

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente
en Lambayeque**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

Jonelso Guevara Diaz

ASESOR

Milton Francisco Calopiña Avalos

<https://orcid.org/0000-0002-1192-3404>

Chiclayo, 2025

**Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine
independiente en Lambayeque**

PRESENTADA POR
Jonelso Guevara Diaz

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez
SECRETARIO

Milton Francisco Calopiña Avalos
VOCAL

Dedicatoria

A mi madre, Maribel Díaz Aspajo, y a mi padre, Jerly Guevara Dioses, por su amor y apoyo incondicional en todo momento. A mis hermanos, por su cariño y por estar siempre a mi lado. A mis amigos, por su compañía y su motivación en todo momento.

Agradecimientos

A mis compañeros y amigos: Luis, Raúl, Esmeralda, Jareth y Ariana, quienes estuvieron apoyándome durante todo este trabajo. Agradezco a mi familia y a todos los docentes, validadores y entrevistados fueron parte de la realización de este trabajo.

Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	tesis.usat.edu.pe Internet Source	3%
2	raco.cat Internet Source	1%
3	hdl.handle.net Internet Source	1%
4	docs.google.com Internet Source	1%
5	idus.us.es Internet Source	1%
6	revistadecomunicacion.com Internet Source	1%
7	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1%
9	repositorioinstitucional.ceu.es Internet Source	1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos.....	15
Resultados.....	20
Discusión.....	26
Conclusiones.....	27
Recomendaciones	27
Referencias	31
Anexos.....	34

Resumen

La presente investigación titulada Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque tuvo como objetivos específicos identificar el nivel de implicación que tienen los lambayecanos con el cine independiente de la región, determinar las plataformas para la publicación de la propuesta transmedia y diseñar la estructura de la estrategia de narrativa transmedia. La metodología empleada abarcó entrevistas cualitativas con cineastas y expertos en narrativa transmedia, así como la revisión de literatura relevante. Los resultados más destacados mostraron que, aunque existió un consumo regular de cine por parte de los lambayecanos, este se inclinó más hacia producciones internacionales y géneros populares, lo que limitó la visibilidad del cine independiente local. La estrategia propuesta incluyó una campaña en redes sociales, la producción de contenido audiovisual inmersivo, y la organización de eventos interactivos, con el fin de aumentar el engagement del público y mejorar la percepción del cine independiente en la región.

Palabras claves: Narrativa transmedia, Cine independiente, Promoción cultural, Medios digitales.

Abstract

The present investigation titled Proposal of a Transmedia Narrative to Promote Independent Cinema in Lambayeque had the following specific objectives: to identify the level of engagement that Lambayeque residents have with the region's independent cinema, to determine the platforms for publishing the transmedia proposal, and to design the structure of the transmedia narrative strategy. The methodology employed included qualitative interviews with filmmakers and experts in transmedia narrative, as well as a review of relevant literature. The most notable findings showed that, although there was a regular consumption of cinema by Lambayeque residents, they leaned more towards international productions and popular genres, limiting the visibility of local independent cinema. The proposed strategy included a social media campaign, the production of immersive audiovisual content, and the organization of interactive events, aiming to increase public engagement and improve the perception of independent cinema in the region.

Keywords: Transmedia narrative, Independent cinema, Cultural promotion, Digital media.

Introducción

El cine independiente representa una voz única y valiosa en el vasto panorama de la industria cinematográfica. Carballo (2022) explica que este tipo de cine ofrece narrativas originales, perspectivas alternativas y creatividad ilimitada al mundo del cine. A pesar de la innegable contribución del cine independiente al arte y la cultura, todavía enfrenta un desafío persistente y preocupante: la falta de promoción.

El cine independiente es caracterizado por un enfoque en la experimentación, la innovación y la exploración de temas que a menudo se pasan por alto en las producciones de los grandes estudios. Para esto Barrientos (2022) explica que el cine independiente se refiere a toda puesta en escena cinematográfica que no sigue las convenciones del cine comercial o tradicional, y que se coloca de manera alternativa frente a los gigantes locales existentes.

Este tipo de cine busca tener una independencia política y financiera, ya sea de los gobiernos de turno o del capital, y se caracteriza por su autogestión y por tratar de romper con los esquemas tradicionales en términos de narración, producción, distribución, y exhibición. Sin embargo, a pesar de la naturaleza de este tipo de cine, persisten obstáculos significativos en cuanto a la distribución de estas películas, lo que plantea un dilema fundamental para la sostenibilidad y el acceso a una audiencia global de cine independiente de calidad.

En España, el problema de la poca promoción de cine independiente también existe y sus películas también se ven afectadas. Para esto, la escasa promoción se ha visto contrarrestada por la relación de la industria con instituciones como canales de televisión, el Ministerio de Cultura, festivales nacionales y la Unión Europea para apoyar la distribución de este cine de autor (Carballo, 2022).

Para Bedolla (2022), el cine independiente en Perú se ve afectado por problemas estructurales como la falta de financiamiento, exhibición y distribución. Señala que el sistema cinematográfico peruano es muy frágil, lo que genera que las películas salgan rápidamente de cartelera debido a la presión de las distribuidoras norteamericanas. Esto, a su vez, hace que la explotación de las películas sea incierta, desincentivando la inversión en el cine local.

Este problema, también en la región Lambayeque, el cine independiente afronta obstáculos similares debido a la falta de promoción y distribución adecuada. Sobre esta situación, el Ministerio de Cultura (2021), sostiene que el autofinanciamiento o el apoyo de instituciones como La Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) son fundamentales para los cineastas independientes en el Perú, ya que les permiten llevar a cabo sus proyectos cinematográficos y distribuirlos a pesar de las limitaciones del mercado local.

En la realidad lambayecana, las personas que gestionan estos productos audiovisuales han visto una solución en la difusión de estas obras a través de las redes sociales. Sin embargo, estas herramientas suelen ser de poca ayuda si no se usan de manera correcta.

Respecto a esta situación, Hernandez y Franco (2022) afirman que el avance de las tecnologías móviles y el consumo de contenido multimedia en diversas plataformas y redes sociales pueden impactar e interesar al cine independiente mediante la narrativa transmedia, la cual consiste en contar una historia a través de varios medios complementarios para crear un universo atractivo para el público.

Aquí la narrativa transmedia ofrece una solución innovadora al desafío de captar y retener la atención del público en la industria del cine. Al expandir una historia más allá de las

películas tradicionales hacia múltiples plataformas como cómics, videojuegos, redes sociales y series se crea un universo narrativo rico y envolvente. Esto no solo extiende la vida útil de la película, sino que también permite a los espectadores interactuar de maneras más profundas y personales con la trama y los personajes. Rambla (2020) reafirma que el uso efectivo de estas herramientas digitales fomenta la autonomía y la participación en redes sociales dentro de entornos de aprendizaje tanto presenciales como virtuales, lo que a su vez, aumenta el interés y la motivación de los del público objetivo en algún tema.

Es por ello que la investigación formula la siguiente interrogante: ¿Cómo es la propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque?

El trabajo es importante porque al integrar la narrativa transmedia con el cine independiente, se puede crear crecimiento en el cine regional. Al generar un interés más amplio por las producciones locales, se facilita el acceso de cineastas emergentes a un público más extenso. A través del uso de plataformas digitales e interactivas, se abre un nuevo canal de difusión que permite a las producciones llegar a más personas sin depender de los métodos promocionales tradicionales, que suelen ser más costosos. De esta manera, no solo se favorece la visibilidad de las películas, sino que también se estimula el desarrollo de comunidades virtuales alrededor del cine independiente.

Por otro lado, esta investigación tiene gran relevancia social al promover la cultura local, impulsar la industria cinematográfica, involucrar al público, crear una comunidad en torno al cine y, potencialmente, tener un impacto económico y cultural. Este trabajo no solo impacta a los cineastas o productores de cine independiente de Lambayeque, sino también a otras regiones del país, ya que el conflicto abordado en este trabajo tiene vigencia a nivel nacional. Por lo tanto, a través de esta propuesta, se busca generar un aumento en la promoción de las producciones de cine independiente.

Este estudio presenta un valor teórico significativo al abrir nuevas perspectivas, estrategias y enfoques en la promoción cinematográfica. Además, proporciona nueva información sobre el cine independiente en Lambayeque y narrativa transmedia, sirviendo como base para futuras investigaciones en el campo de la comunicación audiovisual.

La investigación planteó como objetivo general: Plantear una propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque.

Como objetivos específicos: Identificar el nivel de implicación que tienen los lambayecanos con el cine independiente de la región. Determinar las plataformas para la publicación de la propuesta transmedia. Y, por último, diseñar la estructura de la estrategia de narrativa transmedia.

Revisión de literatura

Antecedentes

Crespo y Piñeiro (2022) estudiaron la metainvestigación en narrativas transmedia: aportes desde Iberoamérica, donde consideraron como objetivo describir de qué modo se ha llevado a cabo la investigación iberoamericana de alto impacto en esta materia durante la última década (2011-2020). Para ello, usaron un enfoque sistemático, objetivo y cuantitativo, en el cual accedieron a documentos académicos evaluados por expertos (papers), los cuales son considerados uno de los formatos más flexibles, si no el más flexible, para expresar los descubrimientos y las reflexiones de los investigadores. Los resultados reflejaron que se debe identificar las plataformas en línea, como Internet, las redes sociales y otros entornos 2.0, las cuales despiertan un fuerte interés en la investigación sobre narrativas transmedia. Esta se caracteriza por su complejidad y su uso estratégico de diferentes medios y soportes.

Arciniegas y Díaz (2021) desarrollaron sobre Nodos, donde presentan una propuesta de investigación para divulgar los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia entre 2009 y 2020; cuyo objetivo se centró en llevar a cabo una investigación en torno a la producción, exhibición y circulación de los audiovisuales transmedia en plataformas digitales, con el fin de reconocer las particularidades técnicas y temáticas de las propuestas. A través de un enfoque del tipo cualitativo y se divide en tres fases: análisis, entrevistas y divulgación. Los resultados que se obtuvieron explicaron que NODOS es un modelo que puede servir de referente en otros lugares para la expansión narrativa en torno al transmedia y, por tanto, la convergencia entre arte, ciencia y tecnología.

Paíno et al. (2022) investigaron sobre la plataforma Dark.Netflix como ejemplo de estrategia de amplificación de la transficcionalidad transmedia. Plantearon como objetivo de la investigación determinar en qué medida la plataforma Dark.Netflix puede considerarse como una estrategia de transficcionalidad transmedia. Mediante el empleo de la herramienta metodológica del *découpage interactivo* se profundizó en los distintos elementos narrativos que han permitido elaborar la experiencia interactiva. Los resultados que se obtuvieron fueron que Dark.Netflix propone una estrategia de amplificación para llevar a cabo la transficción transmedia en el soporte digital que genera un nuevo diálogo narrativo interactivo con los usuarios/seguidores.

Bases Teóricas

Teorías Científicas

El paradigma de Syd Field

Syd Field fue un cineasta y guionista que popularizó una estructura para el desarrollo de sus películas; el cual consiste en primer acto, segundo acto y tercer acto; los cuales cubren toda la narrativa de un proyecto. El principal enfoque de esta teoría radica en la gran estructura narrativa que produce. Allosa (2023), lo describe como uno de los paradigmas más influyentes en la industria del cine, el cual ha guiado a guionistas y cineastas en la creación de historias convincentes durante décadas.

El paradigma de Syd Field resalta la relevancia de estos momentos cruciales en la trama y cómo impulsan el desarrollo de la historia. Asimismo, enfatiza la estructura de tres actos como un medio eficaz para mantener el compromiso del público y tejer narrativas coherentes. Field animaba a los escritores de guiones a examinar y desmenuzar películas exitosas para

comprender cómo se ponía en práctica este paradigma en la realidad. Para Arrollo (2023) esta estructura es una herramienta invaluable para guionistas y cineastas en la creación de guiones exitosos que han llegado a la gran pantalla. Su enfoque en la estructura de tres actos ha demostrado ser un estándar en la industria cinematográfica y ha contribuido al éxito de numerosas películas a lo largo de los años.

La teoría del Prosumidor

El término "prosumidor" proviene de la combinación de las palabras en inglés "productor" y "consumidor". Benaissa (2021) los describe como individuos que actúan tanto como productores como consumidores de información de forma simultánea en este nuevo mercado digital, donde las redes sociales o nuevos medios afectan la manera de consumir y producir.

En el contexto del cine independiente, los prosumidores representan una nueva forma de participación en la industria, donde la línea entre el creador y el consumidor se difumina, permitiendo una mayor diversidad y democratización en la producción cinematográfica. (Gonzales, 2022)

Cine independiente

Carballo (2022) se refiere al cine independiente como aquellas producciones cinematográficas que no están vinculadas a los grandes estudios de Hollywood y que, por lo general, operan con presupuestos más bajos. Este tipo de cine busca ofrecer una diversidad de narrativas y estilos que a menudo no se encuentran en las producciones comerciales.

Así mismo, para López y Martínez (2021) el cine independiente puede entenderse como una mercancía producida para el intercambio y dirigido a públicos específicos con intenciones comerciales. Esta perspectiva lleva a cuestionar el rol del artista en el complejo panorama cultural del cine independiente y a reflexionar sobre cómo las dinámicas comerciales influyen en la autenticidad y creatividad de estas producciones.

En otras palabras, el cine independiente tiene potencial para innovar y diversificar el panorama cinematográfico. Al no estar atado a las rígidas estructuras comerciales de la industria convencional, el cine independiente puede abordar temas marginales, experimentar con estilos únicos y dar voz a historias que de otro modo podrían quedar silenciadas.

Respecto a la extensión del cine, las secuelas y precuelas son dos conceptos comunes en el cine que permiten expandir y profundizar en historias ya establecidas. Para Quatre Films (2024), una secuela es una película que continúa la historia de una película original, generalmente en un tiempo posterior y con los mismos personajes. Esto puede incluir elementos de la obra original, como escenarios y personajes, aunque no siempre es obligatorio. Una secuela puede ser cronológicamente inmediatamente posterior o mantener solo algunos elementos de la historia original.

Por otro lado, una precuela es una película que se sitúa antes en el tiempo de la cinta original, explorando eventos y personajes que preceden a la historia principal (Quatre Films, 2024). Esto puede incluir la creación de nuevos personajes o la revisión de eventos que llevaron a la situación descrita en la película original. Precuelas pueden ser utilizadas para contextualizar la historia y encontrar la explicación de eventos importantes.

Cine regional

Bustamante (2023) describe al cine regional como una descentralización de la industria cinematográfica hacia todo el Perú; abandonando Lima y desplazándose por todas las regiones del país. Es decir, el cine regional peruano se refiere a las producciones cinematográficas que se realizan en las distintas regiones del Perú, más allá de la capital, Lima. Aunque Lima es el epicentro de la industria cinematográfica en el país, las diferentes regiones del Perú tienen sus propias historias, culturas y paisajes que pueden ser explorados y representados a través del cine regional.

Pero esto no ocurrió de la nada. A partir de 1996, el panorama del cine peruano experimenta un cambio significativo, en gran parte debido a la reducción de costos en la tecnología de producción cinematográfica. En diciembre de ese año, se presenta en Ayacucho la película "Lágrimas de fuego", dirigida por José Gabriel Huertas y Mélinton Eusebio, y a partir de ese momento, se inicia una producción constante y simultánea de largometrajes y cortometrajes en diversos departamentos del país, conocidos también como "regiones" debido a su estatus de gobiernos autónomos según la legislación vigente. (Bustamante, 2023)

A lo largo de los años, el cine regional peruano ha ganado reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional, y ha contribuido al enriquecimiento del panorama cinematográfico del país al ofrecer una visión más completa y variada de la cultura y la sociedad peruana. Bustamante (2023), explica la tendencia actual que constituye el aumento considerable en la cantidad de cortometrajes, y la disminución de largometrajes por año, sobre todo en Ayacucho y Puno, las regiones más productivas durante mucho tiempo.

Narrativa Transmedia

La narrativa transmedia se define como un proceso en el que los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas y medios con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Para Irigaray y Lovato (2014), el análisis de las narrativas transmedia se inicia con Henry Jenkins, quien afirmaba que la narrativa transmedia implica que "una historia puede ser desplegada a través de múltiples plataformas de medios, con cada nuevo texto haciendo una contribución específica y valiosa a la totalidad".

Las narrativas transmedia pretenden contar varias historias interesantes y atrapantes que se conecten entre sí en varios medios de comunicación. Precisamente, Frontera (2021) explica que existe una necesidad de que las narraciones en cada uno de los diferentes medios ofrezcan experiencias completas e independientes (aunque estén coordinadas a un nivel superior a través de un diseño macro narrativo). Esto abarca aspectos tanto comerciales como narrativos. Se busca que el espectador, lector o jugador obtenga satisfacción de su experiencia en la lectura o el juego, al mismo tiempo que se insinúa que otras experiencias más profundas y enriquecedoras del mundo narrativo están disponibles en otras plataformas.

Respecto a esta característica única de la narrativa transmedia, López (2023) agrega que las narrativas transmedia logran captar la atención del público al permitir que algunos prosumidores se involucren activamente en la expansión del relato mediante la colaboración en línea. En otras palabras, aprovechan las fortalezas de cada plataforma para crecer y crear una experiencia significativamente más enriquecedora, alcanzando su máxima expresión cuando los usuarios se involucran activamente en la creación del mundo narrativo.

Considerando esta definición de narrativa transmedia, es importante recordar el contexto actual de la sociedad, donde todos están relacionados por las redes sociales y las plataformas digitales que conectan al mundo en cuestión de segundos, especialmente en épocas posteriores a la pandemia de la COVID-19.

Indicar que la sociedad está impregnada de tecnología no es algo nuevo, pero lo que sí es notable es que sus impactos, especialmente después del desigual proceso de aislamiento durante la cuarentena, se han incrementado de manera exponencial. El consumo cultural a través de dispositivos tecnológicos se está difundiendo a una velocidad sorprendente, lo que implica que muchos de los principios que regían la producción de contenido mediático hasta principios del siglo XXI deben adaptarse constantemente para crear experiencias cada vez más significativas para un público ávido de explorar los mundos narrativos que se les ofrecen (Marrocco, 2023).

Macro Narrativa

Tras lo explicado sobre la narrativa transmedia y la estructura que esta tiene, se debe entender que es la “macro narrativa”; la cual se refiere a una narrativa o estructura de historia más grande o a un patrón general que abarca una serie de historias o eventos más pequeños de manera conectada y con sentido. Para González et al. (2020), este tipo de narrativa es un lenguaje que se construye a partir de relatos que ofrecen significación y realización. Es el tejido de la acción e intencionalidad del autor, otorgando sentido y significación al contenido y estructurando los escenarios que se formen entorno a una película.

Este término se utiliza comúnmente en campos como la literatura, la narratología, la teoría literaria y la sociología para analizar cómo las historias individuales se integran en un contexto más amplio y cómo ciertos temas, estructuras o ideologías pueden prevalecer en múltiples narrativas. Este tipo de narrativas ha tenido sus casos de éxito a lo largo de la historia como la influyente serie Star Trek. (Scolari, como se cita en Paredes y López, 2022)

Estructura de narrativa transmedia

La estructura de una narrativa transmedia se caracteriza por su expansión a través de múltiples medios y plataformas, la interacción del público, la coherencia en la historia y la creación de un mundo narrativo enriquecido que va más allá de una sola narración lineal.

Marrocco (2023), toma a autores como Max Giovagnoli para analizar el paradigma de Syd, donde explora cómo los principios fundamentales de este paradigma pueden adaptarse y utilizarse como una base sólida para diseñar estrategias de narrativa transmedia efectivas, apoyándose en la idea de que es útil para generarlas a través de la macro narrativa.

Yucra et al. (2022) explica que la estructura de la estrategia de narrativa transmedia se refiere a la organización y planificación que deben tener las historias al expandirse a través de diferentes medios y plataformas. Esta estructura asegura que la narrativa mantenga coherencia y continuidad, permitiendo que cada medio aporte un aspecto distinto al relato global, enriqueciendo así el universo narrativo.

Además, Yucra et al. (2022) sugiere que la estrategia debe garantizar la intertextualidad y las conexiones entre todas las piezas de la narrativa transmedia, asegurando que las expansiones estén relacionadas entre sí y con la macrohistoria, creando una red de contenido que permita a los usuarios explorar diferentes aspectos de la historia de manera no lineal. Un

aspecto fundamental de esta estructura es la participación de la audiencia. Los fans y usuarios juegan un rol activo, por lo que la estrategia debe incluir mecanismos que permitan y fomenten su participación, desde la creación de contenido generado por los usuarios hasta la interacción directa con la narrativa.

Por ejemplo, proyectos de narrativa transmedia como "The Matrix" o "Star Wars" muestran cómo múltiples historias en diferentes formatos (películas, series, cómics, videojuegos) pueden entrelazarse para crear una experiencia rica y cohesiva para los fans.

Además, la historia matriz desempeña un papel central, es igualmente importante establecer vínculos narrativos que unifiquen el universo, especialmente cuando se expande a través de diversos canales y plataformas.

Medios y plataformas de difusión

Freire et al. (2022), explica que la narrativa transmedia se beneficia de una variedad de medios y plataformas que permiten la expansión y la profundidad de las historias. Entre estos, se incluyen el cine, que a menudo actúa como el núcleo de muchas narrativas transmedia, como es el caso del Universo Cinematográfico de Marvel (UCM); la televisión, con series que complementan o amplían las tramas presentadas en las películas; y los videojuegos, que ofrecen experiencias interactivas para explorar el universo narrativo de manera diferente. Además, la literatura, como libros o cómics, desarrolla tramas o personajes que también aparecen en las producciones audiovisuales.

Respecto a esta propuesta de narrativa transmedia, se contará con aquellos espacios virtuales de acceso más rápido y sencillo, las redes sociales. Barón et al. (2021) describe a las redes sociales como plataformas en línea que permiten a los usuarios crear conexiones y relacionarse entre ellos mediante la creación de perfiles personales, el intercambio y la difusión de contenidos, y la ampliación de sus listas de amigos y contactos.

En otras palabras, estos son espacios virtuales que permiten a los usuarios cultivar sus competencias sociales y explorar sus preferencias personales. En consecuencia, se forja una comunidad virtual que facilita un intercambio de información de manera rápida, sencilla y efectiva.

En este sentido, las redes sociales son claves para generar espacios de difusión de una estrategia transmedia interesante, puesto que el público podrá tener interacciones rápidas y el alcance de esta estrategia será mayor.

Respecto al Perú, las redes sociales más utilizadas por los usuarios fueron Facebook, que incluía 73%, WhatsApp (69%) y YouTube (41%). También menciona que el público que consume este tipo de contenido en línea tiene entre 18 y 70 años. También cabe señalar que TikTok fue una de las redes más desarrolladas en Perú durante la pandemia, creciendo un 387% frente al 349% de Facebook. (Adco, 2020) Debido a esto, en Lambayeque, las plataformas que se usarán específicamente serán Facebook, Instagram, Tik Tok y YouTube.

Promoción y Marketing Cinematográfico

La promoción cinematográfica es un conjunto de estrategias y actividades diseñadas para dar a conocer una película y atraer al público hacia su proyección en salas de cine u otros medios de distribución. Loscos (2021) la define como herramientas que se complementan y son indispensables entre sí. Estas se encuentran en el segundo sector del negocio cinematográfico, las cuales buscan la distribución del producto audiovisual.

En el Perú, se busca trabajar bajo estos conceptos, el Ministerio de Cultura (2020) explica que existen entidades capaces de apoyar con esta promoción o marketing cinematográfico como la Dirección del Audiovisual, la Fonografía, y los Nuevos Medios (DAFO). La cual no solo apoya con el financiamiento, también puede contribuir a la promoción y difusión de las películas independientes financiadas a través de sus programas, concursos y eventos. Con la finalidad de ayudar a dar visibilidad a los proyectos y a los cineastas independientes en el mercado cinematográfico

Respecto a esto, Loscos (2021) destaca la importancia que tienen las salas de cine, puesto que son espacios de exhibición cinematográfica que ofrecen una propuesta diferente a las salas comerciales tradicionales. Puesto que estas salas alternativas son importantes para la difusión y promoción del cine independiente, ya que permiten que estas producciones lleguen a un público interesado en propuestas cinematográficas más arriesgadas, artísticas o fuera de los circuitos comerciales convencionales.

En este contexto, una forma de promocionar una película se produciría a través de la narrativa transmedia. Dena (como se cita en Frontera, 2021), sugiere que la Narrativa Transmedia no es más que un fenómeno mercantil relacionado con la ficción, pero característico de la explotación de una franquicia por los conglomerados multimedia que gestionan sus derechos y aprovechan las potencias multimediales de su negocio.

Materiales y métodos

Este trabajo se fundamentó en el paradigma naturalista, el cual tiene como propósito adentrarse en el entorno creado y compartido por los individuos, con el fin de comprender su funcionamiento a través de sus acuerdos mutuos. (Capocasale, como se cita en Finol & Vera, 2020). Es decir, se buscó comprender el fenómeno o el objeto de estudio a través de las respuestas y las vivencias de las personas que están involucradas en la actividad dentro del contexto específico de la investigación.

Se utilizó una metodología cualitativa, pues se buscó comprender de manera profunda y contextualizada las percepciones, experiencias y necesidades de las personas involucradas en la industria cinematográfica de Lambayeque. Esto permitió diseñar una propuesta de narrativa transmedia más efectiva y adaptada a las particularidades locales.

Acevedo et al. (2021) explica que la metodología de investigación cualitativa reconoce a las personas como generadoras de conocimiento y busca entender su realidad mediante la creación de significados, valorando la diversidad presente en la sociedad. Es decir, se desarrolla de forma inductiva durante el curso de la investigación, lo que permite reconstruir las realidades de los sujetos estudiados, partiendo de su entorno cotidiano.

La investigación tuvo un enfoque fenomenológico, puesto que se alcanzó la comprensión del tema mediante diversas entrevistas que se realizaron a expertos en narrativa transmedia, cineastas lambayecanos y público consumidor de cine en la región.

Castillo (2021) lo describe como el enfoque que prescinde de teorías, puntos de vista, convicciones y suposiciones que puedan existir acerca de una experiencia particular, y se enfoca en realizar una descripción minuciosa de esa experiencia, revelando sus significados más detallados. Además, el autor resalta la importancia de llevar a cabo un estudio completo y minucioso para conseguir la descripción más exacta del fenómeno que se esté estudiando.

En lo que respecta a los sujetos de esta investigación, se buscó a especialistas en narrativa transmedia, cineastas y personas que consuman cine en la región Lambayeque. En este sentido, la selección de los sujetos, en cuanto los consumidores de cine, se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, puesto que al elegir personas que consuman cine se pretende trabajar con un grupo de fácil acceso y que vaya acorde con la investigación.

Criterios de inclusión:

- Tres especialistas en narrativa transmedia con experiencia en el tema.
- Tres cineastas lambayecanos que cuenten con producciones hechas.
- Diez personas que consuman cine de manera regular.

Tabla 1

Tabla de los especialistas entrevistados

Especialista	Especialidad	Experiencia
Miguel Federico Rubio Marín	Narrativa Transmedia	Doctor y maestro en Estudios Audiovisuales por la Université de Toulouse II. De igual forma, ha participado en investigaciones sobre Narrativas, transmediaciones, imaginarios y arquetipos, y Comunicación y crítica de la cultura.
Lucía del Rosario Anastacio Coello	Narrativa Transmedia	Máster en Publicidad Digital por la Universidad Internacional de la Rioja y licenciada en Comunicaciones de Marketing por la Universidad de Piura.
Raúl Antonio Ulloa Rojas	Narrativa Transmedia	Ingeniero en Electrónica y de Comunicaciones egresado de la Universidad Iberoamericana. Maestro en Comunicación con Medios Virtuales por Íconos.
Gisella Burga Polo	Cineasta Lambayecano	Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Hizo un máster en Realización de Cine Documental
Beyker Bances Tenorio	Cineasta Lambayecano	Comunicador Social de profesión, con un diplomado en Relaciones Públicas y una Especialización en Gestión Empresarial y Marketing. Productor de Cine, Publicidad y Tv.
Héctor Ponce Mestanza	Cineasta Lambayecano	Realizador audiovisual creador de las producciones Metamorfosis (2020), Delirio (2020) y El Briam (2018)

Criterios de exclusión:

- Personas que consuman muy poco cine.
- Personas que vivan en otras regiones del Perú.

El presente trabajo tuvo como escenario a la región Lambayeque, la cual abarca Chiclayo, Ferreñafe y Lambayeque como provincias. Aquí, el cine independiente se ha visto reflejado a través de la producción de películas locales como “Memorias” (2022) del director Héctor Marreros; la organización de festivales, como los que se hacen en el Cineclub de Lambayeque y el apoyo de instituciones culturales como La Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO). A pesar de los desafíos, la comunidad cinematográfica independiente en Lambayeque continúa creciendo y desempeñando un papel importante en la promoción de la cultura y la identidad regional a través del cine.

Respecto a las técnicas, la que se usó fue la entrevista, la cual se les aplicó a las personas que consumen cine para conocer sus nociones sobre el tema y sus perspectivas sobre la situación del cine. Del mismo modo, también se les aplicó a los tres especialistas en narrativa transmedia y los tres cineastas. Para esto, Feria et al. (2023) define la entrevista como el método empírico que se fundamenta en la comunicación cara a cara entre el investigador y los participantes de la investigación, con el fin de obtener respuestas verbales a las preguntas formuladas sobre la cuestión en estudio. En otras palabras, la entrevista resultó ser una de las técnicas principales para la recolección de datos.

Respecto al instrumento utilizado en esta técnica, se usó la guía de entrevista, la cual se define como la herramienta metodológica que facilita la implementación del método en la práctica. A menudo se pasa por alto el hecho de que lo que se pone en práctica directamente no es el método en su forma abstracta, sino su orientación, debido a su naturaleza metodológica (Feria et al., 2023). Es decir, se emplearon estas guías de entrevista para facilitar la recolección de datos y opiniones de los diferentes entrevistados.

Tabla 2

Tabla resumen de las técnicas instrumentos y los sujetos a quienes se les aplicó

Técnica	Instrumento	Sujetos
Entrevista	<i>Guía de entrevista OE1:</i> Identificar el nivel de implicación que tienen los lambayecanos con el cine independiente de la región.	Consumidores de cine
	<i>Guía de entrevista OE2:</i> Determinar las plataformas para la publicación de la propuesta transmedia.	Cineastas Lambayecanos
	<i>Guía de entrevista OE3:</i> Diseñar la estructura de la estrategia de narrativa transmedia.	Especialistas en Narrativa Transmedia

Guía de entrevista OE1:

Entrevista para los consumidores de cine

Categoría	Pregunta
Consumo	1. ¿Con qué frecuencia consumes cine?
	2. ¿Cuál es tu género cinematográfico favorito?
	3. ¿Tienes actores o actrices favoritos? ¿Cuáles son algunas de tus películas favoritas en las que actúan?
Plataformas y	4. ¿Dónde prefieres ver películas y contenido audiovisual?

medios de preferencia	5. ¿Tienes una plataforma de streaming favorita para ver películas? 6. ¿Cuál es tu opinión sobre la experiencia de ver películas en cines en comparación con verlas en casa?
Participación activa	7. ¿Has participado en actividades relacionadas con el cine? 8. ¿Tienes una película en particular que haya inspirado tu participación activa en la comunidad? 9. ¿Has asistido a festivales de cine o eventos relacionados con el cine? ¿Cuál fue tu experiencia?
Retroalimentación	10. ¿Sueles recomendar películas a tus amigos y familiares? ¿Tienes alguna película que hayas recomendado recientemente?

Guía de entrevista OE2:

Entrevista para los cineastas lambayecanos

Categoría	Pregunta
Producción	1. ¿Cuéntanos sobre tu experiencia como cineasta en Lambayeque? 2. ¿Cuáles son algunas de las películas más destacadas en las que has estado involucrado/a como cineasta en Lambayeque? 3. ¿Cuáles son las formas de financiar una producción de cine independiente?
Situación Actual	4. Desde tu perspectiva, ¿cuál es la situación actual del cine independiente en Lambayeque? 5. ¿Cómo es la colaboración entre cineastas locales?
Distribución y Promoción	6. Respecto a la distribución y promoción, ¿Cuáles son los desafíos que has enfrentado en tus películas? 7. ¿Qué canales de distribución y plataformas has utilizado o considerado utilizar para llegar a tu audiencia? 8. ¿Has explorado estrategias de distribución alternativas o innovadoras para tus películas? 9. ¿Qué tipo de apoyo o recursos consideras que son necesarios para promover y distribuir películas?
Público	10. ¿Cómo percibes la recepción del público local hacia el cine producido en Lambayeque?

Guía de entrevista OE3:

Entrevista para los especialistas en narrativa transmedia

Categoría	Pregunta
Narrativa	1. ¿Podrías definir brevemente qué es la narrativa transmedia y cuáles son sus características esenciales?
Transmedia	2. ¿Cómo ha evolucionado la narrativa transmedia en los últimos años y cuál crees que ha sido su impacto en la industria del entretenimiento?

Estrategias de Narrativa Transmedia	<p>3. ¿Cuáles son los elementos clave de una narrativa transmedia efectiva?</p> <p>4. ¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta al diseñar una estrategia de narrativa transmedia?</p> <p>5. ¿Cómo puede aplicarse la narrativa transmedia en el cine, específicamente en la promoción y difusión de películas independientes?</p> <p>6. ¿Puedes mencionar algunas estrategias utilizadas en narrativa transmedia para involucrar a la audiencia?</p>
Público	<p>7. ¿Cómo se puede fomentar la interacción y participación del público local en una narrativa transmedia relacionada con el cine?</p>
Desafíos y Consideraciones	<p>7. ¿Cómo se puede fomentar la interacción y participación del público local en una narrativa transmedia relacionada con el cine?</p> <p>8. ¿Qué indicadores se pueden utilizar para medir el éxito de una estrategia de narrativa transmedia?</p> <p>9. ¿Cuáles son los desafíos potenciales que se podrían enfrentar al aplicar la narrativa transmedia en el contexto cinematográfico?</p>
Ejemplos y casos	<p>10. ¿Puedes mencionar ejemplos exitosos de proyectos de narrativa transmedia relacionados con el cine en otros lugares que podrían servir de inspiración?</p>

La información fue procesada mediante la revisión de las tablas con las respuestas de los entrevistados, estas fueron analizadas con el fin de encontrar las similitudes y diferencias en las respuestas de los entrevistados. Después, se redactaron en párrafos los resultados de las entrevistas cualificadas en los tres objetivos de la investigación. Al finalizar la redacción, se elaboraron infografías para cada resultado con el fin de sintetizar la información presentada.

Respecto a los principios éticos, este trabajo de investigación se basó en los valores de transparencia, honestidad e integridad debido a la importancia de asegurar la rigurosidad y credibilidad de los resultados. Como explica Cárdenas et al. (2020), Un investigador debe estar marcado por valores como la sinceridad, consideración, objetividad, ética, confiabilidad y claridad, cualidades que deben cultivarse desde sus años de formación universitaria. Estos principios resultaron fundamentales para garantizar que todo el proceso, desde la recolección de datos hasta la elaboración final de la propuesta, se realizara con el máximo respeto hacia los participantes y los datos obtenidos, asegurando así la calidad y veracidad del trabajo.

Resultados

Objetivo 1: Identificar el nivel de implicación que tienen los lambayecanos con el cine independiente de la región.

Los entrevistados muestran un alto consumo de cine, viendo películas de manera regular, ya sea semanal o mensualmente. Sin embargo, sus preferencias se inclinan principalmente hacia el cine internacional y géneros populares como acción, comedia, terror y romance, con pocas menciones directas al cine independiente. La mayoría prefiere ver películas en plataformas de streaming como Netflix, HBO Max y Prime Video, lo que sugiere una tendencia hacia la comodidad y la accesibilidad del contenido. Esta preferencia podría influir en el menor consumo de cine independiente, que a menudo tiene una menor presencia en estas plataformas.

Un número significativo de entrevistados ha participado en actividades relacionadas con el cine, como la creación de cortometrajes universitarios, o discusiones en blogs o redes sociales como Twitter. No obstante, estas participaciones están más orientadas a producciones generales y no específicamente al cine independiente de Lambayeque. En cuanto a la asistencia a festivales y eventos de cine, solo unos pocos entrevistados han asistido a festivales como el Festival Anual de Cine Latinoamericano de no ficción “ATEMPORAL”, “Cortosdevista”; que están más dirigidos al cine universitario y eventos organizados por cineclubes, mostrando cierta implicación en actividades cinematográficas.

Figura 1



Nota. En la figura se muestran los puntos más importantes mencionados por los lambayecanos sobre su consumo de cine.

Objetivo 2: Determinar las plataformas para la publicación de la propuesta transmedia.

Los cineastas lambayecanos destacan varias plataformas para la publicación de una propuesta transmedia en la región. En el ámbito digital, el cineasta Beyker Bances mencionó las plataformas de streaming como Amazon y Retina Latina, las cuales consideró efectivas para la distribución de su película “Pueblo Viejo”, ofreciendo un alcance global que facilita la difusión de este tipo de contenido. Asimismo, las redes sociales, con YouTube a la cabeza, juegan un papel fundamental al permitir a los cineastas llegar a audiencias que no acceden a las salas de cine tradicionales, como fue el caso del documental "Orgullo: El Camino hacia la Igualdad" (2006).

En cuanto a festivales y cineclubes, los entrevistados reconocen la importancia de participar tanto en eventos nacionales como internacionales, no solo para promocionar las obras, sino también para obtener reconocimiento y financiamiento adicional. Además, las proyecciones en cineclubes como el Cineclub de Lambayeque, el cual sirve como espacio dedicado a la exhibición alternativa de cine y obras audiovisuales en la ciudad de Chiclayo. Este tipo de proyecciones se revelan como estrategias efectivas para construir una comunidad local interesada en el cine independiente. Por otro lado, afirman que las proyecciones locales y comunitarias en colegios y espacios culturales permiten alcanzar audiencias que no frecuentan los cines comerciales, ampliando así el alcance del contenido cinematográfico.

En términos de estrategias innovadoras, el autofinanciamiento y la recaudación de fondos son mencionados como métodos complementarios para financiar proyectos independientes, mientras que la creación de redes de distribución alternativa como campañas en redes sociales, el uso de salas de cine alternativas o la publicación en línea permiten una mayor flexibilidad y alcance en la difusión del contenido cinematográfico.

En conclusión, una propuesta transmedia para el cine independiente en Lambayeque debería considerar una combinación de estas plataformas y métodos de distribución para maximizar su alcance y efectividad tanto a nivel local como global.

Figura 2

PLATAFORMAS PARA LA PROPUESTA TRANSMEDIA

PLATAFORMAS DIGITALES PARA DISTRIBUCIÓN

- Amazon y Retina Latina para streaming global.
- Redes sociales, especialmente YouTube, para llegar a audiencias no tradicionales.

Logos: YouTube, Amazon, RETINA LATINA NOS CONECTA

PARTICIPACIÓN EN FESTIVALES Y CINECLUBES

Logo: CINECLUB DE LAMBAYEQUE

- Eventos nacionales e internacionales para promoción y reconocimiento.
- Cineclub de Lambayeque como espacio alternativo de exhibición.

ESTRATEGIAS INNOVADORAS

- Autofinanciamiento y recaudación de fondos.
- Redes de distribución alternativa (campañas en redes sociales, proyecciones en salas no comerciales y publicación en línea).

Nota. En la figura se muestran las plataformas propuestas por los cineastas.

Objetivo 3: Diseñar la estructura de la estrategia de narrativa transmedia.

Los especialistas coinciden que para diseñar la estructura de una estrategia de narrativa transmedia, es esencial comprender sus características y elementos. Los elementos clave de una narrativa transmedia efectiva son una macronarrativa coherente, la expansión a través de múltiples plataformas y la participación activa del público. Los entrevistados explican que la narrativa transmedia implica la expansión de una historia a través de múltiples plataformas de comunicación, donde cada medio presenta contenido que puede ser comprendido de manera independiente.

Al diseñar una estrategia de narrativa transmedia, los especialistas afirman que es crucial asegurar que cada formato tenga sentido y evolucione por sus propios méritos, manteniendo la coherencia narrativa e integrando los distintos medios. Además, se debe decidir si el sistema será abierto, permitiendo que la audiencia contribuya a la historia, o cerrado, donde la audiencia solo interactúa con la narrativa establecida.

En el contexto del cine independiente, la narrativa transmedia puede incluir precuelas o secuelas en diferentes medios, así como la promoción de historias alternativas a través de medios digitales. Los entrevistados proponen algunas estrategias específicas, como entrevistas con el equipo detrás de escena, contenido interactivo en redes sociales, desafíos en redes sociales o difundir pequeñas historias que sigan la narrativa inicial para atraer a la audiencia en la construcción del universo narrativo. Igualmente, afirman que, para fomentar la interacción del público lambayecano, es importante involucrar a la comunidad a través de eventos locales, proyecciones al aire libre y desafíos en redes sociales.

En resumen, diseñar una estrategia de narrativa transmedia efectiva requiere un entendimiento profundo de sus elementos esenciales, tales como una historia coherente, la expansión a través de múltiples plataformas y la participación activa del público. Luego, es crucial diseñar cada formato de manera coherente y evolutiva, asegurando que tenga sentido por sí mismo y que integre los diferentes medios de manera efectiva. Se debe tomar una decisión fundamental sobre si se implementará un sistema abierto o cerrado de interacción con la audiencia. En el contexto del cine independiente, se pueden incorporar estrategias específicas, como la creación de precuelas, secuelas y la promoción de historias alternativas a través de diversos medios. Por último, para fomentar la interacción del público, es fundamental involucrar a la comunidad a través de eventos locales y otras actividades que fomenten la participación activa en la construcción del universo narrativo.

Figura 3



Nota. En la figura se muestran la estructura de una estrategia de narrativa transmedia mencionada por los especialistas.

Discusión

En relación con los resultados del primer objetivo, las entrevistas indican que los lambayecanos tienen un alto consumo de cine, prefiriendo mayormente películas internacionales. Esto concuerda con lo expuesto por Hernández y Franco (2022) en donde sugiere que el avance de las tecnologías móviles y el consumo de cine en diversas plataformas afecta al consumo de cine de la región.

En este contexto, la teoría del prosumidor de Benaissa (2021) emerge como un marco conceptual relevante. Esta teoría explora cómo los individuos actúan tanto como productores como consumidores de información, especialmente en entornos digitales como las redes sociales y los nuevos medios. Desde esta perspectiva, se postula que los lambayecanos podrían participar más activamente en el cine independiente si se les brinda la oportunidad de involucrarse en su promoción y distribución, convirtiéndose en prosumidores. Este enfoque podría transformar significativamente la dinámica del consumo cinematográfico en la región, generando un mayor interés y apoyo hacia el cine independiente local.

En relación con la determinación de las plataformas para la publicación de la propuesta transmedia, los cineastas entrevistados enfatizan la importancia de utilizar múltiples plataformas de comunicación donde cada medio presente contenido independiente pero complementario. Esto incluye tanto plataformas digitales como eventos físicos que involucren a la comunidad. Este enfoque coincide con lo planteado por Arciniegas y Díaz (2021), quienes sostienen que una historia debe ser desplegada a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, permitiendo que una parte de los consumidores asuma un rol activo en ese proceso de expansión.

Además, en el contexto específico del cine independiente en Perú, Bedolla (2022) señala que la atención reducida de los medios masivos limita su promoción y alcance, mientras que Loscos (2021) destaca la importancia de las salas de exhibición independiente y eventos locales para su difusión. En línea con estas observaciones, los cineastas lambayecanos recomiendan el uso de redes sociales populares como Facebook, Instagram y YouTube, junto con la creación de eventos locales que fomenten la participación de la comunidad, como estrategias clave para la publicación de la propuesta transmedia en Lambayeque. Estas plataformas no solo permitirán una mayor difusión del contenido, sino que también facilitarán la interacción y el compromiso del público.

Para diseñar una estrategia de narrativa transmedia efectiva, es esencial garantizar la coherencia narrativa y la integración de múltiples medios de comunicación. Los especialistas subrayan que una narrativa transmedia debe contar con una macrohistoria coherente, expandirse a través de diversas plataformas y fomentar la participación activa del público. Esta perspectiva es respaldada por la investigación de Crespo y Piñeiro (2022), quienes definen la narrativa transmedia como relatos complejos narrados a través de varios medios y plataformas, con la contribución activa de una parte de los receptores para su expansión.

En el contexto del cine independiente, esta estrategia podría abarcar diversas iniciativas, como precuelas o secuelas en diferentes medios, entrevistas con el equipo detrás de escena, contenido interactivo y desafíos en redes sociales para involucrar a la audiencia. Estas prácticas se alinean con las recomendaciones de Paíno et al. (2022), quienes sugieren la consideración de indicadores para medir el éxito de la estrategia, como el crecimiento de la comunidad en línea y el aumento de la conversación en redes sociales sobre la película.

Conclusiones

La investigación reveló que, aunque los lambayecanos consumen cine de manera regular, su preferencia está mayormente inclinada hacia producciones internacionales y géneros comerciales. Esta desconexión con el cine independiente local pone en evidencia la falta de visibilidad de las producciones regionales y destaca la necesidad de implementar estrategias que acerquen al público a estas narrativas, enfatizando su valor cultural y artístico dentro del contexto lambayecano.

Las redes sociales y plataformas digitales, como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, son los medios más adecuados para promover el cine independiente en la región. Estas plataformas ofrecen un alcance masivo y una mayor interacción con la audiencia, lo que facilita el interés en las producciones locales. Sin embargo, es esencial considerar limitaciones como el acceso desigual a internet y la competencia con otros contenidos, ajustando las estrategias para alcanzar una audiencia más amplia.

Se desarrolló una estrategia de narrativa transmedia que expande el contenido alrededor de cortometrajes o películas independientes de Lambayeque. A través de contenido interactivo y eventos presenciales, se crea un entorno que fomenta la participación del público y fortalece el vínculo con el cine local. Indicadores como el crecimiento de audiencia en redes sociales y la participación en eventos serán clave para medir y ajustar el impacto de esta estrategia.

Recomendaciones

La implementación de una propuesta de narrativa transmedia beneficiaría significativamente a la Escuela de Comunicación al proporcionar un caso práctico y contemporáneo para el estudio y la enseñanza. Los estudiantes y académicos podrían explorar y experimentar con nuevas formas de narración y distribución, ampliando su comprensión y habilidades en comunicación digital y audiovisual. Además, esta propuesta serviría como base para futuras investigaciones y proyectos dentro de la escuela, fomentando un entorno académico innovador y dinámico.

Desde una perspectiva social, la propuesta tiene el potencial de revitalizar la industria cinematográfica en Lambayeque. Al integrar múltiples plataformas y formatos, se puede crear un universo narrativo atractivo que involucre a la comunidad local. Esta estrategia no solo promovería la cultura y la identidad regional a través del cine, sino que también aumentaría la participación y el interés del público en producciones locales. La narrativa transmedia facilitaría una conexión más profunda entre los cineastas y su audiencia, generando un mayor apoyo y reconocimiento para el cine independiente.

Finalmente, el impacto económico de la propuesta podría ser significativo. Al aumentar la visibilidad y el consumo de cine independiente, se podrían abrir nuevas oportunidades de financiamiento y patrocinio para los cineastas locales. Además, la creación de eventos y actividades relacionadas con la narrativa transmedia podría atraer a turistas y aficionados al cine. En conjunto, estas acciones contribuirían a fortalecer la industria cinematográfica local y a fomentar un entorno cultural y económico más vibrante y sostenible en Lambayeque.

Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque

Introducción

Lambayeque, una región rica en cultura y tradición, alberga un vibrante sector de cine independiente que enfrenta numerosos desafíos para lograr visibilidad y distribución. A pesar de la alta calidad del contenido producido, los cineastas locales no logran atraer una audiencia amplia debido a la falta de estrategias de comunicación efectivas y limitaciones en la infraestructura de promoción.

El cine independiente es crucial para la diversidad cultural y la creatividad de Lambayeque, representando no solo una fuente de entretenimiento, sino también un medio para preservar y difundir la identidad cultural de la región. Sin embargo, la ausencia de un enfoque integral para su promoción ha limitado su impacto y alcance.

La narrativa transmedia surge como una solución innovadora para estos desafíos. Este enfoque implica la creación de una historia que se despliega a través de múltiples plataformas y medios, permitiendo una interacción más rica y variada con la audiencia. Utilizando diversas herramientas y canales de comunicación, la narrativa transmedia no solo aumenta la visibilidad del contenido, sino que también profundiza el compromiso del público.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general:

- Implementar una estrategia de narrativa transmedia para aumentar la visibilidad y el impacto del cine independiente en Lambayeque.

Objetivos específicos:

- Incrementar la implicación del público lambayecano con el cine independiente local.
- Utilizar diversas plataformas y medios para distribuir contenido relacionado con el cine independiente.
- Evaluar el impacto de la estrategia de narrativa transmedia en la promoción del cine independiente.

Medición y evaluación

Para medir el éxito de la estrategia de narrativa transmedia, se utilizarán los siguientes indicadores:

- **Engagement en redes sociales:** Número de seguidores, likes, comentarios y compartidos.
- **Visualizaciones y suscripciones:** Cantidad de visualizaciones y suscriptores en las plataformas de video.
- **Participación en eventos:** Número de asistentes y participación activa en eventos interactivos.
- **Feedback cualitativo:** Opiniones y testimonios de cineastas y audiencia.
- **Análisis de impacto:** Estudios de caso y encuestas para evaluar la percepción del cine independiente en Lambayeque.

Diseño de las estrategias

Tabla 03

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	PLATAFORMAS	RESPONSABLES
Campaña en redes sociales	Crear contenido atractivo y dinámico sobre el cine independiente local.	Facebook, Instagram, Tik tok	Equipo de comunicación
Producción de cortometrajes y web series	Desarrollo de contenido audiovisual inmersivo que complemente y promocioe las películas independientes.	YouTube	Productores, cineastas locales
Eventos interactivos	Organización de proyecciones, charlas y talleres tanto presenciales como virtuales.	Zoom, Meet, eventos presenciales	Coordinadores de eventos
Contenido multimedia	Creación de blogs y artículos que discutan temas relevantes al cine independiente.	Medios de comunicación, spotify, blogs	Creadores de contenido

Cronograma de actividades

Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Investigación y análisis	■	■	■	■																				
Desarrollo de perfiles en redes sociales			■	■	■	■																		
Producción de cortometrajes y web series					■	■	■	■	■	■	■	■												
Creación de contenido multimedia									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Organización de eventos interactivos													■	■	■	■	■	■	■	■				
Evaluación y ajustes																					■	■	■	■

Figura 4



Nota. En la figura se muestra la propuesta resumida.

Referencias

- Acevedo, A., Cruz, K., González, R. & Guanilo, S. (2021). Ruta de Investigación Cualitativa – Naturalista: una alternativa para estudios gerenciales. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 334–350.
- Adco, P. (2020). Estadísticas de redes sociales 2021 en Perú y Latinoamérica. Obtenido de <https://www.datatrust.pe/redes-sociales/estadisticas-redes-sociales/>
- Allosa, F. (2023). *El Paradigma de Syd Field en Guiones: La Estructura Narrativa en la Pantalla Grande*. LinkedIn <https://www.linkedin.com/pulse/el-paradigma-de-syd-field-en-guiones-la-estructura-narrativa-allosa/?originalSubdomain=es>
- Arciniegas, A. & Diaz, N. (2021). Nodos: Una propuesta de investigación para divulgar los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia entre 2009 y 2020. *Artnodes*, (28). <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i28.386895>
- Barón, M.; Duque, A.; Mendoza, F. & Quintero, W. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara.. *Revista Internacional De Pedagogía E Innovación Educativa*, 1(1), 123-148. <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Barrientos, P. (2022). ¿Qué debemos entender por Cine independiente?. *Panorama Cultural*. <https://panoramacultural.com.co/cine/4670/que-debemos-entender-por-cine-independiente>
- Bedolla, R. (2022). *El cine peruano empieza a abrirse buena opinión en el mundo. Entrevistado por Renato Velásquez*. *Revista De Comunicación*, 6(1), 154–159. Recuperado a partir de <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2836>
- Benaissa, S. (2021). Prosumidores y redes sociales: manifestaciones del nuevo periodismo ciudadano. *Plataformas, Consumo Mediático Y Nuevas Realidades Digitales. Hacia Una Perspectiva Integradora*. (pp. 197-221)
- Bustamante, E. (2023). Tendencias del cine regional peruano reciente. En Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Colección Saberes (Eds). *Giros históricos de los cines regionales en Argentina y América Latina*. (pp. 135-154)
- Carballo Sánchez, A. (2022). La industria del cine en España. Estado de la cuestión en tiempos de pandemia y postpandemia en los ámbitos de producción, distribución y exhibición. *RPC*, 4(1), 70–83. <https://doi.org/10.21555/rpc.v4i1.2553>
- Cárdenas, M., Plua, K. & Reyes, J. (2020). Consideraciones acerca del cumplimiento de los principios éticos en la investigación científica. *Revista Conrado*, 16(77), 154–161. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1620>
- Castillo, N. (2021). Fenomenología como método de investigación cualitativa: preguntas desde la práctica investigativa. *Revista Latinoamericana de Metodología de La Investigación Social*, 20, 7–18. http://relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/fenomenologia_como_metodo
- Crespo, R. & Piñeiro, V. (2022). Metainvestigación en narrativas transmedia: aportes desde Iberoamérica. *Palabra Clave*, 25(3), e2534. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.3.4>
- Finol, M. & Vera, J. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *MUNDO RECURSIVO*, 3(1), 1–24.

<https://www.atlantic.edu.ec/ojs/index.php/mundor/article/view/38>

- Feria, H., Matilla, M. & Mantecón, S. (2023). La Entrevista y La Encuesta: ¿Métodos O Técnicas De Indagación Empírica? *Didáctica Y Educación* ISSN 2224-2643, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.ec/index.php/didascalía/article/view/992>
- Freire, A., Gracia, C. & Vidal, M. (2022). Referentes intertextuales para la expansión y la profundidad en la creación de un universo narrativo transmedia. Estudio de caso: la saga *Vengadores*. *Palabra Clave*, 25(4), e2542. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.4.2>
- Frontera, C. (2021). *La narrativa Transmedia: Propuestas interactivas para trabajar en el aula*. Editorial Sb. <https://www-digitaliapublishing-com.usat.lookproxy.com/a/129942>
- González, L., Ureta, L., Marcovecchio, M., Margarit, V., Pontoriero, F., Rossetti, G., Cuadros, P., & Gallardo, V. (2020). *Materiales educativos digitales: macro narrativas y micro narrativas para la construcción de conocimientos en la universidad*. [Objeto de conferencia] XXII Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación. El Calafate, Argentina. *Unlp.edu.ar*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/104002>
- González, R. (2022). La aparición del prosumidor en la cultura digital: contextos y condiciones, *Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital*. (pp. 68–89). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/10481>.
- Hernandez, J. & Franco, F. (2022). La Narrativa Transmedia En Los Festivales De Cine: Caso De Estudio Cinestesia Fest 2021. *Cultura audiovisual, periodismo y política: nuevos discursos y narrativas en la sociedad digital*. (pp. 124-138). Dykinson
- Irigaray, F. y Lovato, A. (Eds.). (2014). *Hacia la comunicación transmedia*. Rosario, Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2133/3610>
- López, A. (2020). Narrativa Transmedia. *Libro Blanco Español de I+D+i y Ciencia en videojuegos 2020* (pp. 45–53). https://www.umaeditorial.uma.es/libro/i-libro-blanco-espanol-de-la-i+d+i-y-ciencia-en-videojuegos_2564/
- López, S. & Martínez, E. (2021). El rol del artista en el cine independiente actual: Nomadland como ejemplo cultural del realismo capitalista. *Tsantsa. Revista De Investigaciones artísticas*, (11), 305–319. <https://doi.org/10.18537/tria.11.01.22>
- Loscos, A. (2021). *La Promoción Cinematográfica En España: Análisis De Las Estrategias De Marketing Y Difusión (2010-2016)* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense De Madrid]. Repositorio de la Universidad Complutense De Madrid: <https://hdl.handle.net/20.500.14352/11503>
- Marrocco, M. (2023). *Narrativa transmedia: Estrategias para contar historias en múltiples plataformas*. Editorial Sb. <https://www-digitaliapublishing-com.usat.lookproxy.com/a/129967/narrativa-transmedia>
- Ministerio de Cultura. (2020). Estímulos económicos para la Actividad Cinematográfica y Audiovisual 2020, de DAFO. Recuperado de <https://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2020/10/2020-DAFO-Estimulos-y-Concursos-Resoluciones.pdf>

- Ministerio de Cultura. (2021). Concurso nacional de proyectos de Largometraje en Construcción, de DAFO. Recuperado de <https://estimuloseconomicos.cultura.gob.pe/sites/default/files/concursos/archivos/2021-CLCBases.pdf>
- Paíno, A.; Rodríguez, M. & Ruiz, Y. (2021). La plataforma Dark.Netflix como ejemplo de estrategia de amplificación de la transficcionalidad transmedia. *Revista De Comunicación*, 20(2), 339–353. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A18>
- Paredes, G. & López, I. (2022). *Cultura audiovisual, periodismo y política: nuevos discursos y narrativas en la sociedad digital*. Dykinson. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5336247#page=124>
- Quatre Films (2024). *Qué es una secuela en el cine*. <https://quatrefilms.com/2024/01/15/que-es-una-secuela-en-cine/>
- Rambla, M. (2020). Transmedia Storytelling. *La tecnología como eje del cambio metodológico* (pp. 33–36). <https://hdl.handle.net/10630/19862>
- Yucra, L., Espinoza, C., Núñez, R., & Aguaded, I. (2022). De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes. *Revista De Comunicación*, 21(1), 433–450. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A22>

Anexos**Anexo 1: Carta de validación de instrumentos**

CONSTANCIA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los instrumentos **Guía de entrevista N° 01, Guía de entrevista N° 02 y Guía de entrevista N° 03;** que el investigador Jónelso Guevara Díaz usó para su trabajo de tesis de **"Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque"**

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador. 45139952

8 de noviembre de 2023

Joohn Raúl Oblitas Carreña
Nombres y apellidos Validador

D.N.I 21505450

FIRMA

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Joohn Raúl Oblitas Carreña', written over a faint, illegible stamp or background.

PERFIL DEL VALIDADOR

Es un profesional con más de una década de experiencia en la enseñanza universitaria. Estudio Ciencias de la Comunicación. Ha acumulado una amplia experiencia en la locución para medios de radio y televisión. Además, destaca por sus habilidades en diseño gráfico, así como en la edición de contenido audiovisual. Su metodología de investigación es en la Fotografía, como también en Comunicación corporativa.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los instrumentos **Guía de entrevista N° 01, Guía de entrevista N° 02 y Guía de entrevista N° 03;** que el investigador Jónelso Guevara Díaz usó para su trabajo de tesis de **"Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque"**

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

10 de noviembre de 2023

Doris Neira Saldaña
Nombres y apellidos Validador

D.N.I 21505450
FIRMA



PERFIL DEL VALIDADOR

Cuenta con una maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia. Especialista en comunicación audiovisual y docente universitaria con más de veinte años de experiencia.

CONSTANCIA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los instrumentos **Guía de entrevista N° 01, Guía de entrevista N° 02 y Guía de entrevista N° 03;** que el investigador Jónelso Guevara Díaz usó para su trabajo de tesis de **"Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque"**

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

10 de noviembre de 2023

Carlos Torres Cisneros

Nombres y apellidos Validador

D.N.I 46439452

FIRMA



PERFIL DEL VALIDADOR

Director, Guionista, Montajista, Post Productor, Comunicador Social y Docente. Tiene más de 10 años trabajando en cine y televisión nacional e internacional.

Anexo 2: Validación de propuesta

Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: gracias por aceptar evaluar la propuesta "*Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque*". La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

I. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Mg. Diego Alonso Baca Cáceres	
Grado profesional:	Bachiller ()	Magíster (x)
	Doctor ()	
Área de Formación académica:	Comunicaciones (x)	Educación
	Sociología ()	Otra
Áreas de experiencia profesional:	Producción audiovisual y cine	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años	Más de 10 años (x)
	5 a 10 años	

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- a. Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta:	"Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque"
Autor:	Jónelso Guevara Díaz
Procedencia:	Perú
Administración:	Audiovisual
Tiempo de aplicación:	6 meses
Ámbito de aplicación:	Organización vinculada al sector educativo*
Resumen:	Esta propuesta .

* Del sector educativo superior universitarios o institutos

4. SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: *La narrativa transmedia se define como un proceso en el que los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas y medios con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Precisamente, Frontera (2021) explica que existe una necesidad de que las narraciones en cada uno de los diferentes medios ofrezcan experiencias completas e independientes (aunque estén coordinadas a un nivel superior a través de un diseño macro narrativo).*

5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LA JUEZA:

A continuación, le presento la Guía de *Entrevista para evaluar la Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque* elaborada por Jónelso Guevara Díaz (2024). De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	La propuesta no es clara.
	2. Bajo Nivel	La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.
	4. Alto nivel	La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
RELEVANCIA La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de	1 No cumple con el criterio	La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.
	2. Bajo Nivel	La propuesta tiene alguna relevancia, pero

aplicarse en la realidad.		redunda en algunos elementos y podría mejorarse.
	3. Moderado nivel	La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.
	4. Alto nivel	La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación.

Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	4	La propuesta es clara en función a lo establecido.
Coherencia	4	La propuesta cumple con el criterio coherencia.
Relevancia	4	La propuesta es relevante.



Firma del evaluador
DNI: 42896723

Ficha 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: gracias por aceptar evaluar la propuesta "*Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque*". La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Carlos Armando Fernández Gutiérrez		
Grado profesional:	Bachiller ()	Magíster (x)	Doctor ()
Área de Formación académica:	Comunicaciones (x)	Sociología ()	Educación Otra
Áreas de experiencia profesional:	Producción audiovisual y cine		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años	Más de 10 años (x)	5 a 10 años

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- b. Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta:	"Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque"
Autor:	Jónelso Guevara Díaz
Procedencia:	Perú
Administración:	Audiovisual
Tiempo de aplicación:	6 meses
Ámbito de aplicación:	Organización vinculada al sector educativo*
Resumen:	Esta propuesta .

* Del sector educativo superior universitarios o institutos

4. SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: La narrativa transmedia se define como un proceso en el que los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas y medios con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Precisamente, Frontera (2021) explica que existe una necesidad de que las narraciones en cada uno de los diferentes medios ofrezcan experiencias completas e independientes (aunque estén coordinadas a un nivel superior a través de un diseño macro narrativo).

S. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LAJUEZA:

A continuación, le presento la Guía de *Entrevista para evaluar la Propuesta de narrativa transmedia para promocionar el cine independiente en Lambayeque* elaborada por Jónelso Guevara Díaz (2024). De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	La propuesta no es clara.
	2. Bajo Nivel	La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.
	4. Alto nivel	La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
RELEVANCIA La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de aplicarse en la realidad.	1 No cumple con el criterio	La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.
	2. Bajo Nivel	La propuesta tiene alguna relevancia, pero redundante en algunos elementos y podría mejorarse.

	3. Moderado nivel	La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.
	4. Alto nivel	La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación.

Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	4	La propuesta es clara en función a lo establecido.
Coherencia	4	La propuesta cumple con el criterio coherencia.
Relevancia	4	La propuesta es relevante.



Firma del evaluador
DNI: 41510275