ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Duelo de Abuelitas: Desarrollo de una serie animada de acción y comedia para promover una representación positiva de la vejez.

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

PRESENTADA POR

Damaris Arianna Carnero More
DNI: 72758733, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Brigitte Madelein Perez Ortiz
Jorge Alberto Luna-Victoria Díaz
Juan Miguel Chunga Chunga

Lima, septiembre 2026

Informe-0000018558-CARNERO.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:615372421

Fecha de entrega
18 ago 2026, 10:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
18 ago 2026, 10:59 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000018558-CARNERO.pdf

Tamaño del archivo
5.5 MB

41 páginas

7046 palabras

40.646 caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

3%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Información general **6**
1.1. Título del Proyecto de Innovación: 6
1.2. Resumen del proyecto de innovación: 6
1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación 7
2. Descripción de la innovación **8**
2.1. Planteamiento del Problema 8
2.2. Población Beneficiaria 9
2.3. Objetivo(s) del Proyecto 10
Objetivo General: 10
Objetivos Específicos: 10
2.4. Marco referencial 11
2.5. Proceso creativo y experimentos 12
2.5.1. Información sobre el usuario 12
2.5.2. Información sobre el mercado 14
2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor 17
2.5.4. Diseño de producto/servicio 19
2.5.5. Modelo de negocio 20
2.5.6. Resultados esperados 22
2.5.7. Prototipo Desarrollado 23
Prototipos de Baja Definición 23
Prototipos de Alta Definición 24
2.5.8. Experimentos 25
A. Perfil demográfico 25
B. Conocimiento Previo 25
C. Percepción sobre estereotipos 26
D. Preferencia de formato 26
E. Diseño visual y géneros narrativos 26
F. Hábitos de consumo 26
G. Canales principales de acceso 26
H. Elementos más valorados dentro del contenido animado 27
I. Interés por el proyecto 27
3. Estimación de costos **31**
3.1. Presupuesto 31
4. Conclusiones y recomendaciones **32**
5. Referencias **33**
6. Anexos **36**
6.1. Anexo 1 - Encuestas 36
6.2. Anexo 2 - Turnitin 43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Tablero Modelo de Negocio* *23*

Tabla 2 *Tabla de Hipótesis* *28*

Tabla 3 *Tablas Costos* *32*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Árbol del Problema* 11

Figura 2 *Mapa de Actores* 12

Figura 3 *Arquetipo de usuario* 15

Figura 4 *Insights* 15

Figura 5 *Evidencia de Encuestas* *17*

Figura 6 *Mapa de Conceptualización* *20*

Figura 7 *Propuesta de Valor* *20*

Figura 8 *Prototipo de Baja Definición* *25*

Figura 9 *Prototipo de Alta Definición* *26*

1. Información general

1.1. Título del Proyecto de Innovación:

Duelo de Abuelitas: Desarrollo de una serie animada de acción y comedia para promover una representación positiva de la vejez.

1.2. Resumen del proyecto de innovación:

Este proyecto propone el desarrollo de una miniserie animada llamada Duelo de Abuelitas, comenzando por el desarrollo de un piloto como una herramienta de comunicación visual dentro de la industria del entretenimiento del continente americano, debido a que actualmente, las personas adultas mayores suelen ser representadas desde una visión limitada y estereotipada, asociándose con la fragilidad, la pasividad o el deterioro, lo que influye negativamente en la percepción social del envejecimiento.

Como respuesta a esta problemática, se desarrolla un contenido de acción y comedia el cual presenta a dos protagonistas adultas mayores con personalidades fuertes, autonomía y roles activos, desafiando de esta forma los modelos tradicionales de representación. Basados en humor, la aventura y la expresividad de personajes propias de la estética cartoon, el proyecto busca construir personajes más dinámicos y cercanos que contribuyan a replantear la imagen de la vejez desde una perspectiva más positiva, diversa y humana, fortaleciendo una representación mucho más inclusiva dentro del entretenimiento audiovisual.

Lo que diferencia nuestro proyecto es el uso estratégico de la animación para mejorar la representación de las personas adultas mayores dentro del entretenimiento, incorporándose con el papel protagonista de historias dinámicas y géneros tradicionalmente relacionados mayormente a personajes jóvenes. El proyecto busca busca poder conectar principalmente con jóvenes y jóvenes adultos, con el propósito de promover la reflexión sobre el envejecimiento a través de una experiencia entretenida y significativa.

El proyecto tiene como finalidad contribuir a la construcción de una representación más inclusiva, poderosa y digna de la tercera edad en los medios audiovisuales, demostrando el potencial de la animación como herramienta de comunicación para impulsar cambios en la percepción social del envejecimiento.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

El actual proyecto está pensado para ser desarrollado en el ámbito de la industria del entretenimiento y la animación, un sector con gran influencia en la formación de los imaginarios sociales y culturales. A pesar de la creciente diversidad de contenidos, la representación de los adultos mayores suele estar muy limitada y estereotipada, siendo encasillada frecuentemente en narrativas que asocian la vejez con la fragilidad, la dependencia o la carga social (Quirós Zúñiga, 2025). Esta visión poco favorable no es un fenómeno propio de la sociedad, sino el resultado de un cambio histórico documentado, ya que la percepción pública de la vejez sufrió un quiebre a partir de 1880, donde los atributos positivos, como la sabiduría, fueron relegados por estereotipos negativos vinculados a la pérdida de productividad (Ng et al., 2015).

De igual manera, esta estigmatización no se ve limitada solo a la escasez de personajes mayores, sino al tipo de narrativas y géneros en los que se les permite participar, ya que muchos medios suelen desplazar a las personas mayores a roles secundarios o pasivos, presentándose como un grupo homogéneo y vulnerable (Camacho-Markina & Santos-Diez, 2025). Esta exclusión se intensifica por la brecha digital en América Latina, donde el acceso a nuevas tecnologías y el uso de estas es limitado para este sector en específico, condicionando así su integración en la sociedad digital (CEPAL, 2019; Fundación Neurociencias, 2024). Sin embargo, frente a estos prejuicios, aparecen nuevas tendencias como lo sería el "boom de los influencers senior", quienes desafían las normas ‘tradicionales’ al crear contenido auténtico que resuena más allá de la edad.

Frente a la realidad, se necesitan propuestas narrativas y visuales que acerquen y creen una nueva visión sobre la vejez al público de una manera atractiva. Es fundamental reconocer que el humor, incluso en sus momentos más complejos o negros, es una herramienta de expresión irremplazable, aunque a nivel clínico deba de mantenerse bajo observacion de manera cautelosa para evitar alguna presentación de cambios drásticos en su naturaleza (Pijamasurf, 2016).

Bajo esta proposición, surgen propuestas conceptuales como Duelo de Abuelitas, un proyecto transmedia que ejemplifica cómo la estética cartoon puede ser utilizada para resignificar la representación de la vejez mediante personajes protagónicos activos y

narrativas de confrontación y humor. Su propuesta no solo se limita a entretener a través de la rivalidad entre Ceci y Gladys, sino que también busca desafiar la imagen normativa y perjudicial de la vejez al otorgarles roles de poder y agencia dentro del relato. Al integrar modelos de interacción lúdica y tecnologías emergentes, este tipo de iniciativas atienden a diversos estilos de aprendizaje (Yildirim & Seckin-Kapucu, 2021) y contribuyen a cerrar brechas educativas y mediáticas, demostrando que la animación es una plataforma adaptable para reforzar la identidad cultural y la visibilidad de los adultos mayores como sujetos activos en la era digital.

2. Descripción de la innovación

2.1. Planteamiento del Problema

El presente proyecto surge de la necesidad de replantear y transformar la representación de los adultos de tercera edad dentro de la industria del entretenimiento en el continente americano, que afecta de manera significativa a la percepción del adulto mayor. De acuerdo con Ng, et al. (2023), tras analizar más de 3,000 películas y 25,000 guiones de 88 países, existe una severa escasez de representación positiva de los adultos mayores en el cine a nivel mundial, siendo considerado uno de los estudios más amplios y recientes en la gerontología mediática, mientras que una investigación del Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios (2020), "*Women Over 50: The Right To Be Seen on Screen",* evidencia que los personajes de 50 años o más representan menos del 25% del total del elenco en producciones taquilleras y series de televisión populares.

A menudo, las herramientas narrativas, visuales y tecnológicas que faciliten la empatía intergeneracional no son verdaderamente aprovechadas de maneras estratégicas por la industria del entretenimiento, lo que refuerza la necesidad de generar propuestas innovadoras que exploren recursos estéticos, como la estética cartoon, situaciones absurdas y humor para lograr estimular la atención de la audiencia. Además, las audiencias jóvenes procesan y conectan con contenido debido a diversos motivos, lo que exige el diseño de productos audiovisuales que integren géneros narrativos atractivos, como la acción y comedia, para erradicar los prejuicios asociados a la vejez.

Para poder comprender mejor el problema, se realizó un Árbol del Problema que nos permite visualizar mejor las causas que originan esta representación pasiva de la vejez, así como las consecuencias sociales que genera la ausencia de personajes mayores en roles protagónicos activos.

Figura 1

Árbol del Problema



De Esta manera, este proyecto se conecta con el siguiente Objetivo de Desarrollo sostenible:

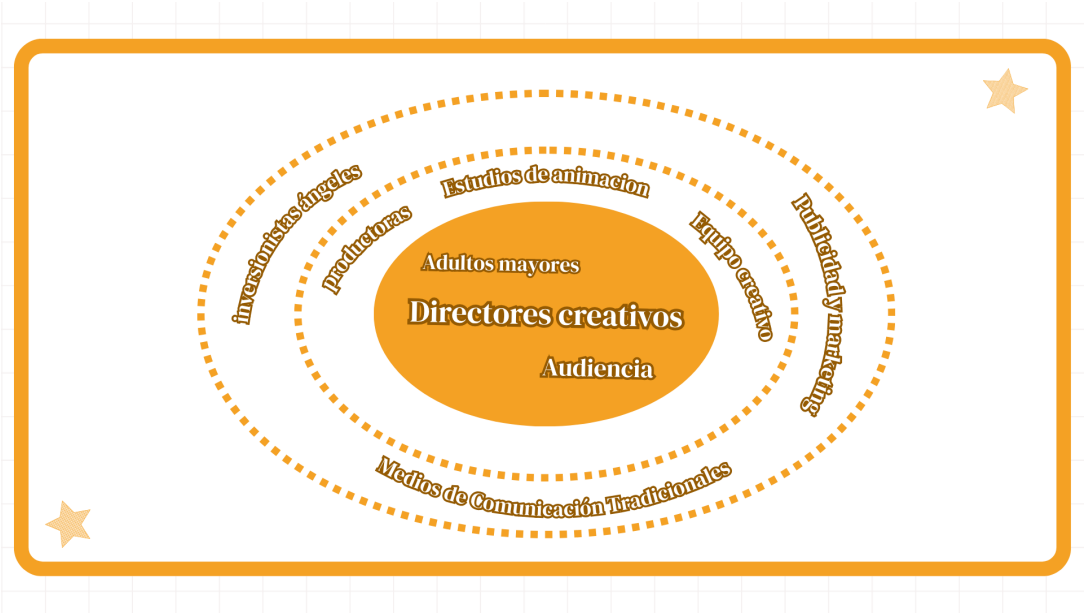
ODS 10 - Reducción de las desigualdades, que busca y plantea una inclusión más diversa, activa y significativa de la tercera edad en las industrias creativas actuales.

2.2. Población Beneficiaria

El proyecto está dirigido principalmente a niños y jóvenes, quienes actúan como beneficiarios directos al acceder a una propuesta transmedia que desafía el edadismo histórico y ofrece referentes de la tercera edad dinámicos y protagónicos.

Figura 2

Mapa de Actores



2.3. Objetivo(s) del Proyecto

Objetivo General:

Generar un ecosistema transmedia innovador que aplique la estética cartoon como herramienta de comunicación gráfica estratégica en América, con el objetivo de transformar la representación de la tercera edad, sustituyendo los estereotipos de fragilidad y pasividad por una imagen dinámica y activa que posicione a las personas mayores como sujetos protagónicos dentro del ecosistema mediático contemporáneo.

Objetivos Específicos:

- **Diseñar** una serie animada de acción y comedia, situando a los adultos mayores en roles activos y heroicos que cuestionen las narrativas tradicionales del envejecimiento.
- **Desarrollar** y aplicar los recursos expresivos de la estética de los dibujos animados para realzar la dinámica visual y emocional de los personajes de la tercera edad, apoyando así la creación de representaciones complejas, atractivas e impactantes para las audiencias contemporáneas.
- **Integrar** elementos de la herencia cultural y el folclore local, tales como utensilios de cocina, ingredientes y prácticas cotidianas, dentro de la narrativa

para revalorizar la identidad cultural como parte de una experiencia lúdica significativa.

- **Fomentar** el fortalecimiento de las relaciones intergeneracionales basándose en una narrativa inclusiva que promueva el intercambio de palabras y la reflexión sobre el envejecimiento.
- **Contribuir** a reducir las desigualdades en la representación de este grupo en la industria creativa, promoviendo la participación activa de adultos mayores en la cultura digital y en las dinámicas narrativas modernas.

2.4. Marco referencial

Históricamente, la tercera edad ha sido encasillada en roles limitados de fragilidad y pasividad. Sin embargo, estudios como el de Fernández-Ruiz (2021) evidencian la necesidad de incluirlos en géneros dinámicos de los que han sido excluidos. Desde la teoría, la propuesta se apoya en la gerontología para generar narrativas de envejecimiento activo; en el enfoque de narrativas transmedia de Henry Jenkins, para convertir al adulto mayor en un agente interactivo; y en la estética cartoon como un recurso visual capaz de exagerar y romper estereotipos para conectar con audiencias contemporáneas.

Tanto a nivel nacional e internacional, se desarrollaron iniciativas que impulsan nuevas formas de representación y participación de la vejez en entornos digitales y culturales como:

- **Baddie Winkle (Estados Unidos):** Un personaje real de tercera edad que demuestra cómo las personas mayores pueden posicionarse como creadoras de contenido relevantes, desafiando de esta manera activamente los estereotipos de pasividad y replanteando cómo es su rol en la cultura de internet (Winkle, 2017).
- **Doña Ángela (México):** Creadora del canal "De mi rancho a tu cocina", un canal que cocina que demuestra el potencial de los adultos mayores para manejar espacios digitales, compartiendo sus saberes tradicionales y conectando de manera masiva e intergeneracional (Radio Fórmula, 2023).
- **Plan Ibirapitá (Uruguay):** Programa estatal enfocado en promover la inclusión digital de los jubilados. Este caso demuestra cómo facilitar el acceso y la participación en entornos tecnológicos empodera a los adultos mayores como agentes activos de la sociedad (Programa Ibirapitá, s. f.).

- **Noventa y Contando (Argentina):** Podcast creado por personas mayores de 90 años que comparten historias, experiencias y reflexiones, promoviendo una imagen positiva de la vejez y el diálogo intergeneracional (El País, 2025).
- Antes de Partir (Perú): Programa digital peruano enfocado en el concurso de canto y talento de adultos mayores a 75 años, dando el espacio para demostrar su voz y carisma en un gran escenario.

Estos antecedentes validan que la integración de tecnología, narrativa y participación activa constituye una vía efectiva para transformar la representación de la vejez, fortalecer la identidad cultural y promover una inclusión significativa. No obstante, el presente proyecto se diferencia al poner en el centro el uso de la estética cartoon para el desarrollo de una serie animada de acción y comedia, aportando un enfoque único en la industria del entretenimiento que ubica a las personas mayores en roles heroicos y de confrontación, subvirtiendo directamente la metanarrativa del declive.

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1. Información sobre el usuario

Para desarrollar este proyecto, se ha elaborado un arquetipo de usuario clave para representar a nuestro público objetivo y usuario principal: Jóvenes y jóvenes adultos que consuman series animadas. Este perfil, validado fuertemente por nuestra investigación a base de encuestas (En la que más del 82,6% de los encuestados tienen entre 18 y 24 años), nos permite comprender las causas, motivaciones, comportamientos y deseos asociados a los estereotipos en el entretenimiento digital, permitiéndonos alinear el diseño de personajes y narrativa con soluciones visualmente atractivas.

Los datos revelan que los espectadores, específicamente un 58.7% de los encuestados, consumen activamente series animadas, principalmente en plataformas de streaming.

El joven espectador es el usuario final, siendo quien interactúa indirectamente con el universo animado. Busca historias dinámicas que estimulen su atención, rompan con los clichés tradicionales y conecten con los personajes de la tercera edad desde una perspectiva fresca, una necesidad implícita si consideramos que el 63% de los encuestados perciben que los personajes de tercera edad suelen ser relegados a papeles secundarios o de extrema fragilidad.

Figura 3

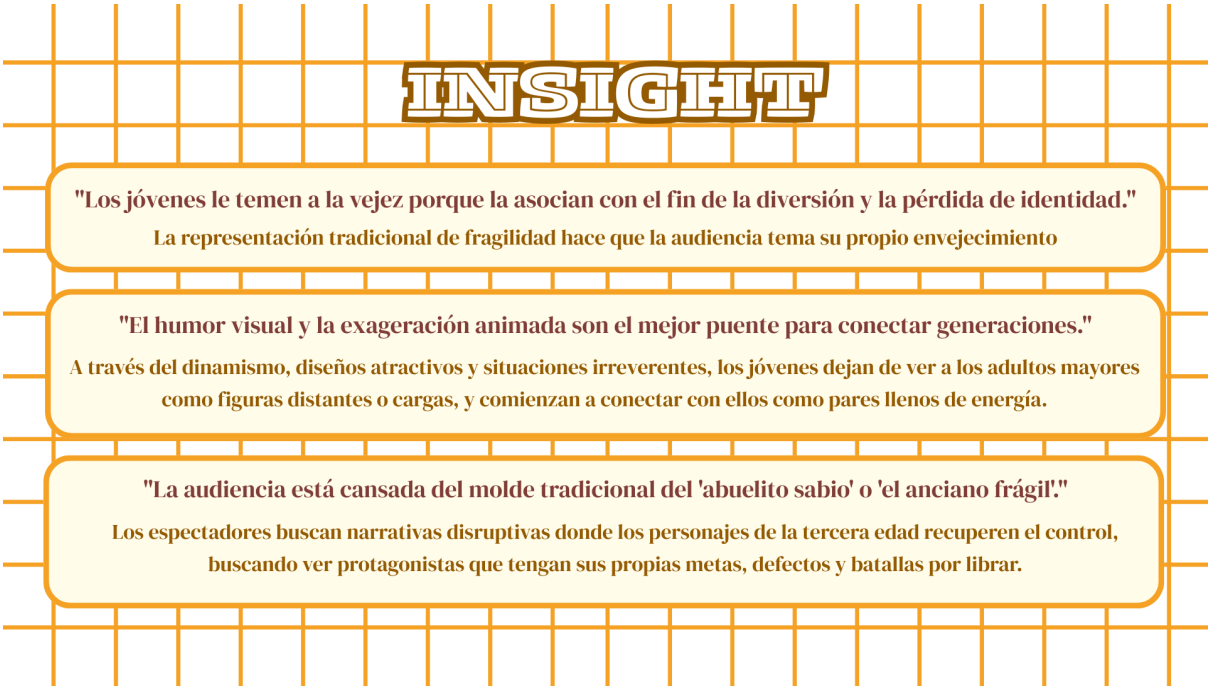
Arquetipo de usuario



A partir de la observación y análisis del arquetipo, se identificaron los siguientes insights:

Figura 4

Insight



2.5.2. Información sobre el mercado

El mercado del entretenimiento animado, dirigido a jóvenes y jóvenes adultos, evidencia un crecimiento sostenido en las búsquedas de narrativas frescas y de propuestas visuales llamativas. Estas tendencias representan una gran oportunidad de mercado para el desarrollo de series animadas que desafíen a los estereotipos sociales tradicionales, especialmente aquellos que estén relacionados con la vejez, combinando géneros como la acción y la comedia (Ma Lam, 2022).

Competencia:

Actualmente, el mercado cuenta con diversas producciones animadas de alta calidad, sin embargo, la gran mayoría relega a personajes de la tercera edad a roles secundarios o los encasilla en el "Comedy relief" o "El alivio cómico" (Cantó, 2022). Entre las principales competencias se identifican:

- **Series animadas comerciales** que limitan la participación del adulto mayor al rol del "sabio mentor" o de una figura frágil
- **Producciones de entretenimiento** que perpetúan clichés dañinos sobre el adulto mayor
- **Proyectos animados independientes** con propuestas visuales referentes a la estética cartoon retro, pero que carecen del enfoque narrativo al protagonismo de este grupo demográfico

Barreras de entrada:

Las principales limitaciones para el desarrollo e inserción de nuestro producto en el mercado son los altos costos y tiempo de producción con respecto a los procesos de la animación 2D, así como la adopción en casas productoras o plataformas de streaming, las cuales suelen apostar tradicionalmente por protagonistas juveniles (Hacer Familia, 2023).

Alcance y demanda potencial:

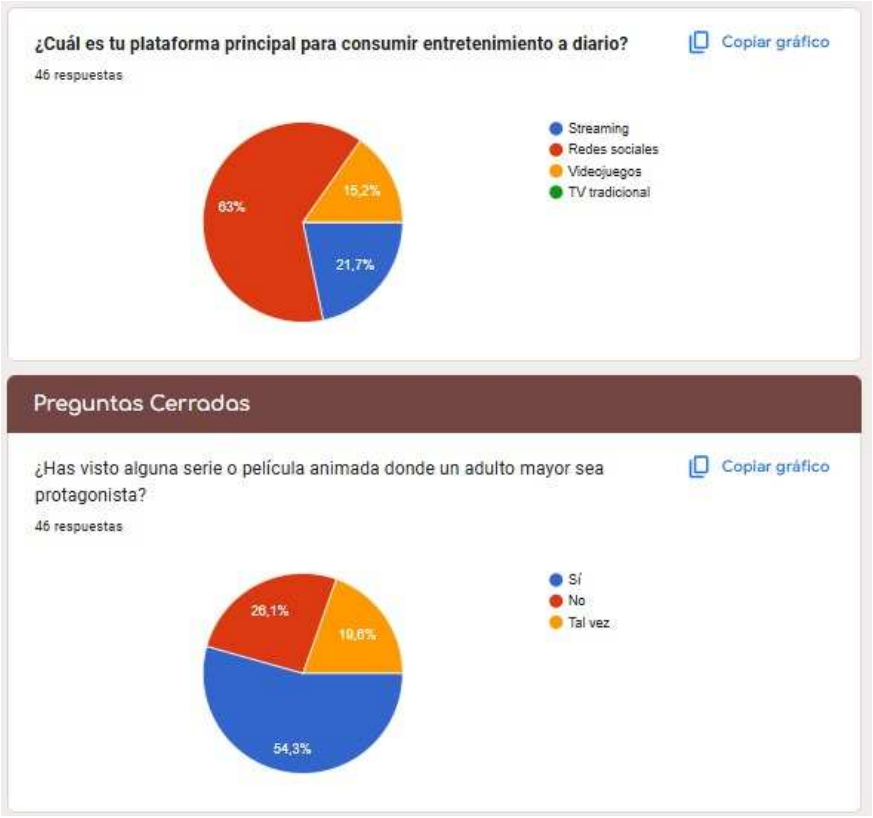
El producto presenta un alto potencial de distribución a través de plataformas de streaming, ferias de animación y redes sociales, ya que bajo nuestra propia investigación en base a encuestas, el 63% del público encuestado utiliza sus redes sociales como medio de entretenimiento diario principal, sumado a un 21,7% que consume contenido diariamente a través plataformas de streaming. Igualmente,

puede extenderse fácilmente como un formato de *merchandising* como artbooks, peluches, llaveros, entre otros, una viabilidad apoyada por el 30,4% de los encuestados dedican su tiempo a hobbies artísticos y creativos.

La creciente demanda de las nuevas generaciones por contenido audiovisual fresco e inclusivo se ve claramente respaldado por nuestra investigación, ya que, según nuestros datos, un 71,7% de los encuestados se muestran interesados en consumir historias donde los adultos mayores sean los protagonistas principales y activos.

Figura 5

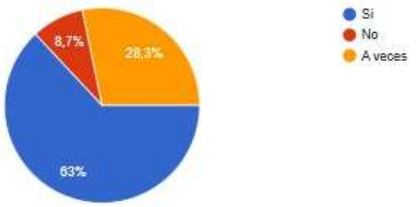
Evidencia de encuestas



¿Sientes que los personajes de la tercera edad suelen ser relegados a papeles secundarios o basados en estereotipos (como extrema fragilidad o pasividad)?

Copiar gráfico

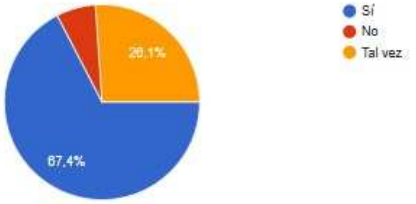
46 respuestas



¿Consideras que un diseño de personajes estilizado (tipo *cartoon* o caricatura) ayuda a que los adultos mayores se vean más carismáticos?

Copiar gráfico

46 respuestas

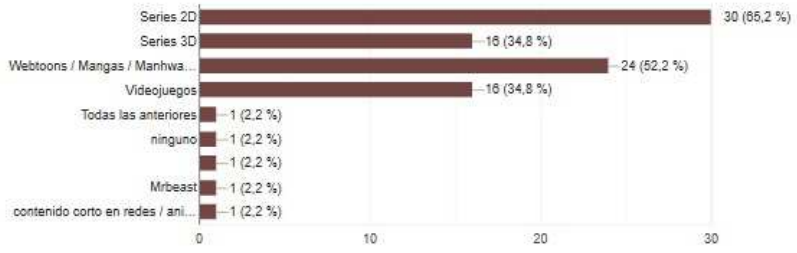


Copiar gráfico

¿Qué tipo de contenido animado consumes con más frecuencia?

Copiar gráfico

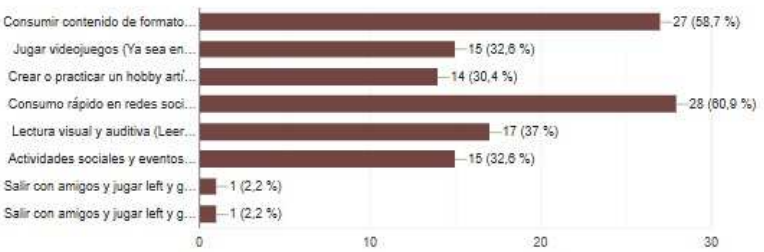
46 respuestas



¿Cómo sueles invertir la mayor parte de tu tiempo libre? (Selecciona hasta 3 opciones)

Copiar gráfico

46 respuestas



2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor

En cuanto al concepto y propuesta de valor, la mini serie animada propone una nueva forma de representar la vejez en los medios, de esta manera se integrará educación y entretenimiento en una sola experiencia. Además, su valor diferencial radica en convertir el estereotipo tradicional de fragilidad en empoderamiento, donde los jóvenes descubren personajes protagonistas de tercera edad como figuras activas, con defectos y gran vitalidad.

Los beneficios generados se orientan a distintos actores como:

- **Para el público jóven:** Propuesta de entretenimiento fresca y dinámica.
- **Para el adulto mayor:** Revalorización de imagen en la cultura popular y promoviendo su visualización.
- **Para la industria de la animación**: Referente en diseño de personaje que impulsa el atractivo visual de utilizar protagonistas no convencionales

Del mismo modo, la propuesta presenta una mayor deseabilidad, respondiendo al interés del público por más contenido original y personajes que rompen con estereotipos y narrativas convencionales. En cuanto a su factibilidad, el proyecto puede desarrollarse haciendo uso de procesos y herramientas de producción de animación comúnmente empleados en el ámbito académico y profesional. Finalmente, su viabilidad se ve respaldada por el crecimiento de la demanda de contenido diverso e innovador en plataformas y medios digitales, donde nuevas formas de representación encuentran cada vez más espacio para su difusión.

En conjunto, la propuesta busca ampliar la diversidad de representaciones presentes en la animación contemporánea, utilizando el entretenimiento como herramienta para presentar al público nuevas perspectivas sobre el envejecimiento y el papel de los adultos mayores en las narrativas audiovisuales.

Figura 6

Mapa de Conceptualización

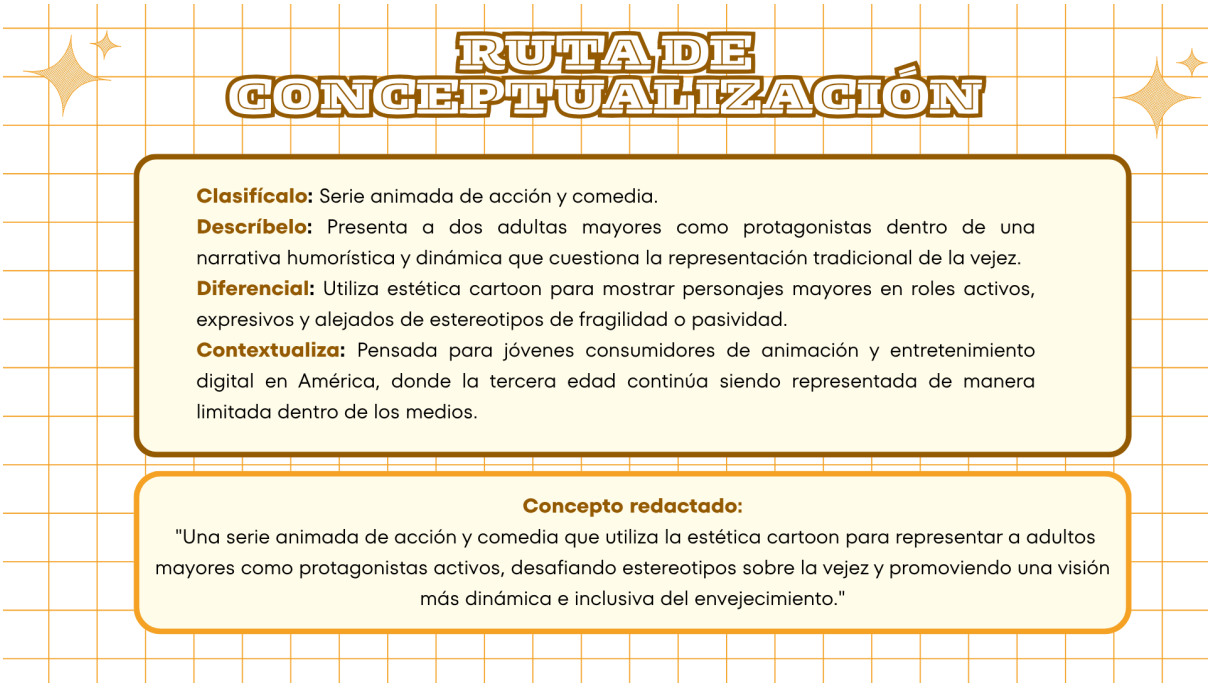
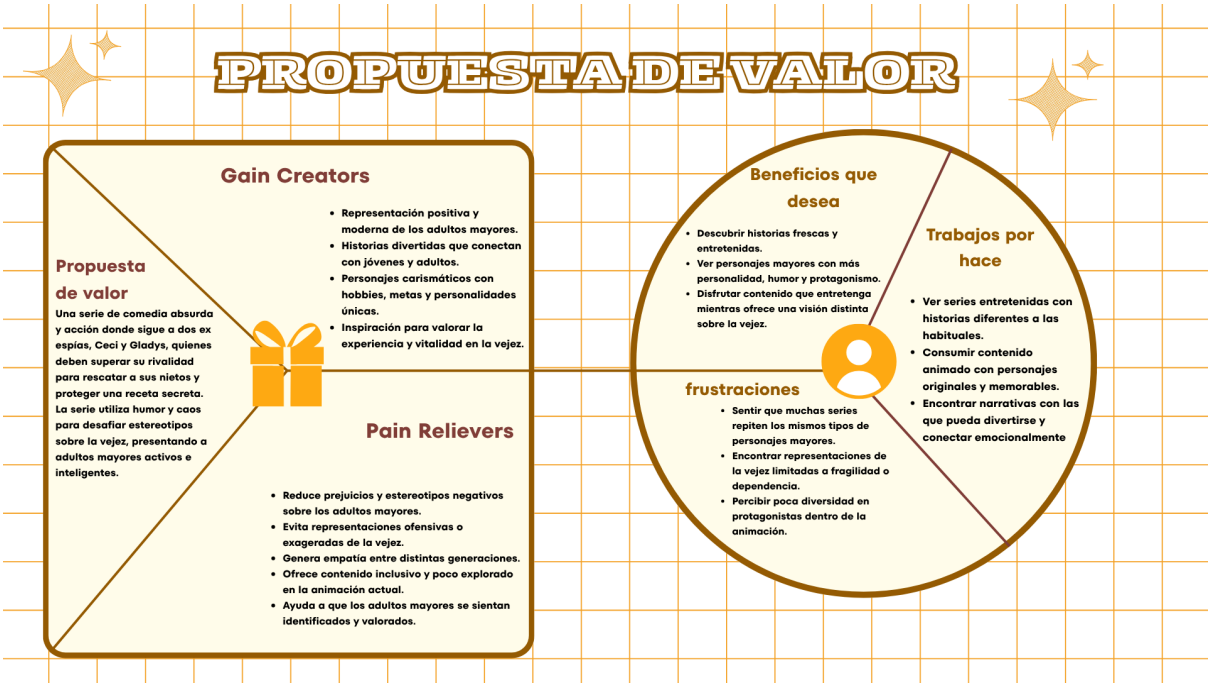


Figura 7

Propuesta de Valor



2.5.4. Diseño de producto/servicio

Este presente proyecto esta basado en un diseño de una serie animada de acción y comedia, dirigida principalmente a jóvenes consumidores de entretenimiento digital, con el propósito de promover una representación más activa y diversa de la tercera edad dentro de la industria de la animación. La propuesta nace ante la necesidad de cuestionar los estereotipos que suelen asociar la vejez con fragilidad, dependencia o poca relevancia dentro de las narrativas visuales

.

Además de esto la serie utiliza la estética cartoon como recurso visual para potenciar la expresividad de los personajes y el uso cómico.

En cuanto a su propuesta visual, la serie adopta una estética cartoon caracterizada por formas simplificadas, expresiones exageradas y colores llamativos, con el objetivo de reforzar el humor y la intensidad de los conflictos entre personajes. Las protagonistas, Ceci y Gladys, son dos adultas mayores construidas desde personalidades opuestas y temperamentos fuertes, cuya rivalidad y objetivo impulsa situaciones absurdas y dinámicas. A través de sus rasgos físicos y comportamientos exagerados, el diseño busca alejarse de representaciones tradicionales asociadas a la pasividad o fragilidad de la vejez, mostrando personajes con mayor energía, presencia y capacidad de acción dentro de la narrativa.

El producto promueve principalmente:

- **Social**, al fomentar una representación más inclusiva de los adultos mayores y contribuir a reducir los estereotipos relacionados a esta etapa.
- **Cultural**, al incorporar elementos cotidianos y experiencias reconocibles que faciliten la conexión entre diferentes generaciones.
- **Creativa,** al proponer una narrativa poco común dentro de la animación mediante personajes mayores protagónicos que pelean y tienen escenas de acción, enfrentamientos , y situaciones fantásticas.

Por ello, la serie desarrolla su narrativa a partir de situaciones de rivalidad, humor y escenas de acción exageradas, donde las protagonistas enfrentan conflictos cotidianos transformados en enfrentamientos absurdos o fantásticos. La dinámica entre ambos personajes impulsa la historia y construye una experiencia basada en el entretenimiento y la sorpresa.

Este diseño busca no solo entretener, sino también ofrecer una propuesta diferente dentro de la animación, utilizando personajes poco convencionales y una estética expresiva para crear una experiencia dinámica, memorable y cercana al público actual.

2.5.5. Modelo de negocio

Referente al modelo de negocio, este proyecto se enfoca en una propuesta audiovisual orientada a proporcionar una representación diferente y menos estereotipada sobre la tercera edad a través de una miniserie animada de acción y comedia. Como tal el objetivo no solo se basa en entretener al público, sino en buscar conectar con este mediante personajes icónicos y poco convencionales, de este forma combinando humor, conflicto y una estética cartoon que refuerza su identidad visual.

Respecto a la comercialización, este modelo se centra principalmente en redes sociales, debido a que estos espacios nos facilita alcanzar de manera directa a la audiencia joven interesada en contenidos animados. Asimismo, la participación en festivales de animación como el Festival Pixelatl en México y el Festival Internacional de Animación Chilemonos, los cuales cuentan también como eventos culturales, contribuiría a incrementar la visibilidad del proyecto. Estas alianzas nos permiten obtener oportunidades de colaboración con profesionales y también organizaciones vinculadas al sector audiovisual.

La propuesta se desarrolla inicialmente como una miniserie animada, sin embargo, este formato también permite la posibilidad de expandirse a nuevos episodios, con contenido complementario para redes sociales o futuras colaboraciones con finalidades culturales y educativas interesadas en representación más variación de personajes en los medios digitales.

Se tiene una visión de aliarse con distribuidoras y plataformas virtuales, así logrando un doble impacto, conecta directamente con la audiencia y, al mismo tiempo, abre las puertas a negociaciones con empresas y productoras del sector. Por un lado, esto facilita el acceso al público general a jóvenes a través de catálogos digitales y redes sociales ya establecidas; por otro lado, también permitiría llegar de manera más eficaz a estudios de coproducción y productoras de animación referentes tales como Red Animation Studios o

Chaska Entertainment en el Perú, y también aliados internacionales como Cinema Fantasma De esta forma , se abren las puertas a la colaboración con diferentes marcas que buscan incorporar productos audiovisuales innovadores.

Además, se considera el obtener financiamiento mediante convocatorias de instituciones culturales y gubernamentales que impulsan proyectos relacionados con la identidad y la inclusión social, tales como la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) del Ministerio de Cultura del Perú, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y el programa Ibermedia, lo que consolidaba el financiamiento y la inserción del proyecto en circuitos culturales de mayor alcance.

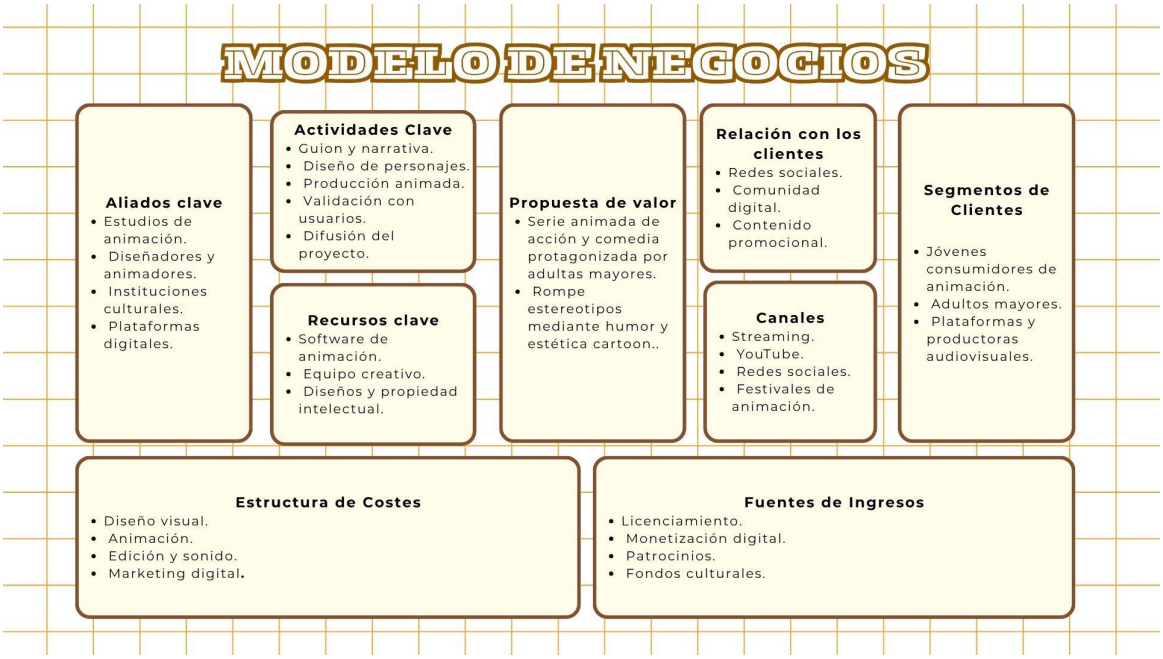
Finalmente, la combinación de una temática poco usada, personajes únicos y una propuesta visual distintiva constituye una ventaja competitiva, el cual permite diferenciar el proyecto en el mercado actual de contenidos animados y establecer su presencia en el entorno digital.

El modelo de negocio se sustenta en tres pilares:

- **Valor narrativo:** presenta una historia de acción y comedia protagonizada por adultas mayores, ofreciendo una propuesta poco habitual dentro de la animación.
- **Valor social:** promueve una representación más diversa de la vejez, mostrando personajes mayores con roles activos, complejos y protagónicos.
- **Valor visual:** utiliza la estética cartoon para potenciar el humor, la expresividad y la construcción de una identidad gráfica atractiva para el público.

Tabla 1

Tablero Modelo de Negocio



2.5.6. Resultados esperados

Con esta propuesta, el objetivo esperado es lograr derribar moldes y obtener un audiovisual nuevo que cambie por completo la perspectiva sobre la tercera edad. En base con lo señalado por Guarinos (2023), quien destaca la importancia de replantear la representación del envejecimiento en las producciones audiovisuales contemporáneas. Buscamos una forma de retratar a los adultos mayores como personajes activos, expresivos y capaces de liderar historias dinámicas. Usando el humor, la acción y el estilo cartoon, buscamos que el público conecte de verdad con ellos y descubra nuevas formas de ver la vejez en la pantalla.

Debido a esto se desea demostrar que los adultos mayores no tienen por qué quedarse como personajes secundarios sino que pueden desenvolverse perfectamente en géneros como la acción y la comedia, que casi siempre se propone para personajes jóvenes.La propuesta tiene como finalidad entretener a la audiencia a través de una representación de la vejez que desafíe los estereotipos tradicionales. Así mismo, este proyecto resuelve una necesidad la cual existe en el mercado donde el **63%** de los usuarios percibe que la industria actual relega a la vejez a la extrema fragilidad, mientras que un

grupo de **71.7%** digiere un interés directo en consumir historias donde los adultos mayores asuman roles protagónicos y dinámicos, esto basado en encuestas anteriormente propuestas.

Además, esperamos que este proyecto deje una marca del mundo de la animación y sirva de referente para quienes quieran explorar con más protagonistas poco convencionales. El proporcionar protagonismo a las personas adultas mayores nos permite explorar nuevas posibilidades creativas y narrativas, enriqueciendo la diversidad de historias que ofrece actualmente la industria audiovisual (Cardona Barragán, 2025). En este panorama, el impacto proyectado trasciende la pantalla: se valida el uso del estilo cartoon de la series antiguas como un recurso altamente carismático, en base a la encuesta, el **67.4%** de la audiencia, y se aprovecha una ventana comercial estratégica en plataformas digitales, considerando que el **63%** del público objetivo consume entretenimiento diario en redes sociales. .

2.5.7. Prototipo Desarrollado

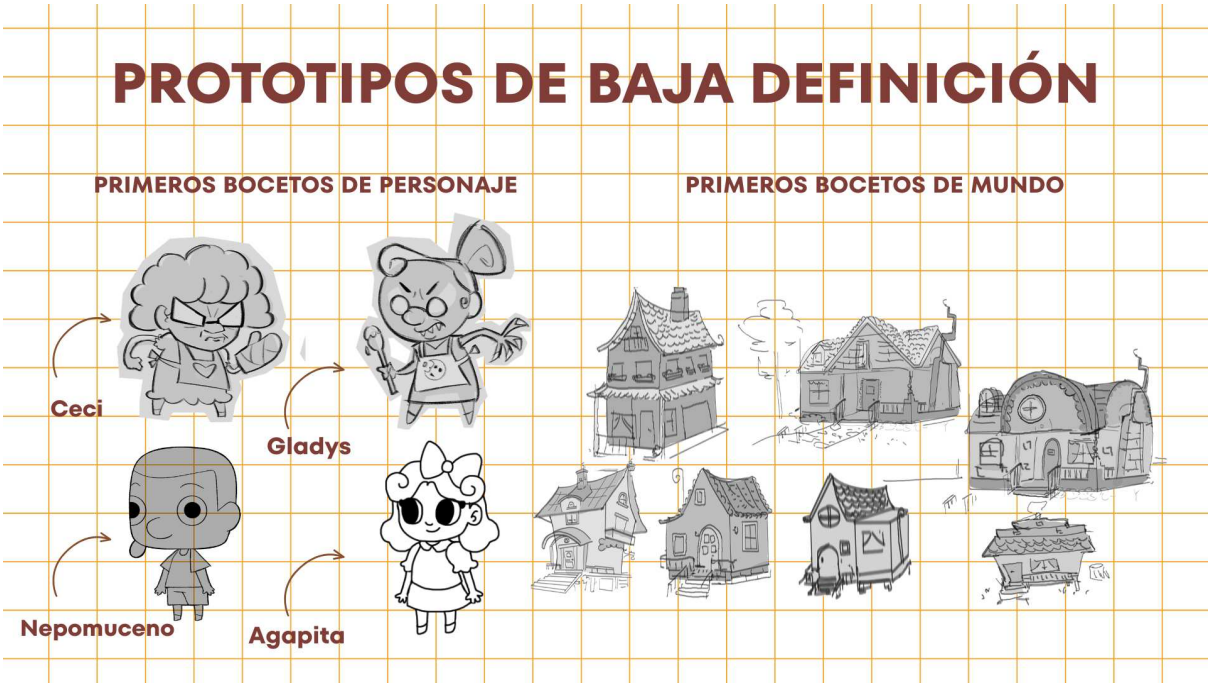
Prototipos de Baja Definición

Los primeros prototipos fueron desarrollados mediante bocetos hechos a mano y pruebas de animación. Estas versiones incluyen:

- Bocetos de diseño de personajes y mundo
- Primeras ilustraciones exploratorias de los personajes principales
- Pruebas de color y estilos
- Pruebas de animación
- Primeras propuestas de guión e historia

Figura 8

Prototipo de Baja Definición



Prototipos de Alta Definición

Posteriormente, se desarrolló el prototipo con movimientos de animación definidos frame por frame, estableciendo las escenas y elementos visuales que conforman la versión final de la mini serie animada. Lo cual incluye:

- Diseños finales de fondos y escenarios.
- Estructura y construcción final de los personajes para animación.
- Color script de las escenas principales.
- Diseño de props y definición de la paleta cromática.
- Selección y edición de efectos de sonido, voces y música.

Figura 9

Prototipo de Alta Definición



2.5.8. Experimentos

Con el objetivo de validar la necesidad, pertinencia y potencial aceptación del proyecto animado, se aplicó una encuesta estructurada dirigida al público objetivo, que se basa en adolescentes, jóvenes y jóvenes adultos, residentes en Lima metropolitana, quienes representan a los principales consumidores de este tipo de contenido online.

La encuesta se realizó de manera digital mediante Google Forms, entre el 1 y el 10 de junio de 2026, alcanzando una muestra total de 46 encuestados.

Se consideró preguntas cerradas de opción múltiple y preguntas abiertas de respuesta extensa con el fin de medir las variables demográficas, los hábitos de consumo de contenido animado y la percepción social sobre la representación del adulto mayor en los medios de entretenimiento actuales, permitiendo obtener datos tanto cuantificables como cualitativos que facilitan la validación de la hipótesis inicial y el entendimiento más profundo de las necesidades de la audiencia.

Resultados obtenidos:

Los principales hallazgos pueden sintetizarse de la siguiente manera:

A. Perfil demográfico

De la muestra de 46 participantes, una fuerte concentración del público se basa en un público joven, siendo el **82.6%** que se encuentra en el rango de edad de 18 a 24 años, donde el **50%** se dedica exclusivamente a los estudios y un **30.4%** se encuentra trabajando y estudiando al mismo tiempo, consolidando el perfil de audiencias siendo mayoritariamente centrado en jóvenes en la etapa universitaria y/o jóvenes en la etapa de inserción laboral o transicionando al mundo laboral.

B. Conocimiento Previo

El **54.3%** afirma haber visto alguna serie o película animada donde el adulto mayor sea protagonista, mientras que un **26.1%** contestó que no y un **19.6%** indicó que "*tal vez*".

Esto muestra un panorama de terreno fértil para proponer historias innovadoras que incrementen la presencia y protagonismo de este grupo.

C. Percepción sobre estereotipos

El **63%** de los encuestados perciben que los personajes de tercera edad suelen ser relegados y encasillados a papeles secundarios o estereotipados extremadamente con respecto a la fragilidad o pasividad mientras que un **28.3%** señala que esto ocurre "*a veces"*.

Esta valorización constituye a un respaldo directo para el contenido del proyecto, ya que los usuarios argumentan percibir que la industria tiende a "deshumanizarlos" o "minimizarlos", reduciendolos a los extremos del "viejo amargado" o el "anciano sabio y/o pasivo que sirve únicamente de relleno o guia".

D. Preferencia de formato

El **65.2%** de los participantes consumen con frecuencia series 2D animadas, seguido por un **52.2%** que opta por formatos visuales como Webtoons, comics o mangas.

E. Diseño visual y géneros narrativos

a. El **67.4%** considera que un diseño de personaje estilizado, estilo Cartoon o caricatura, contribuye a que los adultos mayores se perciban más carismáticos a la pantalla
b. El **73.9%** afirma que utilizar géneros dinámicos, como la comedia o la acción, es una estrategia efectiva para mejorar la percepción social sobre la vejez

F. Hábitos de consumo

El **60.9%** de la muestra consume de manera cotidiana contenido rápido a través de redes sociales y un **58.7%** dedica su tiempo libre a formatos más extensos.

G. Canales principales de acceso

El 63% de los usuarios considera a las redes sociales como su medio principal para consumir entretenimiento en su dia a dia, seguido por un 21.7% que prefiere plataformas de streaming convencionales como Netflix, HBO o Amazon Prime

H. Elementos más valorados dentro del contenido animado

De acuerdo a las encuestas y tendencias observadas, apoyado al análisis cualitativo de las respuestas, los encuestados seleccionaron como factores importantes para conectar con una producción:

a. Narrativa dinámica basada en acción y comedia **(73.9%)**
b. Diseño de personajes estilizados y carismáticos que rompan con la estética convencional **(67.4%)**
c. Representación auténtica, activa e independiente de los adultos mayores que rompan con los estereotipos perjudiciales **(71.7%)**

I. Interés por el proyecto

a. El **71.7%** de los encuestados manifestó interés directo y positivo en consumir una serie animada donde los adultos mayores asuman roles principales, activos y libre de estereotipos
b. El **28.3%** restante indicó que su interés depende del estilo y narrativa de la propuesta, lo que muestra una aceptación potencial del proyecto.

Tabla 2

Tabla de Hipótesis

Hipotesis	Nivel de validación	Evidencia
Medios de entretenimiento actuales encasillando a los adultos mayores en roles secundarios o estereotipos de fragilidad.	Alta	63% afirma que son relegados a papeles secundarios o estereotipos pasivos
El diseño de personajes estilizado (cartoon) incrementa el carisma y atractivo visual de los personajes de la tercera edad.	Alta	67.4% considera que este estilo de diseño ayuda a que los adultos mayores se vean más carismáticos en pantalla.
Los géneros de acción y comedia son herramientas efectivas para transformar la percepción social sobre la vejez y romper la idea de "fragilidad".	Muy alta	73.9% confirma que el uso de la comedia y la acción en la animación mejora directamente la imagen colectiva del envejecimiento.
Existe un público objetivo interesado en consumir una producción animada con protagonistas mayores activos e independientes.	Muy alta	71.7% muestra interés directo en ver la serie
El proyecto puede generar un impacto social positivo y estrechar los lazos intergeneracionales entre los jóvenes y los adultos mayores.	Alta	Las respuestas abiertas evidencian que los jóvenes usarían la serie como un espacio de empatía y tiempo de calidad para compartir con sus propios abuelos.

En conjunto, los datos proporcionados validan la viabilidad conceptual y comercial del proyecto

2.5.9. Resumen del proyecto de innovación

La propuesta de innovación consiste en el desarrollo de un piloto animado 2D de acción y comedia, orientado en transformar la representación del adulto mayor en los medios y fomentar una conexión intergeneracional con la audiencia joven.

La propuesta de valor radica en transformar la percepción de la vejez en una narrativa disruptiva y dinámica, donde los espectadores descubren la vitalidad del adulto mayor a través de comedia absurda y acción.

Los beneficios generados se orientan a diferentes actores:

- **Para el adulto mayor:** Revalorización de su imagen en la cultura popular, promoviendo su visibilidad como agente activo y complejo dentro de la sociedad digital
- **Para el público joven:** Propuesta de entretenimiento fresca y novedosa que busca romper con los clichés tradicionales.
- **Para la industria de animación:** Referente audiovisual innovador que dinamiza el mercado de contenido, fomentando la representación diversa y demuestra la viabilidad comercial de protagonistas no convencionales.

El modelo de negocio se sustenta en tres pilares

- **Valor narrativo:** Ofrece una historia disruptiva de acción y comedia que atiende la creciente demanda de contenido original.
- **Valor social:** Crea una conexión afectiva y empática que combate el edadismo
- **Valor visual:** Integra recursos de la estética cartoon para potenciar el humor, identidad de marca y retención del espectador

Sostenibilidad del proyecto

El producto promueve el triple balance

- **Social:** Combate activamente el edadismo, deconstruyendo los estereotipos sobre la vejez y promueve la empatía intergeneracional
- **Ambiental:** Se basa en un modelo de distribución digital, reduciendo la huella de carbono asociada a la manufactura masiva

- **Económico:** Optimizar costos de producción, garantizando la escalabilidad financiera mediante un modelo de diversificación de ingresos (licenciamiento B2B, monetización digital B2C y merchandising)

Plan de actividades

1. **Iteración 1 - Ajustes tras validación:**

   Se incorporaron mejoras técnicas y narrativas en respecto al guión, animación y diseño a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada al público objetivo (46 participantes). Estas observaciones permiten ajustar la caracterización de los personajes y la intensidad de la comedia, con el fin de optimizar el carisma de los personajes antes de proceder con el acabado final.

2. **Iteración 2 - Prototipado avanzado**

   Se desarrolló la versión definitiva del teaser-trailer del capítulo piloto animado, integrado de manera coherente todos los componentes tecnicos de produccion y postproduccion, consolidando un prototipo audiovisual de alta definición listo para su validación de mercado

3. **Masificación**

   - **Alianzas estratégicas con distribuidoras audiovisuales:** Con el fin de aprovechar su posicionamiento, red de contactos y experiencia en ecosistemas de contenido, facilitando la venta de derechos de emisión e inserción del proyecto en catálogos de plataforma de streaming
   - **Lanzamiento y distribución multiplataforma:** Estreno estratégico de contenido promocional complementario en canales digitales
   - **Ruta de festivales:** Difundiendo y promocionando activamente el piloto en eventos de la industria para atraer inversionistas ángeles y estudios de coproducción
   - **Expansión transmedia:** Producción secuencial de nuevos episodios de la serie, acompañada del desarrollo del videojuego o línea de merchandising

Recursos necesarios

a. **Recursos humanos**

   - **Equipo de guión y dirección:** Guionista, script doctor, productor de línea y director general

- **Equipo de arte y preproducción:** Dirección de arte mid-level, director de animación y concept artists, artistas de fondos y prop designers
- **Equipo de producción y animación:** Storyboarders, artistas layout, animadores senior e intermedios y artistas cleaners y color
- **Equipo de postproducción y sonido:** Director de sonido, postproductor de evicción de video, compositor de música original y actores y actrices de voz
- **Gestión y comercialización:** Diseñador gráfico especializado para la marca, contador y content creators para estrategias de marketing y redes sociales

b. Recursos materiales

- **Aspectos legales e identidad:** Tasas y derechos de tramitación únicos para el registro de la obra (Copyright) y registro de la marca ante INDECOPI
- **sustento del equipo técnico:** Presupuesto asignado para salud del personal y fondo de contingencia mensual para mitigaciones de riesgo durante los 9 meses de producción

c. Recursos tecnológicos

- **Soporte e infraestructura digital:** Servicio de almacenamiento en la nube a gran escala para respaldo y flujo de trabajo seguro (Google cloud con capacidad mínima de 2T por año)
- **Software Especializado:** Licencias de software profesional para ilustración digital, animación 2D frame by frame y edición de video (Clip Studio Paint, Photoshop, After Effects)
- **Hardware de Producción:** Computadoras de gama alta con capacidad de procesamiento gráfico para renderizado de video, tabletas digitales y dispositivos de control de tiempo o smartwatch
- **Equipamiento de audio:** Alquiler de estudios de grabación profesionales con micrófonos de condensador de alta fidelidad

3. Estimación de costos

3.1. Presupuesto

Para determinar la viabilidad económica del proyecto, se presenta una estimación de costos basada en los recursos tecnológicos, mano de obra y actividades necesarias para el desarrollo de la serie animada. Este presupuesto corresponde al capítulo piloto y contempla tanto la producción como post producción inicial del proyecto.

Tabla 3

Tablas Costos

Partida (recursos)	Descripcion Detallada	Tipo de Costos	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (S/)	Costo Total (S/)
Personal						
1.1 Direccion y gestion	Producción General y Dirección General del proyecto	CF	Mes	9	3,000.00	27,000.00
1.2 guión y narrativa	Desarrollo del guión definitivo y asesoría de Script Doctor	CF	Paquete	1	6,000.00	6,000.00
1.3 Jefaturas de Área	Dirección de Arte Mid-Level y Dirección de Animación	CF	Mes	9	9,333.33	84,000.00
1.4 Preproducción visual	Concept Artists (Personajes, Escenarios, Props) y Storyboardistas	CV	Mes	2	16,850.00	33,700.00
1.5 Elenco de voz	Tres actores principales, un extra y alquiler/limpieza de estudio de audio	CV	Pago Unico	1	3,800.00	3,800.00
1.6 Fase deLayout	Lead Layout Senior y Layout Artist Intermedio	CV	Mes	3	6,500.00	19,500.00
1.7 Animación Rough	Animador Senior y Animadores Intermedios	CV	Mes	2	11,000.00	33,000.00
1.8 Clean up y Color	Lead Cleaner Senior y Cleaners Intermedios	CV	Mes	1	9,600.00	19,200.00
1.9 Post producción	Postproductor para edición final del piloto	CF	Mes	9	2,300.00	2,300.00
1.10 Banda sonora	Compositor para la creación de música original	CF	Pago Unico	9	600.00	600.00
1.11 Promoción	Content Creator dedicado para redes sociales	CF	Mes	9	500.00	4,500.00

Partida (recursos)	Descripcion Detallada	Tipo de Costos	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (S/)	Costo Total (S/)
Logistica y gestión						
2.1 Aspectos Legales	Registro de obra y registro de marca comercial ante INDECOPI	CF	Pago Unico	1	625.00	625.00
2.2 Operaciones	Almacenamiento Cloud (2TB) y servicios contables	CF	Mes	9	190.00	1,710.00
2.3 Contingencias	Margen de imprevistos mensuales (Backup de producción	CF	Mes	9	1,500.00	13,500.00
2.4 Bienestar	Seguro de salud para el equipo de trabajo	CF	Mes	9	300.00	2,700.00
						255,075.00

Análisis

Este presupuesto se alinea con la fase de desarrollo y producción del capítulo piloto, donde los costos iniciales de inversión suelen ser mayores por tratarse de la creación desde cero de todo el universo visual. Sin embargo, es una producción en serie de una temporada:

- Los recursos gráficos, como diseño de personajes, fondos base y props, ya desarrollados se reutilizan.
- Los flujos de trabajo en el área de animación rough, layout, clean up y color, se vuelven más eficientes conforme el equipo se familiariza con la estética y estilo del proyecto

Esto permite proyectar un producto audiovisual altamente competitivo y rentable para su inserción en el mercado de distribución digital y plataformas de streaming.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

En el desarrollo del presente proyecto se logró generar el piloto animado de la miniserie "Duelo de Abuelitas" luego de la realización de numerosas pruebas de animación y elaboración de prototipos de baja y alta definición, los cuales permitieron validar la narrativa audiovisual y optimizar gradual y progresivamente la dirección de arte. Como resultado, se consolidó un producto audiovisual animado en 2D dirigido a jóvenes y jóvenes adultos, facilitando la erradicación de prejuicios perjudiciales hacia el adulto mayor y revalorizando la identidad cultural de estos mediante una experiencia entretenida y significativa.

Asimismo, se cumplió el primer objetivo específico al diseñar la propuesta, situando al adulto mayor en roles activos que cuestionan directamente las narrativas tradicionales asociadas con la vejez. De igual manera, se alcanzó el segundo objetivo específico mediante el desarrollo del teaser-trailer del piloto.

Finalmente, se logró fomentar la curiosidad y participación activa con respecto a las relaciones intergeneracionales gracias a la estructura de guión, situaciones absurdas y las personalidades de los personajes. A través del trabajo de animación, diseño de personajes , integración de actores de voz y música original, se construyó una experiencia audiovisual que reivindicó la imagen y la autonomía del adulto mayor. Este enfoque se sustenta en investigaciones sobre la gerontología, la cual señala la

participación de adultos mayores en géneros dinámicos de manera efectiva (Fernández-Ruiz, 2021; Geena Davis Institute, 2020).

En conjunto, Duelo de Abuelitas se consolida como un proyecto audiovisual de innovación con alto valor comercial y social, que articula el entretenimiento e inclusión y que presenta un importante potencial de mejora e innovación en futuras temporadas.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda optimizar el piloto mediante la mejora técnica en etapas de animación rough, clean up y diseño de sonido, con el propósito de garantizar un acabado audiovisual fluido. Asimismo, resulta pertinente ampliar el público objetivo con el fin de recoger retroalimentación diversa que nos permita ajustar la efectividad del humor a las percepciones reales de la audiencia.

Se sugiere también actualizar la biblia transmedia y la guía de contenido para redes sociales el fin de facilitar la consolidación de una comunidad y erradicar las desigualdades. Del mismo modo, se propone terminar de implementar el resto del ecosistema transmedia planteado para ampliar las posibilidades narrativas del producto.

Finalmente, se recomienda implementar un plan de seguimiento y análisis con respecto a las métricas de recepción en plataformas de distribución, así como alianzas estratégicas con productoras que favorezcan el financiamiento de la primera temporada y su masificación a nivel continental.

5. Referencias

Camacho-Markina, I., y Santos-Diez, M. T. (2025). La representación de las personas mayores en los medios de comunicación y las redes sociales. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (40). https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32453.26083

Cantó, A. (2022). El "comic relief" y la evolución de los personajes de la tercera edad en las producciones animadas independientes. *Revista Digital de Animación Retro*, 14(2), 45–58. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7604902

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). *Las personas mayores en América Latina en la era digital: Superación de la brecha digital*. Naciones Unidas. https://www.cepal.org/es/publicaciones/44580-personas-mayores-america-latina-la-era-digital-superacion-la-brecha-digital

Fernández-Ruiz, M. (2021). Nuevas tendencias narrativas: La necesidad de la inclusión senior en géneros dinámicos. *Repositorio Académico UPC*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654627

Fundación Ibercaja. (2023, 14 de noviembre). El boom de los "influencers senior": El contenido auténtico y sin postureo que triunfa más allá de la edad. *65ymás*. https://www.65ymas.com/transicion-activa-fundacion-ibercaja/boom-influencer-senior-contenido-autentico-sin-postureo-triunfa-mas-alla-edad_77932_102.html

Fundación Neurociencias. (2024). *La brecha digital en la vejez: Cómo superarla para proteger la salud mental*. Entorno Digital Senior. https://fneurociencias.org/la-brecha-digital-en-la-vejez-como-superarla-para-proteger-la-salud-mental/

Geena Davis Institute on Gender in Media. (2020). *Women over 50: The right to be seen on screen*. https://seejane.org/research-informs-empowers/women-over-50-the-right-to-be-seen-on-screen/

Ma Lam, J. (2022). El crecimiento sostenido del mercado animado: Oportunidades en la acción y comedia para jóvenes adultos. *CEUR Workshop Proceedings*, 3082, 78–89. https://ceur-ws.org/Vol-3082/paper9.pdf

Ng, R., Allore, H. G., Trentalange, M., Monin, J. K., & Levy, B. R. (2015). Increasing negativity of age stereotypes across 200 years: Evidence from a database of 400 million words. *PLoS ONE*, 10(2), e0117086. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0117086

Ng, R., Indran, N., & Yang, W. (2023). Portrayals of older adults in over 3,000 films around the world. *Journal of the American Geriatrics Society*, 71(9), 2726–2735. https://doi.org/10.1111/jgs.18400

Pijamasurf. (2016, 15 de agosto). *Un sentido del humor que se vuelve más oscuro de manera repentina podría ser una señal temprana de demencia senil*. Sección Neurociencias. https://pijamasurf.com/2016/08/un_sentido_del_humor_que_se_vuelve_mas_oscuro_senal_de_demencia_senil/

Quirós Zúñiga, L. (2025). Estereotipos del envejecimiento y la representación de la tercera edad en las industrias creativas de América Latina. *Revista de Comunicación de la Universidad de Piura*, 24(1), 112–130. https://upcommons.upc.edu/entities/publication/c6aee4f2-f6c6-491c-9add-0db1dac92bfb

Russo, J., & Klein, A. (2020). Desplazamiento y representaciones mediáticas de la vejez en géneros de acción y comedia. *Revista Mexicana de Comunicación*, (84), 54–69. https://ru.dgb.unam.mx/server/api/core/bitstreams/6b4a2527-c7a7-481f-a1eb-55aaf249bb1a/content

Villar, F., & Serrat, R. (2015). El envejecimiento como relato: Una invitación a la gerontología narrativa. *Revista Kairós-Gerontologia*, 18(2), 09–29. https://doi.org/10.23925/2176-901X.2015V18I2P09-29

Programa Ibirapitá (s.f:). *Programa Ibirapitá | Inclusión digital de personas mayores.* https://ibirapita.org.uy

Winkle, B. (2017). *Baddiewinkle's Guide to Life*. HarperCollins.

Juárez, N. (2023, 30 de marzo). *Doña Ángela: la abuelita cocinera mexicana que sorprendió al New York Times. Radio Fórmula.* https://www.radioformula.com.mx/estilodevida/Dona-Angela-la-abuelita-cocinera-mexicana-que-sorprendio-al-New-York-Times-20230330-0078.html

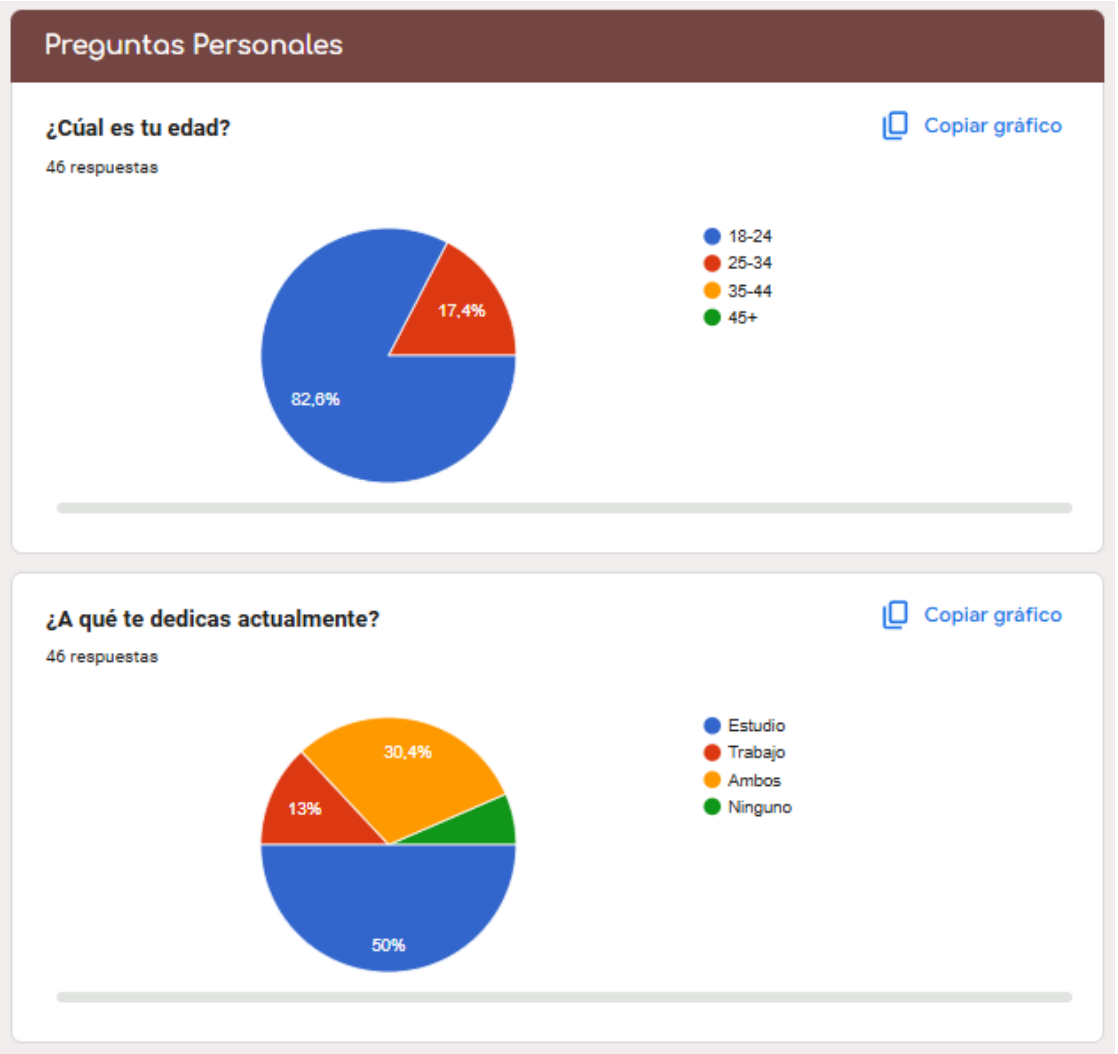
No Somos TV. (2026, 14 de junio). *AUDICIONES E1 - ELLOS CANTAN ANTES DE PARTIR*. https://www.youtube.com/watch?v=g9g23cblJG8

Jemio, D. (2025, 30 de marzo). Un pódcast creado por mayores de 90 años triunfa en Argentina. *El País*. https://elpais.com/america-futura/2025-03-30/un-podcast-creado-por-mayores-de-90-anos-triunfa-en-argentina.html

Yildirim, S., & Seckin-Kapucu, M. (2021). Modelos de interacción lúdica y tecnologías emergentes aplicadas a la diversidad de estilos de aprendizaje. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 20(3), 143–158. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000300013

6. Anexos

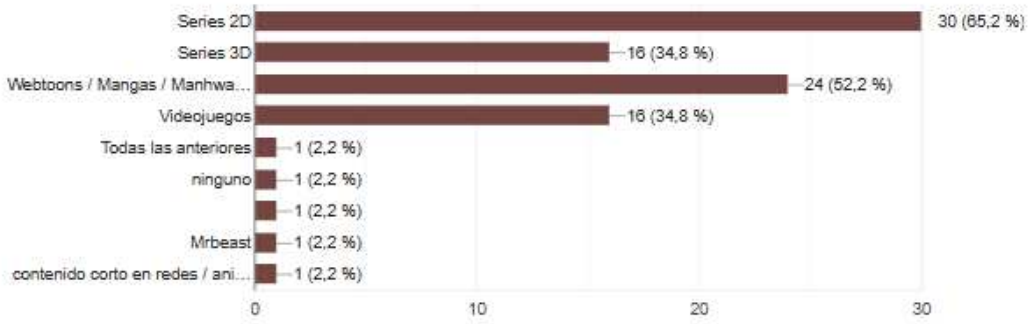
6.1. Anexo 1 - Encuestas



¿Qué tipo de contenido animado consumes con más frecuencia?

Copiar gráfico

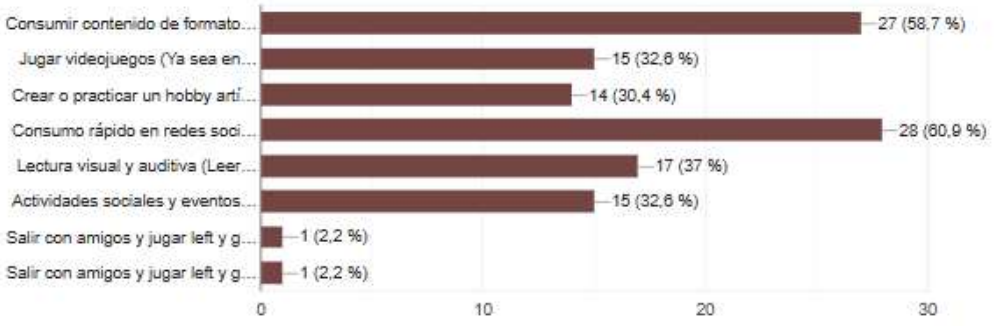
46 respuestas



¿Cómo sueles invertir la mayor parte de tu tiempo libre? (Selecciona hasta 3 opciones)

Copiar gráfico

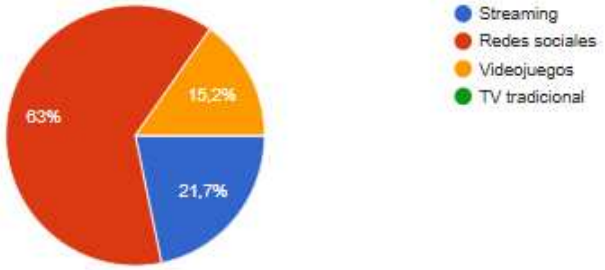
46 respuestas



¿Cuál es tu plataforma principal para consumir entretenimiento a diario?

Copiar gráfico

46 respuestas

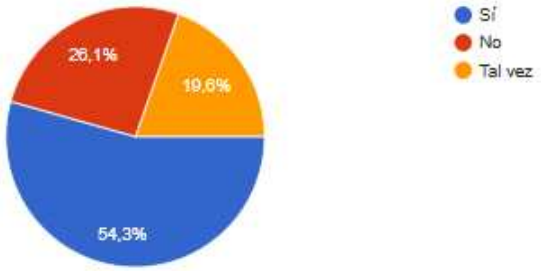


Preguntas Cerradas

¿Has visto alguna serie o película animada donde un adulto mayor sea protagonista?

Copiar gráfico

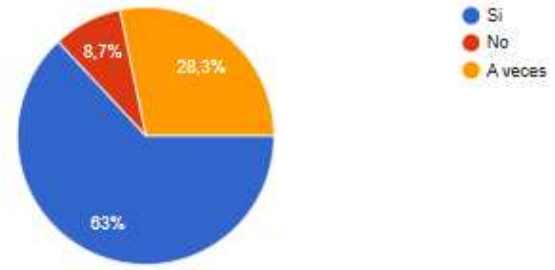
46 respuestas



¿Sientes que los personajes de la tercera edad suelen ser relegados a papeles secundarios o basados en estereotipos (como extrema fragilidad o pasividad)?

Copiar gráfico

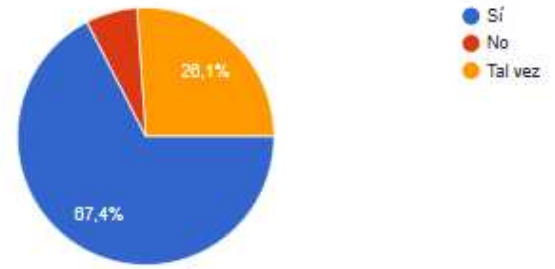
46 respuestas



¿Consideras que un diseño de personajes estilizado (tipo *cartoon* o caricatura) ayuda a que los adultos mayores se vean más carismáticos?

Copiar gráfico

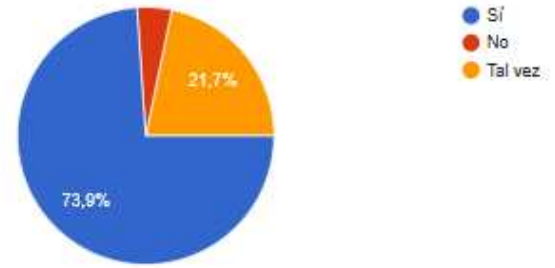
46 respuestas



¿Crees que usar géneros como la comedia y la acción en la animación puede ayudar a mejorar la percepción social sobre la vejez?

Copiar gráfico

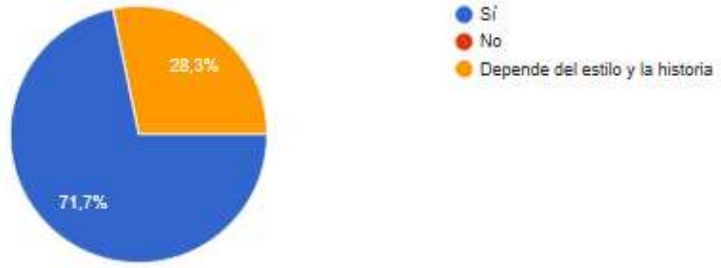
46 respuestas



¿Te interesaría ver una serie animada donde los adultos mayores sean los protagonistas principales y activos de la historia?

Copiar gráfico

46 respuestas



Sección de respuestas abiertas

¿Crees que existen estereotipos negativos sobre la vejez en el entretenimiento? Si es así, ¿Qué opinas al respecto?

46 respuestas

No
Creo que los reducen a una imagen por lo general tierna o gruñona sin mayor trascendencia en la vida de los demás integrantes
Los estereotipos existen, pero no suelen ser negativos, por el momento no tengo memoria de haber visto algo negativo relacionado a la vejez en animaciones.
Opino que no debería ser así ya que puede ser un gran contenido.
Si, me parece que la forma en la que representan al adulto mayor es muy poco creativo ,ya que ellos no solo son tiernos o gruñones o débiles como mayormente lo representan, son personas con diversas personalidades y historias las cuales e puede explorar. Muy queridos por cierto.
Depende de la peli
No diria que negativos necesariamente, pero si que los encasillan de cierta forma

En tu día a día ¿Qué tipo de comentarios sueles escuchar respecto a la importancia del adulto mayor en el contexto social actual?

46 respuestas

- Que son cerrados, gruñones muy tradicionales
- Hablando de la importancia como tal se suele escuchar poco, lo común que se escucha es acerca del conocimiento y memorias del pasado que guardan.
- No mucho
- La verdad que no recuerdo algún comentario en específico
- Que no es resaltante
- Escucho poco sobre la importancia del adulto mayor la verdad
- No les prestan importancia, mas lo consideran una carga
- La verdad no suelo escuchar mucho, debido al lugar donde vivo se suele respetar a las personas de edad sin importar apariencia u otras caracteristicas.

¿Crees que es importante cambiar la forma en que se representa la vejez en los medios de entretenimiento actuales?

46 respuestas

- Si
- Si
- Sí
- Sí, siento que al igual que todos son personas con disitintos matices con poca representación en contextos como la animación y en general en el ámbito artístico
- Dependerá de su representantación actual, unos ejemplos conocidos para tener fresca la memoria a cerca de cómo se representa la vejez, de momento no tengo muy claro de qué forma se hace.
- Si un poco
- Si, porque creo que está demostrado que medios son muy influyentes en la forma de pensar de las personas y si por medios de ellos se vende una imagen errónea de alguien pues se terminan normalizando.

¿De qué manera crees que el humor y las situaciones de acción cambian la forma en que vemos la supuesta "fragilidad" de los adultos mayores en la ficción?

46 respuestas

- Creo que mientras el humor no se convierta rn burla podrían convivir para cambiar ese concepto de fragilidad
- Claramente cambia la "fragilidad" por una percepción que yo diría que sería cómica al igual que surreal.
- La cambiar ya que al ser animado se tiene más libertad a las expresiones
- Creo que el uso del humor hace más fácil captar la atención del usuario y según como muestran al adulto mayor pues se puede cambiar la perspectiva que se tiene de ellos de persona frágil
- Es que ellos son mas i telige tes y sabios que nosotroa los jovenes
- Lo cambia de manera comica yo creo, no sueles ver a un viejito haciendo cosas muy exageradas
- Los hace ver mas utiles
- Bueno, no tengo comentarios para ello.

Desde tu perspectiva, ¿Cómo crees que una serie animada con personajes mayores fuera de lo común podría cambiar la imagen que tienen los jóvenes sobre el envejecimiento en tiempos actuales?

46 respuestas

- Creo que podría ayudarles a ver cómo es llegar a esa edad y que muchas veces no es fácil aceptarlo, y eso es parte de la vida por que todos pasaremos en algún momento
- Dependiendo del desarrollo y la trama diría que puede pasar desapercibido, como ejemplo el personaje de Ambessa en "Arcane".
- Verlo como uno vez lo vio una persona mayor y sentir sus vivencias
- Haria ver el envejecimiento de una forma más divertida y sin cerrase en estereotipo de viejitos frágiles
- Pelicula defull mayores donde ve como las genraciones canbiany que se refleje la realidad deello
- Depende de como se enfoque, pero podria ser efectivo
- Les daría otra perspectiva
- Sin opinion