan un lugar central en su vida cotidiana, ya que funcionan como espacios de entretenimiento, interacción social y construcción de identidad. Plataformas como TikTok, Instagram, WhatsApp o Discord les permiten seguir tendencias, compartir contenido creativo y encontrar comunidades con las que se sienten identificados. Sin embargo, estas mismas plataformas también se convierten en escenarios donde las burlas, los comentarios ofensivos y la humillación pública se normalizan y, muchas veces, se disfrazan de “humor” o entretenimiento. El uso excesivo y problemático de estas plataformas está asociado con daño cognitivo, desarrollo socioemocional deficiente, obesidad, trastornos del sueño, depresión, ansiedad y conductas de riesgo, incluso conductas autolesivas y suicidio (Maite Garaigordobil, 2025). En el entorno escolar, los usuarios perciben dinámicas sociales marcadas por la exclusión y la necesidad de pertenecer a determinados grupos. Experimentan inseguridad debido a críticas relacionadas con su forma de hablar, vestir, actuar o expresarse, especialmente cuando estas características reflejan su

identidad cultural y social. Esto genera sentimientos de vergüenza, frustración y miedo al rechazo, provocando que muchas veces prefieran mantenerse en silencio o adoptar actitudes discretas para evitar convertirse en objeto de burlas. A pesar de ello, existe una fuerte necesidad de autenticidad, ya que no desean cambiar quiénes son únicamente para ser aceptados por los demás. La tensión entre encajar socialmente y conservar su identidad personal se convierte en uno de los conflictos emocionales más importantes dentro de su experiencia cotidiana. Otro hallazgo relevante es la percepción de desconexión entre los adolescentes y las figuras adultas o institucionales encargadas de abordar el problema del ciberacoso. Los usuarios sienten que muchos docentes y autoridades minimizan estas situaciones, interpretándose como bromas o conflictos propios de la edad, sin comprender el impacto emocional que tienen en quienes las viven. Como consecuencia, desarrollan desconfianza hacia los mecanismos de ayuda y evitan denunciar por miedo a no ser escuchados, ser juzgados o empeorar la situación. Además, consideran que las campañas escolares tradicionales sobre bullying suelen ser genéricas, moralistas y poco relacionadas con la realidad digital actual, por lo que no logran generar identificación ni interés entre los estudiantes. La relación y confianza entre familia y adolescentes, junto con alternativas de ocio en el mundo real, son fundamentales para crear un entorno digital saludable y la coordinación con el sistema educativo debe fortalecer la resiliencia digital y reducir conductas de riesgo (Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo, 2026). Las redes sociales representan un espacio contradictorio para los usuarios. Por un lado, son un medio donde pueden expresarse con mayor libertad, mostrar aspectos creativos de su personalidad y conectar con personas afines a sus intereses. En internet encuentran una sensación de pertenencia y visibilidad que muchas veces no experimentan en su entorno presencial. Sin embargo,

también sienten miedo constante a la exposición pública y al juicio social, ya que cualquier publicación puede convertirse en motivo de crítica o viralización negativa. Esto provoca que autocensuren ciertos contenidos, piensen excesivamente antes de publicar y limiten su manera de expresarse para protegerse emocionalmente. Las redes sociales se han convertido en espacios centrales para la socialización juvenil, con un uso intensivo diario que altera patrones de interacción social, como casi el 90% de jóvenes están en línea varias veces al día. Sin embargo, el uso excesivo se relaciona con problemas psicosociales como ciberacoso, que afecta emocional, social y académicamente a las víctimas, con una prevalencia de 1 de cada 5 jóvenes siendo víctima anualmente (David Aparisi, Ignasi Navarro, Manuel Torrecillas, Beatriz Delgado & María Carmen Martínez Monteagudo; 2025). El impacto del bullying digital no solo afecta su autoestima, sino también su confianza, su sentido de identidad y su capacidad para relacionarse de forma segura en espacios digitales. Finalmente, los usuarios evidencian una necesidad clara de experiencias y propuestas más cercanas, participativas y representativas de la realidad adolescente. Buscan contenidos donde puedan verse reflejados, sentirse comprendidos y participar activamente en soluciones colectivas frente al ciberacoso. Las narrativas digitales demostraron ser una herramienta pedagógica y de investigación valiosa, facilitando espacios seguros para la expresión y promoviendo conciencia sobre las consecuencias del acoso (Natalia Ariza López, Andrés Felipe Díaz Vergara & Glenis Bibiana Álvarez Quiroz; 2025). Prefieren formatos dinámicos, narrativas transmedia, historias reales y espacios colaborativos antes que campañas tradicionales centradas únicamente en advertencias o discursos institucionales. Más que recibir mensajes de protección, desean contar con espacios seguros donde puedan expresarse libremente, fortalecer su identidad y sentirse aceptados sin temor a ser juzgados o excluidos. El

principal insight revela que los adolescentes no solo buscan detener el acoso digital, sino también construir entornos sociales y virtuales donde puedan mostrarse auténticamente sin que sus diferencias sean motivo de rechazo o discriminación.



ALEJANDRA FLORES

PERFIL DE USER PERSONA

- Edad: 16 años
- Nivel socioeconómico: C (bajo-medio). Acceso a internet mediante datos móviles prepago. Comparte un celular gama media con su hermana menor.
- Ciudad: Lima, San Juan de Lurigancho

CONTEXTO FAMILIAR/SOCIAL

- Vive con su madre (vendedora ambulante) y dos hermanos. Padre ausente.
- En el colegio es parte de un grupo pequeño de amigas, pero hay un grupo que la excluye y difunde memes burlándose de su acento y su forma de vestir.
- No ha denunciado el bullying porque en su colegio "las tutorías son solo para llenar fichas". La profesora de comunicación es la única que muestra interés, pero no sabe qué hacer con el ciberacoso.

¿QUÉ LE DUELE Y MOLESTA?

- Que los profesores minimicen el bullying digital como "cosas de chicas" o "problemas de la edad".
- Que las campañas antibullying en su colegio sean afiches genéricos y charlas aburridas.
- Sentirse invisible: su mundo de intereses no aparece en ningún material educativo ni en los contenidos que ve sobre convivencia escolar.
- Que cuando publica algo creativo reciba comentarios hirientes disfrazados de "humor".

MARCAS QUE CONSUME Y REDES SOCIALES

- Redes principales: TikTok (para trends), Instagram (reels y memes), WhatsApp (grupo del salón y del equipo de vóley), Discord (para rolear en comunidades).
- Plataformas de contenido: YouTube (ve tutoriales de maquillaje y series, Spotify.
- Marcas visibles: Usa ropa de emporios comerciales (Gamarra), mochila de "Adidas" no original.

¿QUÉ NECESITA Y ESPERA?

- Contenido transmedia: Una historia distribuida donde los personajes tengan su edad, hablen como ella y enfrenten situaciones reales de bullying limeño.
- Rutas de acción anónimas pero colectivas: Poder participar en la solución sin exponerse.
- Fortalecer su identidad sin miedo: Talleres o narrativas que validen su forma de expresarse sin que la cataloguen como "rara".
- Un modelo de intervención no punitivo: Que el acosador no sea solo expulsado, sino integrado a crear algo positivo (ej. producir un episodio web sobre su propio error).

"En el colegio soy la chica del fondo, pero en mis historias puedo ser quien quiera. No quiero que me salven con un afiche; quiero una aventura donde yo también sea parte del cambio"



Figura 3 y 4 Arquetipo de usuario y Mapa de Empatía

2.5.2. Información sobre el Mercado

El proyecto transmedia Detrás de la Máscara se desarrolla dentro de un contexto caracterizado por el crecimiento sostenido del consumo de contenido audiovisual digital entre adolescentes y la expansión de plataformas como TikTok, Instagram y YouTube, las cuales se han convertido en espacios fundamentales para la interacción social, la construcción de identidad y la búsqueda de validación emocional entre los jóvenes. En este escenario, existe una oportunidad de mercado para propuestas narrativas que combinen entretenimiento e impacto social, especialmente aquellas orientadas a problemáticas contemporáneas como el bullying, la salud mental adolescente, el machismo, la presión social y la exposición digital. El mercado objetivo del proyecto está conformado principalmente por adolescentes entre 14 y 18 años pertenecientes a sectores socioeconómicos medios y medios-altos, particularmente estudiantes de colegios privados urbanos que consumen activamente contenido audiovisual, participan en dinámicas virales y muestran interés por experiencias inmersivas e interactivas. Asimismo, el proyecto considera como público secundario a padres de familia, docentes e instituciones educativas interesadas en contenidos que promuevan la reflexión social y el bienestar emocional juvenil. La demanda potencial del proyecto se sustenta en el creciente interés por producciones audiovisuales juveniles con enfoques psicológicos y sociales, evidenciado en el impacto alcanzado por series como 13 Reasons Why, Euphoria, Elite y Black Mirror, las cuales abordan conflictos emocionales, violencia psicológica y problemáticas vinculadas a la cultura digital contemporánea. No obstante, Detrás de la Máscara busca diferenciarse mediante una estrategia transmedia integral que combina una miniserie audiovisual con contenido interactivo en redes sociales, una página web inmersiva y experiencias presenciales orientadas a generar participación activa y

construcción de comunidad. Entre las principales barreras de entrada se encuentran la alta competencia dentro del ecosistema digital juvenil, la necesidad de inversión técnica y creativa para desarrollar contenido multiplataforma de calidad, así como el tratamiento responsable de temas sensibles relacionados con salud mental y violencia escolar. Sin embargo, el proyecto posee un alcance esperado significativo debido a su capacidad para conectar emocionalmente con las audiencias adolescentes mediante narrativas cercanas a su realidad cotidiana, fomentando no solo entretenimiento, sino también procesos de reflexión, empatía y concientización social sobre las consecuencias de la violencia psicológica, la presión social y la necesidad de aceptación en entornos digitales contemporáneos.

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor

El proyecto Detrás de la Máscara se clasifica dentro de la categoría de proyecto transmedia de ficción psicológica y social, debido a que desarrolla una narrativa expandida a través de múltiples plataformas digitales y experiencias interactivas orientadas al público adolescente. La propuesta combina una miniserie audiovisual con contenido complementario en redes sociales como Tik Tok, Instagram y YouTube, además de una página web interactiva y actividades presenciales que permiten ampliar la experiencia narrativa y fomentar la participación activa de los usuarios. El proyecto se caracteriza por abordar temáticas contemporáneas relacionadas con la salud mental adolescente, el bullying, la presión social, el machismo y la necesidad de validación digital, utilizando una narrativa inmersiva centrada en “The Loop”, una aplicación ficticia que manipula emocionalmente a los estudiantes mediante máscaras simbólicas asociadas a roles de víctima, agresor y espectador. A través de esta construcción narrativa, el proyecto busca generar una experiencia emocional y reflexiva que conecte con las problemáticas reales que

enfrentan los adolescentes dentro de entornos escolares y digitales. El contexto en el que se desarrolla la propuesta corresponde a una sociedad altamente digitalizada donde las redes sociales influyen directamente en la construcción de identidad, autoestima y aceptación social de los jóvenes, especialmente en estudiantes de instituciones educativas privadas pertenecientes a sectores socioeconómicos medios y medios-altos. Asimismo, el proyecto responde a la creciente necesidad de contenidos audiovisuales juveniles que no sólo entretengan, sino que también promuevan conciencia social, empatía y diálogo sobre problemáticas emocionales y conductas dañinas presentes en la actualidad. La propuesta de valor de Detrás de la Máscara radica en ofrecer una experiencia transmedia inmersiva e interactiva que conecta emocionalmente con los adolescentes mediante una narrativa cercana a su realidad social y digital. A diferencia de producciones audiovisuales tradicionales, el proyecto no se limita únicamente al consumo pasivo de una serie, sino que invita a la audiencia a participar activamente en la historia mediante dinámicas digitales, contenido en tiempo real, investigación de pistas y participación en plataformas interactivas relacionadas con el universo narrativo de “The Loop”. La propuesta integra entretenimiento, reflexión social y participación comunitaria con el objetivo de generar conciencia sobre temas como el bullying, la salud mental, la masculinidad frágil, la presión social y la identidad digital. Asimismo, el proyecto busca convertirse en un espacio de representación y diálogo para adolescentes que enfrentan conflictos emocionales vinculados a la exposición en redes sociales y la necesidad de aceptación social. De esta manera, Detrás de la Máscara aporta valor no solo como producto audiovisual innovador, sino también como herramienta de sensibilización social y construcción de empatía, aprovechando el potencial de las plataformas digitales y las

narrativas transmedia para generar impacto emocional, interacción y reflexión dentro de las nuevas generaciones.

Ruta de la Conceptualización

5. **Redacta el concepto (frase clara y convincente)**
Un proyecto transmedia interactiva que usa narrativa digital para explorar cómo la presión social, la identidad y la exposición en redes pueden convertir el dolor adolescente en espectáculo, diseñada para estudiantes de nivel secundaria en instituciones privadas.

4. **Contextualiza**
Se centra en adolescentes de 14 a 17 años en instituciones educativas privadas, con énfasis en el uso responsable de redes sociales y la prevención de conductas dañinas.

3. **Diferencial**
Detrás de la Máscara está diseñado como una experiencia transmedia donde el público interactúa con The Loop mediante redes y contenido en tiempo real. Más allá del entretenimiento, el proyecto busca generar reflexión sobre bullying, salud mental, masculinidad frágil e identidad digital mediante alianzas con colegios y especialistas.

2. **Descríbelo**
En un colegio de élite obsesionado con la reputación digital, tres estudiantes quedan atrapados por The Loop, una app que manipula culpa, violencia y deseo hasta convertirlos en piezas de una competencia psicológica mortal. El proyecto aborda temas como bullying, machismo, presión social e identidad en adolescentes. El objetivo es generar reflexión, empatía y cambios reales en la convivencia y salud mental juvenil.

1. **Clasifícalo**
Proyecto Trasmedia

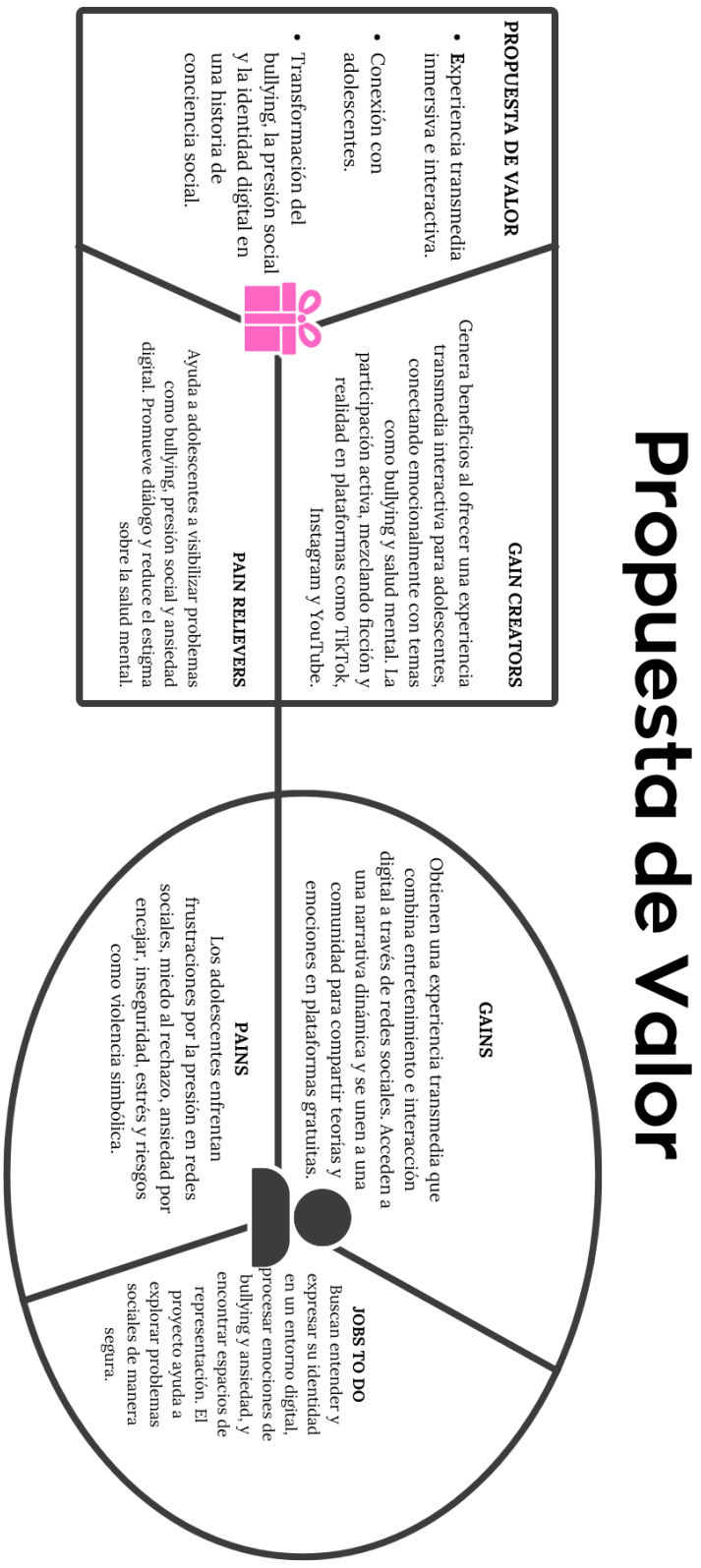


Figura 5 y 6 Ruta de Conceptualización y Propuesta de Valor

2.5.4. Diseño de producto/servicio

El proyecto transmedia Detrás de la Máscara se caracteriza por integrar componentes audiovisuales, digitales e interactivos que permiten desarrollar una experiencia narrativa expandida orientada al público adolescente. La propuesta tiene como eje principal una miniserie de ficción psicológica compuesta por tres episodios, donde una misma historia es narrada desde diferentes perspectivas: la víctima, el agresor y el espectador. A partir de esta narrativa central, el proyecto se expande hacia diversas plataformas digitales como TikTok, Instagram y YouTube, las cuales funcionan como espacios complementarios para profundizar la experiencia del usuario mediante contenido audiovisual breve, publicaciones interactivas, videos promocionales, retos virales, testimonios ficticios de personajes y pistas relacionadas con la aplicación ficticia “The Loop”. Asimismo, el proyecto contempla el desarrollo de una página web interactiva donde los usuarios podrán acceder a contenido exclusivo, descubrir información oculta sobre el universo narrativo, participar en dinámicas de investigación y explorar material relacionado con los personajes y las máscaras. De manera complementaria, la estrategia incluye experiencias presenciales como intervenciones escolares, activaciones temáticas y espacios de debate orientados a promover la reflexión sobre salud mental, bullying y presión social en adolescentes. La mecánica del servicio se basa en la participación activa del usuario dentro de la narrativa transmedia. Los espectadores no solo consumen la miniserie, sino que también interactúan con el contenido digital para descubrir pistas, interpretar mensajes ocultos y construir teorías relacionadas con el origen y funcionamiento de “The Loop”. Esta dinámica busca generar inmersión emocional y fortalecer el vínculo entre la audiencia y la historia, incentivando la continuidad del consumo narrativo a través de múltiples plataformas. Además, la propuesta incorpora estrategias de

engagement digital mediante comentarios, encuestas, retos y participación comunitaria que permiten ampliar el alcance del proyecto y fomentar la interacción entre usuarios. En relación con el triple balance o triple impacto, Detrás de la Máscara presenta una propuesta que articula dimensiones sociales, culturales y económicas. Desde el aspecto social, el proyecto busca generar conciencia sobre problemáticas que afectan a los adolescentes, promoviendo empatía, reflexión y prevención frente al bullying, la violencia psicológica y la presión social digital. En el ámbito cultural, la propuesta contribuye al desarrollo de contenidos audiovisuales juveniles con enfoque crítico y narrativas transmedia innovadoras, fortaleciendo nuevas formas de consumo e interacción digital en el contexto contemporáneo. Finalmente, en el aspecto económico, el proyecto posee potencial de sostenibilidad mediante alianzas con instituciones educativas, festivales audiovisuales, organizaciones vinculadas a salud mental y posibles estrategias de monetización digital relacionadas con contenido exclusivo, campañas interactivas y difusión multiplataforma. De esta manera, Detrás de la Máscara se posiciona como una propuesta audiovisual y transmedia capaz de combinar entretenimiento, participación digital e impacto social dentro del mercado juvenil actual.

2.5.5. Modelo de Negocio

Propuesta de Valor

Crear una consultora especializada en educación llamada Transmedia EduLab. Se trata de ayudar a los colegios privados a ser mejores. La idea es que estos colegios puedan decir con orgullo que son “Escuelas Transmedia Responsables". Esto significa que están comprometidos con prevenir el acoso escolar y ayudar a los adolescentes a encontrar su propia identidad. Esta

metodología promete ayudar a los colegios a crear historias y experiencias digitales que realmente conecten con los adolescentes. Queremos que los colegios puedan enseñar de manera ética y emocionalmente inteligente. Todo esto se hace para que los adolescentes se sientan valorados y seguros.

Segmento de clientes

Este servicio de consultoría está pensado para directores y jefes de psicología de colegios privados de secundaria, que están en Lima Metropolitana (NSE A/B). Son colegios donde se requiere generar más confianza con sus alumnos y padres, haciendo cosas buenas para cuidar la salud emocional de los adolescentes y evitar el acoso escolar.

Canales

Para contactar y atender a los clientes usamos cuatro canales principales:
Página web: para dar información del servicio, beneficios, reservas y pagos.
Instagram / TikTok: para educar, promocionar y atraer gente a la web, mostrando testimonios de adolescentes y casos que sí funcionaron.
Charlas y congresos educativos: para encontrar colegios interesados en el servicio (como Educa Week o el Congreso de Psicología Escolar).
Mailing para colegios: correos con información, tendencias sobre prevención de bullying y oportunidades para mejorar.

Relación con los clientes

Consultoría personalizada y con acompañamiento: Hacemos reuniones con el cliente, ya sea virtual o presencial, para ver cómo está el colegio en temas de bullying e identidad adolescente, y después creamos un manual de implementación transmedia. Otorgamiento del sello: el colegio puede usar el

sello (digital o impreso) en todos sus medios de comunicación como un reconocimiento social. Así se diferencian de la competencia y los padres y adolescentes los pueden identificar más rápido y confiar más en ellos.
Supervisiones periódicas: revisamos sus redes sociales y plataformas digitales, y también hacemos visitas al colegio, para ver si están cumpliendo con lo que pide el sello "Escuela Transmedia Responsable".
Ser parte de una comunidad exclusiva: creamos una comunidad con propósito formada por adolescentes, psicólogos y mediadores, donde se recomiendan colegios responsables que ya usan la metodología. Les damos visibilidad constante para que puedan tener más alumnos y mejor reputación.

Flujo de ingresos

Servicio de consultoría de intervención transmedia: Acompañamos al cliente durante todo el proceso de implementación de la metodología. El costo del manual de implementación va incluido. El precio único es de S/ 10,000 aproximadamente, porque en Perú este tipo de consultorías educativas innovadoras cuestan entre S/ 8,000 y S/ 15,000.
Membresía anual por el sello "Escuela Transmedia Responsable": por usar el sello en sus comunicaciones, cobramos S/ 3,600 al año (S/ 300 al mes). Es un precio similar a otras certificaciones de calidad educativa en el país.
Supervisiones periódicas: Hacemos dos revisiones al año al colegio, después de que ya implementaron la metodología. Es para ver si todo funciona bien y que sigan mereciendo el sello. Cobramos S/ 1,200 al año (S/ 600 por visita), porque incluye revisar las instalaciones y acompañar a los profesores.
Membresía por pertenecer a la comunidad "Teen Transmedia Hub": les cobramos para darles publicidad como "colegio recomendado" en la

comunidad y darles visibilidad constante. El precio es de S/ 1,500 al año, porque incluye pauta publicitaria y la gestión de la comunidad para los colegios afiliados.

Capacitaciones especializadas para docentes: Este servicio es para capacitar a los profesores y psicólogos del colegio. Les enseñamos sobre la metodología transmedia y los lineamientos que deben seguir. Cobramos S/ 800 por taller de 4 horas.

Actividades clave

Primero, evaluamos la situación actual del colegio en cuanto a la convivencia escolar, casos de bullying e identidad adolescente. Luego, creamos un plan de intervención integral que incluye varias herramientas: una serie web interactiva, un bot para Discord, un mapa de emociones y filtros para Instagram. Esto forma parte de nuestro manual de implementación. Después, ofrecemos talleres para profesores y psicólogos del colegio. También realizamos reuniones periódicas de supervisión. Finalmente, administramos la plataforma de nuestra comunidad “Teen Transmedia Hub". Esta puede estar en Discord o en WhatsApp. También creamos contenido para redes sociales que muestra historias de éxito. Esto incluye testimonios de adolescentes y datos sobre la reducción de casos de bullying.

Recursos clave

La metodología de intervención transmedia que hemos desarrollado.

Talento humano: un equipo de diseñadores transmedia, psicólogos especialistas en adolescentes, un community manager y un contador.

Herramientas de diseño: Adobe Creative Suite, Figma, Canva.

Herramientas de gestión:Discord, WhatsApp Business, Trello.

Materiales educativos para capacitar al personal de los colegios.

Aliados clave

Se consideran como aliados clave a los primeros colegios atendidos, ya que servirán como casos demostrativos para mostrar a otros colegios interesados. También a psicólogos escolares y consejeros educativos que trabajen en colegios públicos o privados, para que nos ayuden a validar la metodología y a difundirla entre sus contactos. Asimismo, a ministerios o entidades gubernamentales como el MINEDU (Ministerio de Educación) o la Gerencia Regional de Educación, para que respalden el proyecto y puedan recomendarlo en sus programas de convivencia escolar. Por otro lado, se toman en cuenta alianzas con plataformas educativas como Google for Education o Microsoft Teams, para integrar la metodología transmedia en las herramientas que los colegios ya usan a diario. También nos aliamos con universidades locales que tengan carreras de Psicología, Comunicaciones o Educación, para que sus estudiantes de últimos ciclos puedan hacer prácticas o tesis con nosotros, ayudándonos a implementar el proyecto mientras ellos aprenden. Por último, se pueden formar alianzas con asociaciones de padres de familia (APAFA) de diferentes colegios, para que ellos mismos promuevan la implementación del proyecto y presionen a los directores para que lo contraten.

Estructura de costos

Dentro de los costos, tenemos que considerar los honorarios del equipo (director del proyecto, psicólogo, diseñador transmedia, community manager).

También las suscripciones a softwares profesionales para crear piezas gráficas y prototipos (Adobe Creative Suite, Figma). Además, el marketing digital en redes sociales para posicionar la consultora, el mantenimiento del registro de marca para proteger nuestra propuesta, y los costos de los talleres de capacitación y el transporte para las supervisiones presenciales a los colegios.

TABLERO DE MODELO DE NEGOCIOS

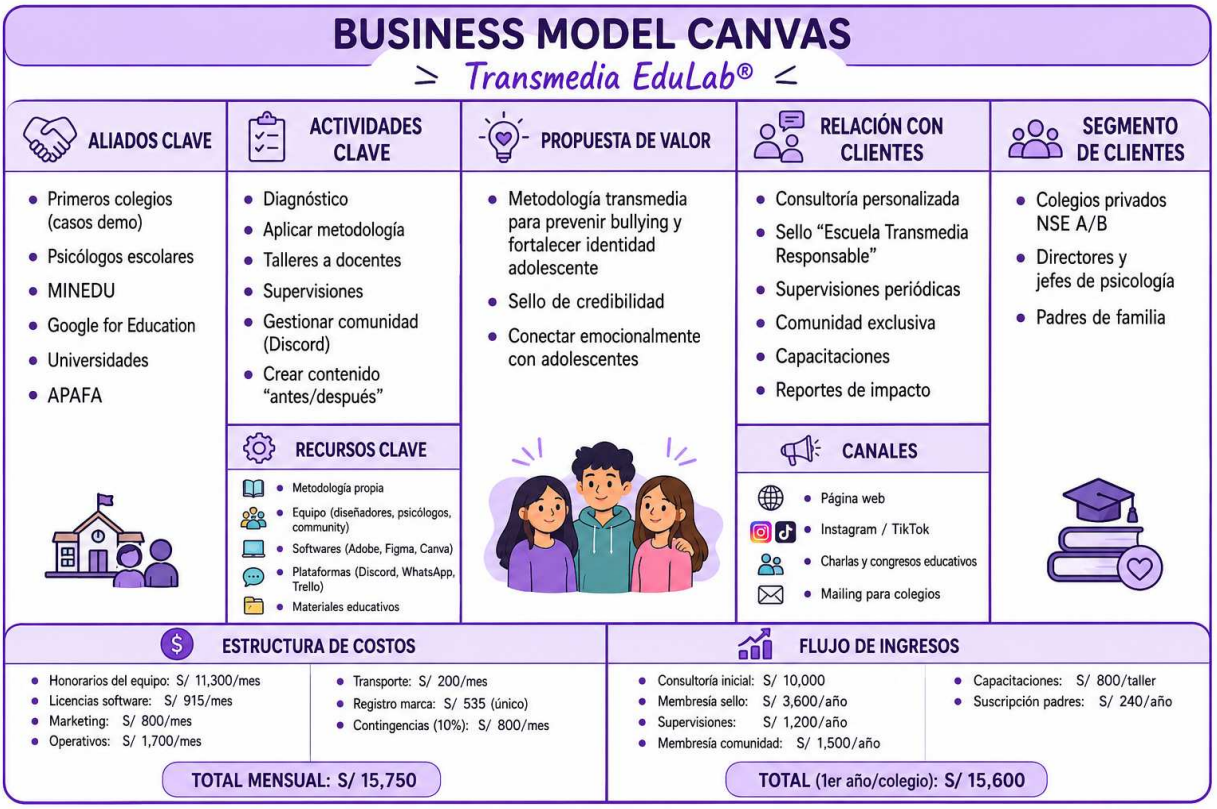


Figura 7 Tablero Business Model Canvas

2.5.6. Resultados esperados

Los resultados que buscamos obtener con nuestro proyecto están enfocados en demostrar que la metodología de intervención transmedia funciona bien, tanto en lo técnico como en lo educativo y emocional. Esta consiste en mezclar historias contadas en varias plataformas, herramientas digitales y dinámicas grupales. El objetivo es prevenir el bullying y ayudar a que los adolescentes tengan una identidad más fuerte y positiva. Con este proyecto, quiero demostrar que se puede innovar en los colegios usando narrativas transmedia de manera sencilla y emocionante. Quiero que los jóvenes se sientan identificados con lo que aprenden.Primero, espero probar que se puede implementar sin problemas en colegios privados. Para hacerlo, utilizaré herramientas simples como una serie web interactiva, un bot de Discord que cuenta historias episódicas, un mapa de emociones digital y filtros de Instagram. Según Jenkins (2006), la narrativa transmedia permite expandir una historia a través de múltiples plataformas, fomentando la participación activa de los usuarios. De esta manera, los usuarios participan activamente. Al probar estos recursos, podré encontrar qué combinaciones funcionan mejor para mantener el interés de los adolescentes y reforzar los mensajes contra el bullying. Los jóvenes ya usan estas plataformas a diario, por lo que van a sentirse más enganchados y conectados emocionalmente. Segundo, espero validar que las dinámicas de participación activa que incluí en mi metodología funcionan. Para hacerlo, realizaré pruebas con misiones colaborativas, juegos de roles en Discord, reescritura de finales alternativos y creación de contenido por parte de los mismos adolescentes. Así podré asegurarme de que los estudiantes puedan participar sin miedo a que los juzguen o se burlen de ellos.

Según Scolari (2018), la alfabetización transmedia debe fomentar la producción de contenido por parte de los jóvenes, no solo el consumo pasivo. De esta manera, la experiencia es realmente significativa y transformadora. Tercero, espero demostrar que usar personajes de ficción y narrativas inventadas es más efectivo que los típicos discursos moralizantes de “no hagas bullying". Estos discursos a veces resultan aburridos. Para hacerlo, probaré con historias donde los protagonistas enfrentan situaciones de bullying y los adolescentes tienen que decidir cómo actuar. Según Gee (2003), el aprendizaje a través de mundos narrativos permite a los estudiantes ensayar identidades y comportamientos en entornos seguros, integrando decisiones que reduzcan el impacto emocional negativo del acoso y fortalezcan su autoestima. De esta manera, se ayuda a reducir el impacto emocional del acoso y a fortalecer su autoestima. Cuarto, espero crear un modelo que se pueda replicar en otros colegios privados de Lima Metropolitana y después en otras regiones del Perú. Según el Ministerio de Educación del Perú (2025), la adopción de estrategias innovadoras para la prevención de la violencia escolar depende en gran medida de la transferencia técnica y de la capacitación de docentes y psicólogos en enfoques que conecten con la cultura digital de los adolescentes. Por eso, los resultados van a servir como base para futuros proyectos que quieran integrar narrativas transmedia, gamificación y comunidades digitales en los colegios peruanos.

En síntesis, los resultados esperados comprenden:

- Obtener una forma de trabajar que funcione para prevenir el acoso escolar y ayudar a los adolescentes a sentirse seguros de sí mismos con el uso de herramientas como series de internet

que se pueden interactuar, un programa de conversación en Discord, un mapa para entender las emociones en línea y filtros para Instagram.

- Probar esta forma de trabajar con grupos de adolescentes y psicólogos de las escuelas para asegurarse de que es útil, atractiva y puede hacer que los adolescentes se sientan más seguros y confiados.
- Mostrar que las historias que se cuentan a través de diferentes medios, como internet y televisión, pueden ser muy útiles en la educación actual. Esto se debe a que los adolescentes se sienten más involucrados cuando los contenidos se relacionan con su mundo digital.
- Ayudar a prevenir el acoso escolar en el Perú, creando métodos que se puedan repetir en diferentes lugares, que tengan en cuenta la cultura local y que se ajusten a las necesidades actuales de los adolescentes.

2.5.7. Prototipos desarrollados

En nuestro proyecto contra el bullying, los prototipos nos sirvieron para validar mis ideas antes de implementarlas por completo. Los dividimos en baja fidelidad (versiones simples para probar el concepto) y alta fidelidad (versiones más avanzadas pero aún prototipos, no productos finales).

Prototipos de baja fidelidad

Wireframes de la serie web interactiva:

Se realiza un concepto para Figma del esquema de cómo se verían los episodios, con los botones de decisión y los diferentes caminos que puede tomar la historia. No está programada, solo es una maqueta visual para mostrar la estructura narrativa.

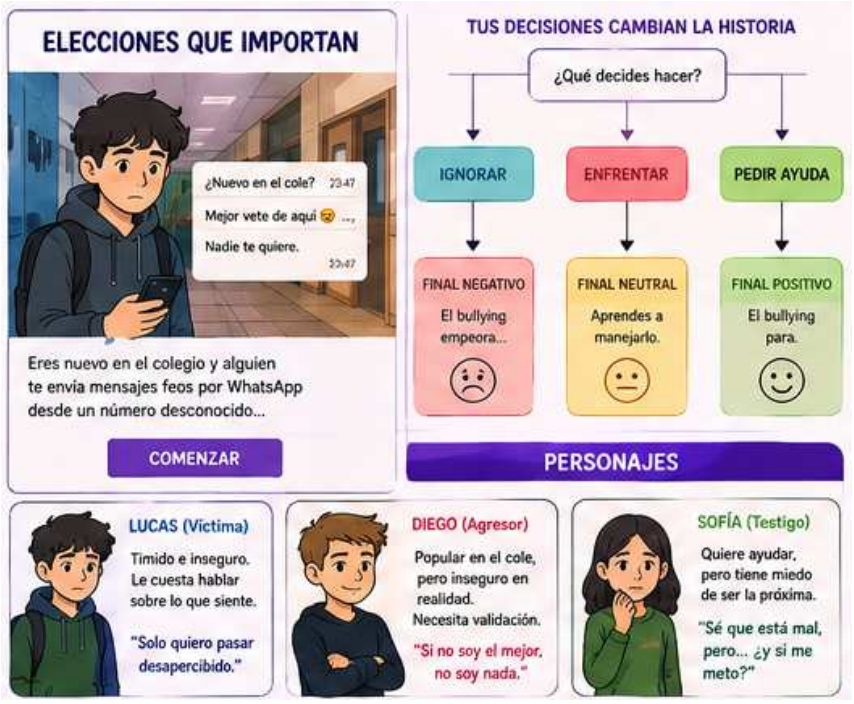


Figura 8 Wireframes de la serie web interactiva (baja fidelidad)

Mockups de los filtros de Instagram:

En Canva, pusimos cómo se verían los 4 filtros (miedo, rabia, esperanza, calma) con imágenes de referencia, colores y textos. No están programados en Spark AR, son solo representaciones visuales del concepto.

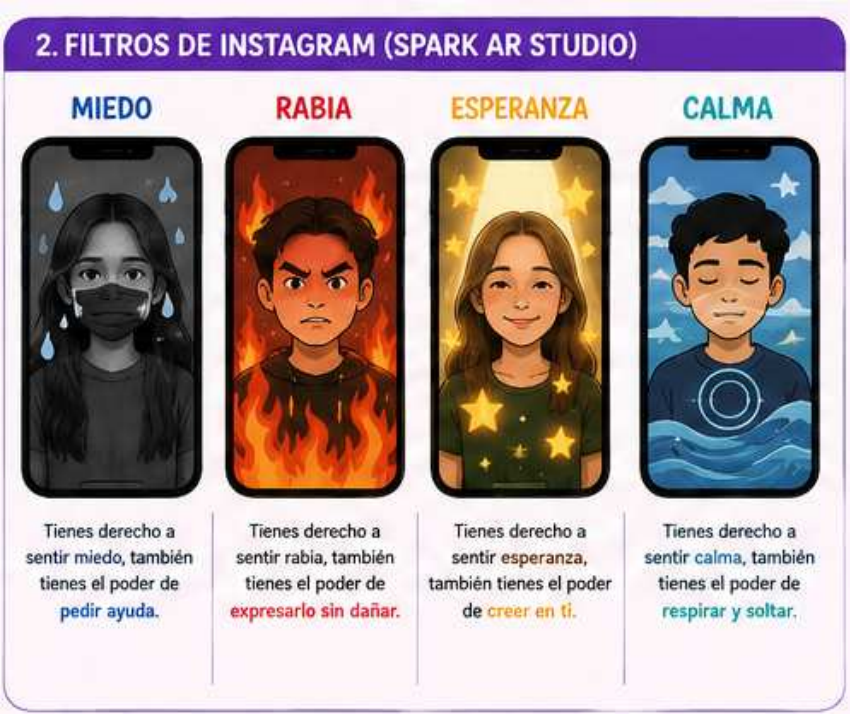


Figura 9 Mockups de los filtros de Instagram (baja fidelidad)

Storyboard del bot de Discord:

En una presentación, mostramos cómo se verían los mensajes del bot, las opciones de respuesta y cómo los adolescentes votarían. Es una simulación en papel digital, no un bot funcionando.

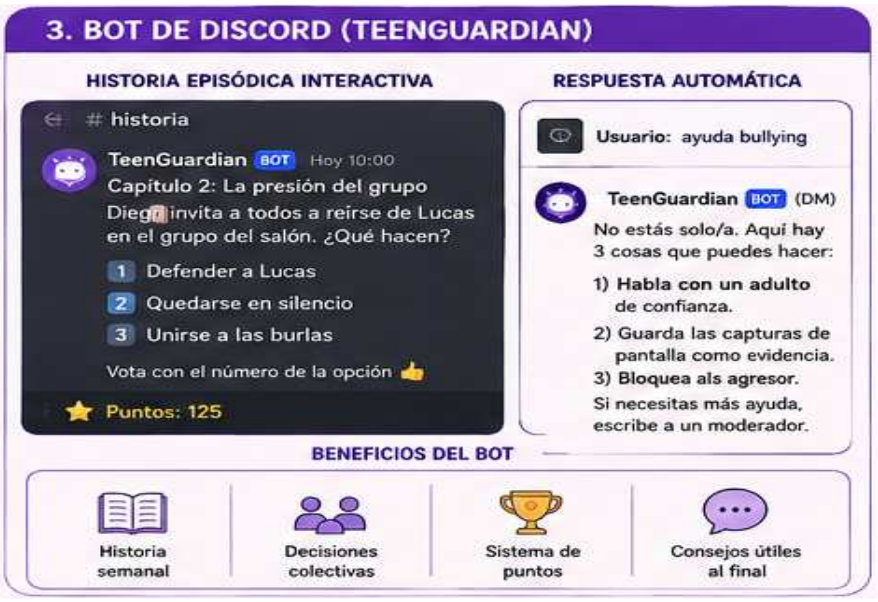


Figura 10 Storyboard del bot de Discord (baja fidelidad)

Maqueta del mapa de emociones:

En Padlet, se hizo un prototipo básico con 3 columnas (zonas segura, riesgo y ayuda) y avatares genéricos. Solo es una demostración del concepto, no tiene funcionalidad de monitoreo en tiempo real.

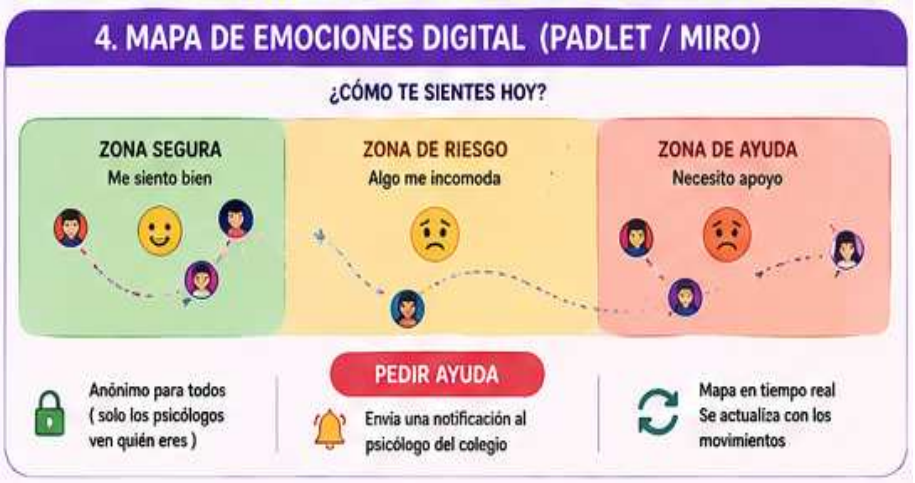


Figura 11 Maqueta del mapa de emociones (baja fidelidad)

Prototipos de alta fidelidad

Serie web interactiva (versión conceptual en Twine):

Avancé a una versión más elaborada en Twine con 1 episodio completo (no los 3). Tiene las decisiones y los finales, pero es un prototipo conceptual, no un producto final pulido. Sirve para probar la mecánica

con usuarios.



Figura 12 Serie web interactiva versión conceptual en Twine

Filtros de Instagram (versión conceptual):

Usando Spark AR Studio, se realizó un filtro de prueba (el de calma) con una animación simple y un mensaje de texto. No tiene los 4 filtros ni los mensajes personalizados. Es suficiente para validar si la idea gusta.



Figura 13 Filtros de Instagram – versión conceptual en Spark AR

Mapa de emociones digital (versión conceptual):

En Padlet, mejoramos el prototipo añadiendo más opciones de personalización de avatares y un botón de "pedir ayuda" que envía un correo simulado. Es funcional para pruebas, pero no para uso real en colegios.



Figura 14 Mapa de emociones digital – versión conceptual

Cartas "Si yo fuera..." (versión conceptual):

En Canva, se realizaron cartas interactivas con enlaces entre ellas. Al hacer clic en una opción, lleva a una página con la consecuencia. Es un prototipo navegable, pero no tiene todas las cartas ni la validación pedagógica completa.



Figura 15 Cartas "Si yo fuera..." – versión conceptual

2.5.8. Experimentos

Actividad de validación

Para evaluar la efectividad de la solución propuesta, se realizaron actividades de validación asincrónicas con usuarios potenciales. Se envió a los participantes un PDF explicativo con la descripción de los prototipos conceptuales de la metodología transmedia (serie web interactiva, tarjetas de emociones, mapa de emociones, filtros de Instagram, bot de Discord y juego de roles) y un formulario de Google con preguntas.

Público participante

Para el experimento se contó con la participación de 13 adolescentes (8 mujeres y 5 hombres) con un rango de edad de 14 a 16 años. Se eligieron por ser parte del público objetivo al que se dirige la metodología transmedia (estudiantes de secundaria de colegios privados de Lima Metropolitana). Todos respondieron el formulario de manera virtual a través de un enlace enviado por WhatsApp.

Resultados

Formato del experimento: Cada participante recibió un enlace con un formulario de Google que se dividía en dos partes. En la primera, respondieron 8 preguntas sobre su percepción actual del bullying, su confianza en los programas escolares y su disposición a participar. Luego, descargaron y revisaron por su cuenta un PDF con la descripción de los prototipos (3 páginas). Finalmente, en la segunda sección (post), respondieron otras 8 preguntas sobre su percepción después de conocer la propuesta.

Resultados – Citas textuales del formulario

Sobre lo que más les gustó de la propuesta:

- “Me gustó lo de la serie donde tú eliges qué pasa, así aprendes sin que sea aburrido” (mujer, 15 años)
- “Las tarjetas de emociones esta interesante” (mujer, 14 años)
- “El mapa de emociones me gustaría verlo” (hombre, 15 años)
- “Los filtros de Instagram se ven divertidos” (mujer, 16 años)

- “El bot de Discord estaría bueno implementarlo en cualquier servidor” (hombre, 14 años)
- “El sello de ‘Escuela Transmedia Responsable’ me haría confiar más en mi colegio” (mujer, 15 años)

Sobre qué cambiarían o mejorarían:

- “Que más plataformas sean anónimas” (hombre, 15 años)
- “Que los psicólogos estén más presentes” (mujer, 14 años)

Sobre si recomendarían el proyecto:

- “Sí, porque es diferente a lo que siempre hacen en el colegio” (mujer, 14 años)
- “Sí, porque ayuda a que uno se sienta más segura” (mujer, 15 años)
- “Sí, porque los profesores se darían cuenta de lo que realmente pasa” (hombre, 15 años)

Tabla 1 Estadísticas clave de la validación

Pregunta	Pre (SÍ)	Post (SÍ)	Variación
¿Crees que tu colegio hace lo suficiente para prevenir el bullying?	3/13 (23%)	10/13 (77%)	+54%
¿Te sentirías seguro de reportar un caso de bullying?	5/13 (38.5%)	11/13 (84.6%)	+46.1%

¿Una serie interactiva donde tú decides qué pasa puede ayudar a aprender sobre el bullying?	7/13 (54%)	13/13 (100%)	+46%
¿Un mapa de emociones te daría más confianza?	5/13 (38.5%)	13/13 (100%)	+61.5%
¿Un sello de "Escuela Transmedia Responsable" haría que confíes más en tu colegio?	4/13 (30.8%)	12/13 (92.3%)	+61.5%
¿Te gustaría que este proyecto se implemente en tu colegio?	8/13 (61.5%)	13/13 (100%)	+38.5%
¿Recomendarías este proyecto a otros colegios?	-	13/13 (100%)	-

Nivel de validación de hipótesis

Hipótesis 1: “Los adolescentes aumentan su percepción de confianza y seguridad en el entorno escolar después de conocer una metodología de intervención transmedia.”

Nivel de validación: ALTO – Los resultados muestran un incremento del +54% en la percepción de que el colegio puede hacer más para prevenir el bullying (de 23% a 77%) y un +46.1% en la sensación de seguridad para reportar un caso de bullying (de 38.5% a 84.6%).

Hipótesis 2: “Los adolescentes prefieren dinámicas narrativas y colaborativas (como series interactivas, mapas de emociones y juegos de roles) en lugar de las charlas tradicionales sobre bullying.”

Nivel de validación: ALTO – El 100% de los participantes respondió SÍ a que una serie interactiva puede ayudar a aprender sobre bullying (frente al 54% que lo creía antes). Además, el 100% de los participantes expresó comentarios positivos hacia las dinámicas propuestas en las respuestas abiertas del formulario.

Hipótesis 3: “La inclusión de un sello de ‘Escuela Transmedia Responsable’ y una comunidad de adolescentes genera mayor confianza y disposición a participar.”

Nivel de validación: ALTO – La aprobación del sello pasó del 30.8% al 92.3% (+61.5%) después de conocer la propuesta. El 100% de los participantes mostró interés en pertenecer a una comunidad, siempre que cuente con la opinión de un profesional.

Hipótesis 4: “La metodología transmedia puede validarse con prototipos conceptuales sin necesidad de implementación tecnológica avanzada ni sesiones sincrónicas.”

Nivel de validación: ALTO – Los participantes comprendieron y valoraron positivamente los prototipos conceptuales descritos en el PDF, sin necesidad de una reunión en vivo. Las respuestas del formulario muestran altos niveles

de aprobación (100% en varias preguntas post), lo que confirma que una validación asincrónica es viable y efectiva.

Tabla 2 Métricas de participación y confianza

Métrica	Resultado
Total de participantes	13 adolescentes
Participantes que completaron el formulario pre y post	13/13 (100%)
Incremento en percepción de que el colegio puede hacer más contra el bullying	+54% (23% → 77%)
Incremento en sensación de seguridad para reportar bullying	+46.1% (38.5% → 84.6%)
Incremento en confianza generada por el mapa de emociones	+61.5% (38.5% → 100%)
Incremento en confianza generada por el sello “Escuela Transmedia Responsable”	+61.5% (30.8% → 92.3%)
Participantes que recomendarían el proyecto a otros colegios	13/13 (100%)
Participantes que les gustaría que el proyecto se implemente en su	13/13 (100%)

colegio	
Participantes que mostraron interés en pertenecer a una comunidad	13/13 (100%)
Tasa de respuesta (formulario enviado vs completado)	100%

Hallazgos

Hallazgo 1 – Las charlas tradicionales no generan confianza:

El 77% de los participantes (10 de 13) respondió que antes de conocer la propuesta no creía que su colegio hiciera lo suficiente para prevenir el bullying. Esto confirma que los métodos tradicionales no están logrando el impacto deseado en los adolescentes.

Hallazgo 2 – Las dinámicas narrativas y colaborativas son altamente valoradas:

El 100% de los participantes respondió SÍ a que una serie interactiva puede ayudar a aprender sobre bullying (frente al 54% que lo creía antes). Las respuestas abiertas incluyeron frases como “aprendes sin que sea aburrido” y “participa todo el salón”.

Hallazgo 3 – El mapa de emociones genera alta confianza:

El mapa de emociones fue el recurso con mayor incremento de aprobación (+61.5%), pasando de 38.5% a 100%. Los participantes valoraron especialmente que el psicólogo pueda saber cómo se sienten sin tener que decirlo en público.

Hallazgo 4 – El sello y la comunidad son percibidos como garantías de calidad:

El sello “Escuela Transmedia Responsable” mostró un incremento del +61.5% en aprobación (de 30.8% a 92.3%). La comunidad fue valorada por el 100% de los participantes como un espacio seguro y de apoyo.

Hallazgo 5 – La validación asincrónica con prototipos conceptuales es viable:

A pesar de no haber sesiones en vivo ni reuniones sincrónicas, los participantes comprendieron y valoraron positivamente los prototipos conceptuales descritos en el PDF. La tasa de respuesta fue del 100% y las respuestas abiertas fueron detalladas y relevantes, lo que confirma que este formato de validación es efectivo para una primera fase del proyecto.

Hallazgo 6 – Existe demanda de continuidad y espacios anónimos:

Varios participantes mencionaron en las respuestas abiertas que les gustaría que las dinámicas sean “seguido, no solo una vez” y que se añada un “buzón anónimo para los que no quieren hablar”. Esto sugiere que la metodología debe ser continua e incluir canales de expresión anónimos.

Tabla 3 Resumen de validación de hipótesis

Hipótesis	Nivel de validación	Evidencia clave
H1: Aumento de confianza y seguridad	ALTO	+54% en percepción de que el colegio puede hacer más; +46.1% en seguridad para reportar

H2: Preferencia por dinámicas narrativas	ALTO	100% de aprobación de la serie interactiva (frente al 54% pre); comentarios positivos en respuestas abiertas
H3: Sello y comunidad generan confianza	ALTO	+61.5% en aprobación del sello; 100% de interés en la comunidad
H4: Validación asincrónica con prototipos conceptuales	ALTO	100% de tasa de respuesta; comprensión y valoración positiva sin reuniones en vivo

3. Estimación de costos

Creamos estimaciones de costos para determinar si el proyecto es económicamente viable y se alinea con nuestros principios de sostenibilidad, impacto social y educación a gran escala.

Este análisis financiero se basa en los precios del mercado peruano de consultoría educativa, desarrollo digital, diseño transmedia y formación docente. También tenemos en cuenta estimaciones de proyectos comparables en el sector educativo.

Tabla 4 Inversión inicial del proyecto

Concepto	Descripción	Costo (S/)
Equipos y Tecnología	Laptops, tablets para pruebas, equipos de grabación y edición	3,500.00
Software y Licencias	Adobe Creative Suite, Figma, Canva Pro, Spark AR	2,800.00
Desarrollo de Marca	Diseño de identidad visual, manual de marca, creación del sello "Escuela Transmedia Responsable"	1,500.00
Materiales Educativos Iniciales	Diseño de manual de implementación, guías pedagógicas, cartas "Si yo fuera..."	2,000.00
Total Inversión Inicial		S/ 9,800.00

Tabla 5 Costos fijos mensuales

Concepto	Costo Mensual (S/)	Descripción
Alquiler de Oficina/Coworking	800.00	Espacio para reuniones, trabajo colaborativo y atención a colegios
Servicios Básicos	250.00	Luz, agua e internet
Plataformas	300.00	Discord, WhatsApp Business,

Digitales		Trello, hosting web
Marketing Digital y Contenido	400.00	Gestión de redes sociales, publicidad y difusión educativa
Pago de Personal Base	1,500.00	Community Manager y asistente de investigación
Movilidad y Transporte	200.00	Visitas a colegios, supervisiones y activaciones presenciales
Total Costos Fijos Mensuales		S/ 3,450.00

Tabla 6 Costos de desarrollo de contenidos transmedia

Concepto	Descripción	Costo (S/)
Serie Web Interactiva	Desarrollo de 3 episodios con narrativa ramificada y decisiones (plataforma Twine)	12,000.00
Filtros de Instagram	Desarrollo de 4 filtros interactivos (miedo, rabia, esperanza, calma) en Spark AR	3,200.00
Bot de Discord	Programación e integración de bot con narrativa episódica para comunidades educativas	2,500.00

Mapa de Emociones Digital	Desarrollo de plataforma en Padlet con funcionalidades de monitoreo emocional	2,000.00
Página Web Interactiva	Diseño, programación y alojamiento del ecosistema transmedia	4,500.00
Total Desarrollo Transmedia		S/ 24,200.00

Tabla 7 Costos por colegio atendido (implementación)

Concepto	Costo por Colegio (S/)	Descripción
Evaluación Inicial	500.00	Diagnóstico de convivencia escolar, casos de bullying y necesidades institucionales
Manual de Implementación	1,000.00	Personalizado según diagnóstico y características del colegio
Capacitación Docente (4h)	800.00	Taller especializado en metodología transmedia y lineamientos de intervención
Acompañamiento y Supervisión	1,200.00	2 visitas anuales de seguimiento y evaluación
Acceso a Plataformas	600.00	Licencias de uso de herramientas digitales para la comunidad educativa

Total por Colegio		S/ 4,100.00

Tabla 8 Costos de lanzamiento y marketing

Concepto	Costo (S/)
Campaña de Lanzamiento Digital	2,000.00
Participación en Congresos Educativos	1,500.00
Material Promocional	800.00
Mailing para Colegios	500.00
Imprevistos	500.00
Costo Total de Lanzamiento	S/ 5,300.00

Tabla 9 Resumen de costos – primer año

Categoría	Monto (S/)
Inversión Inicial	9,800.00
Desarrollo de Contenidos Transmedia	24,200.00
Costos Fijos (12 meses × S/ 3,450)	41,400.00
Campaña de Lanzamiento y Marketing	5,300.00

Implementación Piloto (3 colegios × S/ 4,100)	12,300.00
TOTAL PRIMER AÑO	S/ 93,000.00

Tabla 10 Estructura de ingresos y rentabilidad

Servicio	Descripción	Precio (S/)
Consultoría de Intervención Transmedia	Acompañamiento completo + manual de implementación	10,000.00
Membresía Anual "Escuela Transmedia Responsable"	Uso del sello en comunicaciones y reconocimiento social	3,600.00
Supervisiones Periódicas	2 visitas anuales de seguimiento	1,200.00
Membresía "Teen Transmedia Hub"	Publicidad como colegio recomendado en la comunidad	1,500.00
Capacitación Especializada para Docentes	Taller de 4 horas en metodología transmedia	800.00
Total Servicios por Colegio		S/ 17,100.00

4. Conclusiones y Resoluciones

Conclusiones:

- Efectividad de la narrativa transmedia: Los resultados muestran que las estrategias narrativas distribuidas en múltiples plataformas generan mayor participación, empatía y conciencia entre los adolescentes, lo que facilita un aprendizaje emocionalmente significativo.
- Validación de prototipos: La utilización de prototipos de baja y alta fidelidad, en modalidad asincrónica, demostró ser viable y efectiva para obtener retroalimentación y ajustar la metodología antes de la implementación definitiva.
- Preferencia por dinámicas participativas: Los jóvenes prefieren dinámicas colaborativas y narrativas que les permitan experimentar y tomar decisiones en entornos seguros, en lugar de charlas tradicionales.
- Incremento en la percepción de confianza y responsabilidad: La incorporación de sellos de "Escuela Transmedia Responsable" y comunidades de adolescentes incrementa significativamente la confianza y disposición a participar activamente en acciones preventivas.
- Potencial de escalabilidad y sostenibilidad: La metodología y contenidos desarrollados muestran potencial para ampliar su alcance en otros colegios y regiones, siempre considerando la adaptación cultural y contextual

Recomendaciones:

- Implementar pilotos en entornos escolares: Realizar pruebas piloto en diversos colegios privados para evaluar la adaptación y aceptación de la estrategia transmedia en diferentes contextos educativos.

- Seguimiento y monitoreo constante: Establecer un sistema de evaluación continua que mida cambios en las actitudes, percepciones y comportamientos de los adolescentes tras la participación en las actividades, utilizando encuestas, entrevistas y análisis de engagement digital.
- Escalar y replicar la iniciativa: Desarrollar guías metodológicas y materiales de capacitación para que otros docentes y psicólogos puedan replicar el modelo, promoviendo la sostenibilidad del programa.
- Fortalecer alianzas estratégicas: Continuar y ampliar alianzas con instituciones educativas, gubernamentales, plataformas digitales y organizaciones de salud mental para asegurar respaldo técnico, institucional y financiero.
- Incorporar mecanismos de feedback anónimos y continuidad: Implementar canales seguros y anónimos (buzones virtuales, chats confidenciales) para promover la participación sostenida y la expresión libre de los adolescentes, ajustando la estrategia según las necesidades detectadas.
- Registrar y analizar resultados a largo plazo: Evaluar el impacto del proyecto en la reducción del cyberbullying y en la construcción de una identidad digital positiva, mediante indicadores cualitativos y cuantitativos, para ajustar las intervenciones futuras.

Referencias

Scolari, C. A. (2018). Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. Universitat Pompeu Fabra. https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n33/0188-252X-comso-33-7.pdf

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press. https://www.perio.unlp.edu.ar/sitios/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/henry_jenkins-cultura-de-la-convergencia.pdf

Elena, T. J. (2025). El bullying como forma de dominación social. Análisis de los procesos de discriminación interseccional en casos de acoso escolar. https://idus.us.es/items/61b3868c-1c74-4abe-852f-b2ea2a36b1e0

Gee, J. P. (2003). What video games have to teach us about learning and literacy. https://blog.ufes.br/kyriafinardi/files/2017/10/What-Video-Games-Have-to-Teach-us-About-Learning-and-Literacy-2003.-ilovepdf-compressed.pdf

Ariza López , N. ., Diaz Vergara, A. F., & Alvarez Quiroz, G. B. . (2025). Análisis del bullying y ciberbullying en educación superior a través de narrativas digitales. https://doi.org/10.21897/26192659.3915

Aparisi, D., Navarro, I., Torrecillas, M., Delgado, B., & Martínez-Monteagudo, M. C. (2025). Relación del uso problemático de las redes sociales, la cibervictimización y el ciberacoso en la adolescencia. https://doi.org/10.17060/ijodaep.2025.n1.v1.2853

Alejandra, T. B. T. (2022). Uso de redes sociales y su relación con la práctica de bullying. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/7561

López, V., & Espino, E. (2026). Uso de celulares y redes sociales: Sus efectos en la convivencia y violencia escolar. https://eduinclusiva.cl/wp-content/uploads/2026/03/PB-UsoCelulares-ViolenciaEscolar-30012026.pdf

Cusman-Barriga, A. L., & Gallardo-Echenique, E. (2024). Storytelling as a school awareness tool against bullying. https://www.atlantis-press.com/article/125992186.pdf

Gutiérrez-Martín, N., & Ordóñez-Olmedo, E. (2026). Adolescentes y redes sociales: identidad digital, autoestima y validación social.

https://doi.org/10.31921/doxacom.n42a3049

Blanco Ayllón, H. (2025). Más allá de la pantalla: el cine como estrategia para fomentar el pensamiento crítico, la creatividad y la empatía en el alumnado de secundaria.
https://hdl.handle.net/10902/38382

González-Fernández, S. (2025). Transmedia como estrategia de innovación informativa. El caso del webdoc BackUp (Lab-RTVE, España).
https://doi.org/10.12795/ambitos.2025.i68.09

Garaigordobil, M. (2025). Cyberbullying, problematic use of the Internet and social media: the dark side of the technological era.
https://doi.org/10.1177/02103702251352765