

PRIORIDAD



MOVILIDAD
REDUCIDA

EQUIPO 8

NI RAMPAS NI ASCENSORES

PROYECTO TRANSMEDIA SOBRE
ACCESIBILIDAD EN LA LÍNEA D DEL SUBTE

Equipo 8

Integrantes: Milagros Bohdan, Milagros Benito Mugnolo, Martina Gaggero y Julieta Luque.

Entrega Final: Propuesta de un proyecto transmedia con IA

“Ni Rampas Ni Ascensores”

Proyecto transmedia sobre accesibilidad en la línea D del subte porteño



“Ni Rampas Ni Ascensores” es un proyecto transmedia de no ficción que busca visibilizar las enormes dificultades que enfrentan las personas mayores con movilidad reducida al utilizar la Línea D del subte de la Ciudad de Buenos Aires. A través de una narrativa centrada en testimonios reales, experiencia inmersiva e interacción digital, el proyecto pone en primer plano las barreras arquitectónicas e institucionales que afectan en su vida diaria a este colectivo.

Identificamos qué los principales desafíos que enfrentan estas personas son:

- Llegar a una estación sin rampas ni ascensores;
- Intentar usar un ascensor que está fuera de servicio o en condiciones insalubres;

- No poder utilizar las escaleras mecánicas, tener que usar las de cemento y correr el riesgo de caídas, lesiones, etc;
- Dependiendo de la ayuda de terceros;
- Sentir desgaste, frustración, cansancio, o resignación.

Decidimos centrarnos en la línea D del subte porque es la única línea cuyo recorrido pasa por las dos comunas de la Ciudad de Buenos Aires con mayor población de personas mayores de 65 y 80 años, la Comuna 2 (Recoleta) y la Comuna 13 (Nuñez, Belgrano y Colegiales) (INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas, 2022).

Censo Nacional de Poblacion, Hogares y Viviendas 2022

Cuadro 7.1. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Porcentaje de población de 65 años y más, por comuna. Censos 1970-2022

Código	Comuna	Porcentaje de población de 65 años y más					
		1970	1980	1991	2001	2010	2022
02	Total	11,8	14,9	16,3	17,2	16,4	17,3
02007	Comuna 1	///	///	///	///	14,1	14,0
02014	Comuna 2	///	///	///	///	19,8	20,3
02021	Comuna 3	///	///	///	///	16,0	16,0
02028	Comuna 4	///	///	///	///	12,9	13,7
02035	Comuna 5	///	///	///	///	17,2	18,0
02042	Comuna 6	///	///	///	///	18,3	19,8
02049	Comuna 7	///	///	///	///	15,7	17,8
02056	Comuna 8	///	///	///	///	10,4	11,1
02063	Comuna 9	///	///	///	///	16,5	17,3
02070	Comuna 10	///	///	///	///	17,5	19,2
02077	Comuna 11	///	///	///	///	18,0	19,5
02084	Comuna 12	///	///	///	///	17,3	18,0
02091	Comuna 13	///	///	///	///	18,8	20,2
02098	Comuna 14	///	///	///	///	17,9	19,1
02105	Comuna 15	///	///	///	///	16,3	16,6

Notas: de acuerdo con la Ley Orgánica de Comunas N° 1.777 sancionada en el 2005, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires está organizada en 15 unidades descentralizadas de gestión político-administrativa que, en algunos casos, abarcan más de un barrio. Cada comuna corresponde a: Comuna 1: Retiro, San Nicolás, Puerto Madero, San Telmo, Monserrat y Constitución. Comuna 2: Recoleta. Comuna 3: Balvanera y San Cristóbal. Comuna 4: La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya. Comuna 5: Almagro y Boedo. Comuna 6: Caballito. Comuna 7: Flores y Parque Chacabuco. Comuna 8: Villa Soldati, Villa Riachuelo y Villa Lugano. Comuna 9: Liniers, Mataderos y Parque Avellaneda. Comuna 10: Villa Real, Monte Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsfield y Villa Luro. Comuna 11: Villa General Mitre, Villa Devoto, Villa del Parque y Villa Santa Rita. Comuna 12: Coghlan, Saavedra, Villa Urquiza y Villa Pueyrredón. Comuna 13: Núñez, Belgrano y Colegiales. Comuna 14: Palermo. Comuna 15: Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Parque Chas.

Debido a que los resultados del Censo de 1970 corresponden a una muestra, solo se dispone de información para el total de la jurisdicción.

En el Censo 2022 corresponde a la población en viviendas particulares.

Fuente: INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Resultados definitivos.

Código	Comuna	Porcentaje de población de 80 años y más					
		1970	1980	1991	2001	2010	2022
02	Total	1,6	2,5	3,6	4,5	5,1	4,8
02007	Comuna 1	///	///	///	///	4,3	3,7
02014	Comuna 2	///	///	///	///	6,6	6,4
02021	Comuna 3	///	///	///	///	5,0	4,3
02028	Comuna 4	///	///	///	///	3,6	3,5
02035	Comuna 5	///	///	///	///	5,5	4,9
02042	Comuna 6	///	///	///	///	6,0	5,5
02049	Comuna 7	///	///	///	///	5,0	4,8
02056	Comuna 8	///	///	///	///	2,6	2,8
02063	Comuna 9	///	///	///	///	4,9	4,7
02070	Comuna 10	///	///	///	///	5,5	5,2
02077	Comuna 11	///	///	///	///	5,8	5,3
02084	Comuna 12	///	///	///	///	5,3	4,9
02091	Comuna 13	///	///	///	///	6,0	6,1
02098	Comuna 14	///	///	///	///	5,5	5,7
02105	Comuna 15	///	///	///	///	5,0	4,3

Notas: de acuerdo con la Ley Orgánica de Comunas N° 1.777 sancionada en el 2005, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires está organizada en 15 unidades descentralizadas de gestión político-administrativa que, en algunos casos, abarcan más de un barrio. Cada comuna corresponde a: Comuna 1: Retiro, San Nicolás, Puerto Madero, San Telmo, Montserrat y Constitución. Comuna 2: Recoleta. Comuna 3: Balvanera y San Cristóbal. Comuna 4: La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya. Comuna 5: Almagro y Boedo. Comuna 6: Caballito. Comuna 7: Flores y Parque Chacabuco. Comuna 8: Villa Soldati, Villa Riachuelo y Villa Lugano. Comuna 9: Liniers, Mataderos y Parque Avellaneda. Comuna 10: Villa Real, Monte Castro, Versalles, Floresta, Vélez Sarsfield y Villa Luro. Comuna 11: Villa General Mitre, Villa Devoto, Villa del Parque y Villa Santa Rita. Comuna 12: Coghlan, Saavedra, Villa Urquiza y Villa Pueyrredón. Comuna 13: Núñez, Belgrano y Colegiales. Comuna 14: Palermo. Comuna 15: Chacarita, Villa Crespo, La Paternal, Villa Ortúzar, Agronomía y Parque Chas.

Debido a que los resultados del Censo de 1970 corresponden a una muestra, solo se dispone de información para el total de la jurisdicción.

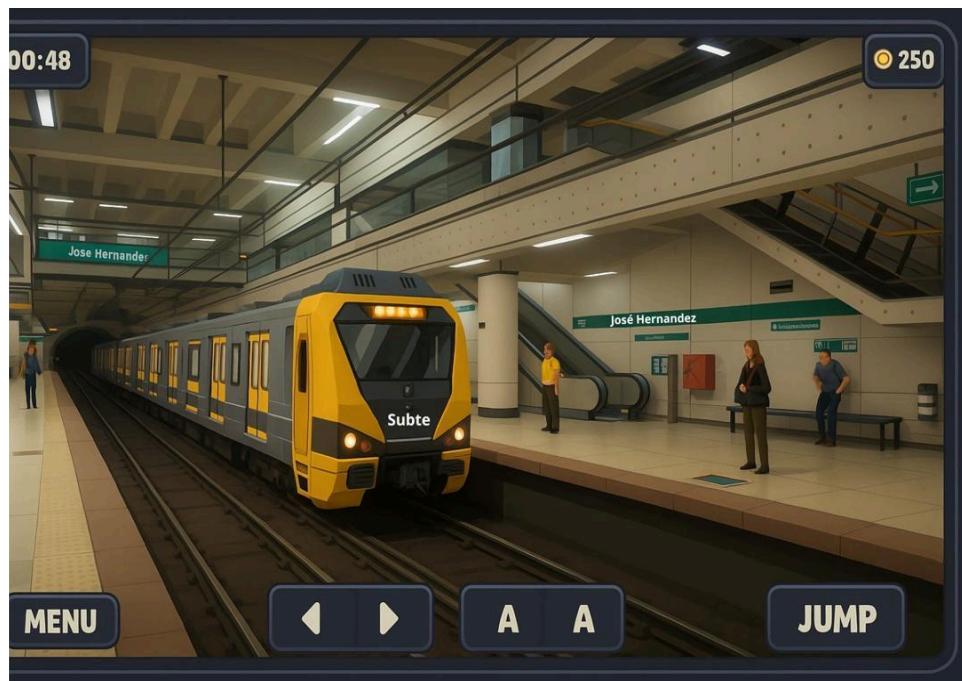
En el Censo 2022 corresponde a la población en viviendas particulares.

Fuente: INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Resultados definitivos.

Nos propusimos narrar esta problemática apelando a la reflexión crítica, empatía y responsabilidad social. Queremos abrir preguntas y conmover sobre una cuestión estructural que atraviesa a la sociedad. La audiencia principal está compuesta por jóvenes y adultos de entre 20 y 35 años, usuarios frecuentes del transporte público. Consideramos clave interpelar a esta generación que, si bien hoy no sufre directamente estas barreras, puede comprometerse y ser agente de cambio desde el presente y a futuro, especialmente en lo político y lo social. Dicha audiencia a la que apuntamos es importante para fomentar y repensar esta problemática desde una perspectiva más inclusiva, que tenga en cuenta estas necesidades y se involucre poniendo al descubierto que no son abordadas con la importancia que requieren.

El proyecto “Ni Rampas Ni Ascensores” se construye desde un enfoque transmedia e intermedial. Principalmente consta de una **página web** que va a ser el eje central del proyecto transmedia, pensada con una interfaz clara, intuitiva, accesible y con el fin de persuadir a la audiencia. La misma contará con una sección que detalla las **estaciones del subte**, su recorrido, dónde hay ascensores (estación) y su actual estado de funcionamiento, dónde hay escaleras mecánicas y su actual estado de funcionamiento, y un plano de las estaciones de subte. Además, vamos a incluir la visualización de datos sobre el estado de

funcionamiento de los ascensores y las escaleras mecánicas que será actualizada diariamente con inteligencia artificial (IA), convirtiéndose en parte esencial del relato ya que lo transforma en una experiencia más interactiva que acompaña y contextualiza las situaciones que afrontan las personas a diario a partir de una narración más visual. El proyecto incluye un **juego inmersivo** como componente lúdico, en el cual el usuario debe desplazarse por la línea D como si tuviera movilidad reducida, dependiendo exclusivamente de ascensores y escaleras mecánicas. Si estas están fuera de servicio, deberá volver a planificar su recorrido. La idea del juego es generar una inmersión temporal y emocional para el usuario. Todo el escenario subterráneo será creado por inteligencia artificial generativa que, en base a imágenes, videos y prompts cargados previamente dará como resultado el diseño más realista posible. Al completar cada trayecto, se desbloquea el corazón de nuestro proyecto: una entrevista testimonial de una persona mayor con movilidad reducida que usa (o intenta usar) la línea D. Asimismo, las **entrevistas** también se podrán ver en la sección “Entrevistas y Testimonios” de la página web con un sistema de navegación personalizado donde el usuario puede navegar y seleccionar el video que le gustaría ver. Esto le permite al usuario crear su propia experiencia inmersiva, según sus preferencias.



En paralelo y para continuar amplificando el alcance, vamos a tener presencia en **redes sociales**, especialmente **Instagram** y **TikTok**, con el objetivo de difundir el relato en las plataformas más utilizadas por nuestro público objetivo generando un punto de contacto con las historias que son parte de esta problemática. Se trata de contenido con impacto para

generar visualizaciones y tráfico a la página web, a partir de formatos para un consumo más rápido, apelativo y emocional.

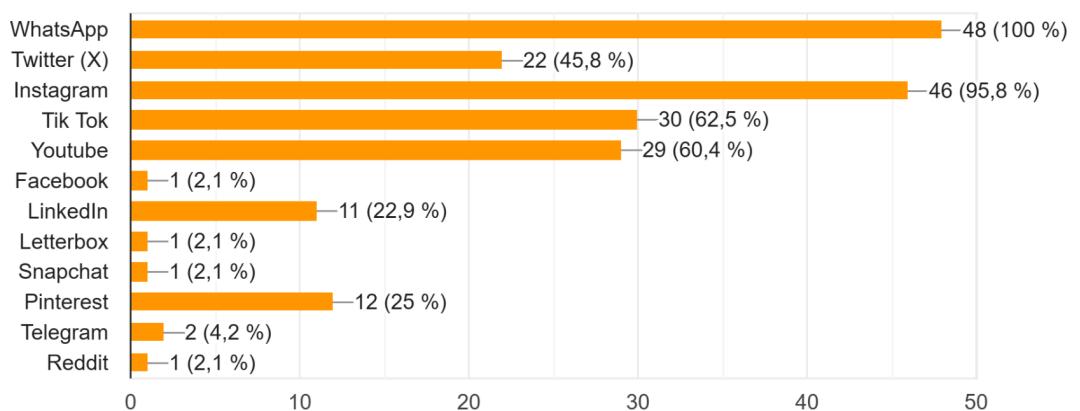
Para expandir la narrativa utilizaremos:

- Hashtags como #SubteAccesibleParaTodes que conectan contenidos y permiten llegar y seguir la historia desde distintos sitios;
- Testimonios breves en redes que se vinculan con el relato completo disponible en el sitio;
- Links entre plataformas (del juego a entrevistas a redes);
- IA que adapta el recorrido y actualiza la información, dando una narrativa personalizada;
- Espacio para que los usuarios comparten y publiquen sus propios recorridos y comenten sus experiencias.

Las redes sociales qué se utilizarán para difundir el contenido serán Instagram y TikTok, las dos apps más utilizadas por nuestro target luego de WhatsApp.

¿Qué redes sociales usas con más frecuencia?

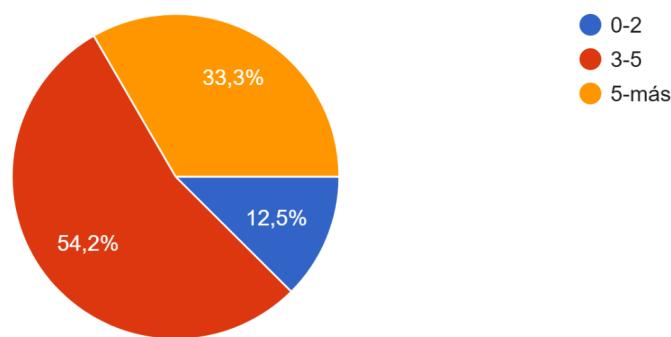
48 respuestas



Basándonos en la encuesta realizada en el periodo de investigación, descubrimos que un 54,2% de nuestro target pasa de 3 a 5 horas diarias en redes sociales, un 33,3% 5 horas o más, y tan solo un 12,5% pasa menos de dos horas diarias consumiendo este tipo de plataformas. Los momentos del día más frecuentes para conectarse son durante la tarde y la noche, ocupando aproximadamente un 80% del tiempo de consumo.

¿Cuántas horas diarias pasas en las redes sociales?

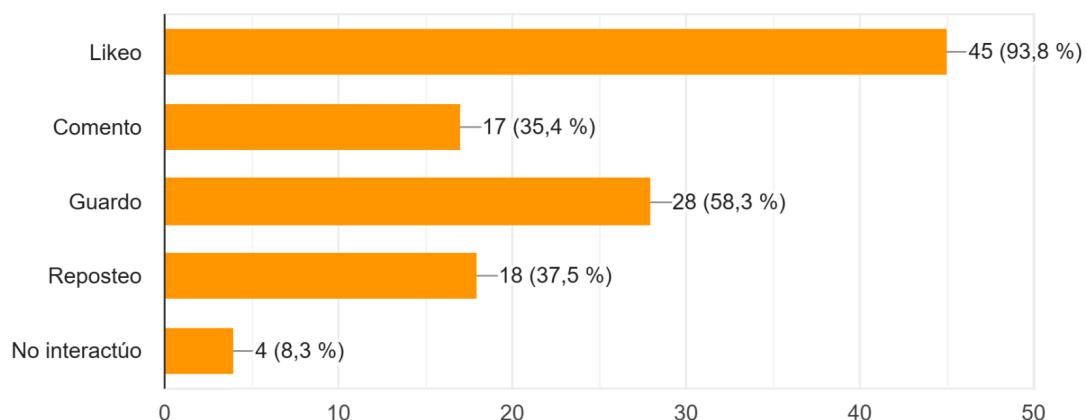
48 respuestas



En cuanto a las interacciones de los usuarios con el contenido que consumen, encontramos que la mayoría tan sólo da *Me Gusta* o *guarda* los posteos. Mientras que menos de la mitad de los encuestados *comentan* o *repostean*. En base a esto, nuestra estrategia en redes va a centrarse en la difusión de contenido, como fragmentos de los testimonios y memes, con el objetivo de difundir y viralizar el proyecto y, principalmente, el juego.

¿Cómo interactuás con el contenido en redes?

48 respuestas



El proyecto incluye la capacidad negativa, porque los testimonios no ofrecen una solución. No hay moraleja ni final feliz, sino una sensación de injusticia, exclusión o impotencia. El público queda incómodo y se ve empujado a reflexionar: ¿Qué rol tenemos como sociedad frente a la exclusión cotidiana de las personas mayores?

Por su parte, el uso de la inteligencia artificial (IA) se utiliza como una herramienta técnica, narrativa y de accesibilidad. Uno de los pilares del proyecto es el uso de IA para actualizar

el estado de los ascensores y las escaleras mecánicas permitiendo reflejar la realidad cotidiana en la narrativa que cambia constantemente. También utilizaremos la IA para la automatización de subtítulos y traducción permitiendo que la experiencia sea más inclusiva y diversa, convocando una amplia participación. Y por último, en cuanto al sistema de navegación personalizada, según el comportamiento del usuario se le van a sugerir recorridos según su experiencia, transformándola en una narrativa flexible.

En cuanto al financiamiento, estructuramos el modelo pensando en tres pilares. Por un lado usaremos el modelo freemium, es decir que el juego se puede utilizar gratuitamente hasta el nivel cinco, y a partir de ahí, se desbloquean los siguientes niveles mediante un pago accesible. Esto nos permite que muchas personas puedan conocer el proyecto y concientizar a través de él, pero a la vez generar ingresos para su sostenibilidad. También decidimos incorporar publicidad de forma contextual y no invasiva aprovechando que el espacio que estamos recreando ya tiene lugares designados para este tipo de financiamiento. Los carteles en las estaciones de subte simuladas no solo suman realismo, sino que también nos permiten insertar marcas sin interrumpir la experiencia. Como tercera vía de financiamiento, decidimos apelar a las alianzas con ONGs, instituciones educativas, organismos públicos o marcas con compromiso y responsabilidad social, que puedan apoyar el proyecto a cambio de visibilidad dentro del entorno narrativo. Es a partir de estas estrategias que pretendemos sostener el proyecto sin comprometer su sentido ni su valor social.

Nuestro modelo de negocio se basa principalmente en una plataforma multilateral, mientras que los usuarios que se divierten jugando, se sensibilizan. Al mismo tiempo las personas mayores dan sus testimonios y las marcas tanto como las instituciones se publicitan en un entorno contextual mostrando responsabilidad social.

Finalmente, queremos que streamers e influencers reaccionen, jueguen en vivo y suban sus clips más graciosos y/o controversiales a sus redes. Para asegurar que se vuelva viral, genere visibilidad y empatía con nuevas audiencias, además de beneficiar a los que están generando contenido de calidad, novedoso y original en sus propias redes sociales, vamos a brindar opciones graciosas y resultados bizarros para mayores reacciones e interacciones. Un ejemplo puede ser que las personas mayores tengan la capacidad de saltar, pero que siempre termine mal y con una ambulancia llevándolos por las vías. Es un modelo escalable, adaptable a otras líneas de subte o realidades urbanas similares.

En conclusión, “Ni Rampas Ni Ascensores” es un proyecto que busca cambiar la percepción sobre la accesibilidad en el transporte público para las personas con movilidad reducida de una manera más humana, real y reflexiva. Buscamos visibilizar esta problemática desde las historias reales de quienes la enfrentan cada día. De esta manera, la narrativa se construye desde la empatía, invitando a la reflexión sobre qué ciudad habitamos, para quien está diseñada y que podemos hacer para transformarla.