

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA “TOULOUSE LAUTREC”



**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA TRANSMEDIA PARA PROMOVER LA
EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE EN LAS
COMUNIDADES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE LA MOLINA, 2023**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación
Audiovisual Multimedia

AUTORES:

MILAGROS MARIETA BARBAGGELATA CHALCO

(<https://orcid.org/0009-0004-3732-6124>)

ELIO AUGUSTO BAZÁN DONAYRE

(<https://orcid.org/0009-0003-3156-7800>)

Asesor

MARÍA CONSUELO ALBÁN SOLÍS

(<https://orcid.org/0000-0001-7464-9687>)

Lima - Perú

2023

● 11% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	1%
2	cybertesis.unmsm.edu.pe Internet	1%
3	coursehero.com Internet	<1%
4	repositorio.unicauca.edu.co:8080 Internet	<1%
5	Universidad San Ignacio de Loyola on 2023-01-21 Submitted works	<1%
6	repositorio.urp.edu.pe Internet	<1%
7	dspace.ups.edu.ec Internet	<1%
8	dspace.uce.edu.ec Internet	<1%

9	repositorio.usil.edu.pe Internet	<1%
10	hdl.handle.net Internet	<1%
11	peru.iom.int Internet	<1%
12	portalcientifico.upsa.es Internet	<1%
13	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet	<1%
14	sifp.psico.edu.uy Internet	<1%
15	fadcom.espol.edu.ec Internet	<1%
16	Universidad Femenina del Sagrado Corazón on 2023-11-21 Submitted works	<1%
17	Universidad Cesar Vallejo on 2018-11-29 Submitted works	<1%
18	Universidad de San Martín de Porres on 2023-07-11 Submitted works	<1%
19	Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-04-25 Submitted works	<1%
20	Comando de Educación y Doctrina del Ejército on 2020-09-07 Submitted works	<1%

21	defensoria.gob.pe Internet	<1%
22	pinterest.com Internet	<1%
23	ungei.org Internet	<1%
24	wattpad.com Internet	<1%
25	(2-27-06) http://150.186.96.52/cgi-win/be_alex.exe?Editorial=OMS&N... Internet	<1%
26	gc.scalahed.com Internet	<1%
27	issuu.com Internet	<1%
28	theibfr.com Internet	<1%
29	Fundacion San Pablo Andalucia CEU on 2021-05-28 Submitted works	<1%
30	Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco on 2024-01-22 Submitted works	<1%
31	es.slideshare.net Internet	<1%
32	observatorio.tec.mx Internet	<1%

33	quieora.ink Internet	<1%
34	repositorio.ucp.edu.co Internet	<1%
35	repositorio.uesiglo21.edu.ar Internet	<1%
36	repositorio.unicartagena.edu.co Internet	<1%
37	vnexplorer.net Internet	<1%
38	cuentapublica.hacienda.gob.mx Internet	<1%
39	slideshare.net Internet	<1%
40	"En búsqueda de un desarrollo integral: 20 ensayos en torno al Perú de..." Crossref	<1%
41	(8-26-03) http://216.122.213.218/new/ILE-SG.htm Internet	<1%
42	Institución Universitaria Digital de Antioquia on 2022-10-02 Submitted works	<1%
43	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2007-08-10 Submitted works	<1%
44	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2018-06-20 Submitted works	<1%

45	Universidad Rey Juan Carlos on 2024-03-14 Submitted works	<1%
46	Webster University on 2022-11-03 Submitted works	<1%
47	renati.sunedu.gob.pe Internet	<1%
48	repositorio.uisrael.edu.ec Internet	<1%
49	repositorio.utc.edu.ec Internet	<1%
50	riull.ull.es Internet	<1%
51	rsr.akvo.org Internet	<1%
52	accountabilitycounsel.org Internet	<1%
53	researchgate.net Internet	<1%
54	Universidad San Ignacio de Loyola on 2021-05-05 Submitted works	<1%
55	Universidad Privada del Norte on 2023-05-02 Submitted works	<1%

Resumen

El presente informe titulado “Diseño de una estrategia transmedia para promover la educación para el consumo responsable en las comunidades educativas del distrito de La Molina, 2023” tiene como finalidad diseñar una propuesta de una plataforma transmedia que promueva la educación ambiental y consumo sostenible con un enfoque en adolescentes de secundaria en colegios de Lima Metropolitana. Se aplicó la herramienta metodológica Toulouse Thinking, para tomar como centro al usuario, esta herramienta contempla la colaboración y el pensamiento visual, para plantear arquetipos y validar usuarios. Se emplearon la encuesta para resultados cuantitativos, al igual que entrevista para resultados cualitativos y planteamiento de insights del público objetivo como métodos para recolectar información, utilizando el cuestionario y el guion de la entrevista como herramientas específicas, recolectando 158 encuestas y 11 entrevistas en 3 colegios de Lima Metropolitana. De igual manera se realizaron talleres generativos para la validación de nuestros usuarios, donde se desarrolló el prototipo de la plataforma en base a nuestra propuesta de valor sobre una educación inmersiva para el consumo responsable, dando resultados positivos y de completa aprobación. Los usuarios pudieron interactuar con el prototipo de la plataforma, de manera intuitiva. Por último, se sostiene que hay una conexión directa entre los estilos de vida, el consumo responsable y el desarrollo sostenible de las comunidades educativas de La Molina, lo que permite una relación directa con nuestra problemática y a la contribución del desarrollo del interés de la comunidad para generar cambios en sus decisiones de consumo y sensibilización con el medio ambiente.

Palabras clave: Educación ambiental, consumo responsable, plataforma educacional, sostenibilidad.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	11
1. Contextualización del problema	11
2. Justificación	13
2.1. Justificación social	13
2.2. Justificación práctica	13
2.3. Justificación metodológica	14
3. Reto de innovación	14
3.1. Preguntas	14
3.1.1. Pregunta general	14
3.1.2. Preguntas específicas	15
3.2. Objetivos	15
3.2.1. Objetivo general	15
3.2.2. Objetivos específicos	15
4. Sustento teórico	16
4.1. Estudios previos	16
4.2. Marco teórico	20
4.2.1. Narrativa transmedia	20
4.2.2. Principios de la Narrativa transmedia	20
4.2.3. Tipos de materiales educativos	21
4.2.4. Aula Invertida	22
4.2.5. Material didáctico	22
4.2.6. Plataformas digitales	22
4.2.7. Educación para el consumo responsable	23
4.2.8. Consumo responsable	23
4.2.9. Conciencia ambiental	23
4.2.10. Gestión académica escolar	24
4.2.11. Educación Ambiental	25
4.2.12. Proyecto Educativo Ambiental Integrado (PEAI)	25
4.2.13. Comunidad educativa	25
5. Beneficiarios	26
6. Propuesta de valor	27
6.1. Propuesta de valor	27
6.2. Segmento de clientes	27
6.3. Canales	27
6.4. Relación con los clientes	27
6.5. Actividades clave	28

Tabla 1. Mapa de contenido para la narrativa transmedia del producto mínimo viable	
22	
6.6. Recursos clave	29
6.7. Aliados clave	30
6.8. Fuentes de ingresos	31
6.9. Presupuestos	32
Tabla 2. Costo de Producción del producto mínimo viable	33
Tabla 3. Gasto mensual.	34
Tabla 4. Tabla de ingresos.	35
7. Resultados	35
8. Conclusiones	36
9. Bibliografía	38
10. Anexos	43
Anexo 1. Encuesta realizada en el colegio SIGMA La Molina	43
Anexo 2. Material digital didáctico para clases y aula invertida	45
Anexo 3. Plataforma web educativa	45
Anexo 4. Transmedia en redes sociales	46

1. Contextualización del problema

La contaminación ambiental y la poca conciencia en consumo sostenible se han convertido en una problemática de carácter global, que ha representado un notable aumento a lo largo del tiempo, representando un riesgo para la sociedad actual y futura. El deterioro del medio ambiente se define como un ciclo recurrente que abarca todos los entornos, y que, desde cualquier punto de vista, afecta a los seres vivos, ya sean quienes emiten o reciben contaminantes (Domínguez, 2015).

Es necesario corregir los perjuicios originados por las acciones de los seres humanos y así prevenir un deterioro continuo, debido a que la permanencia de la humanidad está sujeta directamente a ecosistemas saludables teniendo en cuenta el impacto directo e indirecto de estilos de vida poco sostenibles en la salud en general de los seres humanos y otras formas de vida (Naciones Unidas, 2023).

Para la comisión europea (2022) es importante desarrollar un cambio cultural en el ciudadano, es así que fomenta la educación sobre temas de cambio climático, sostenibilidad y medio ambiente desde las escuelas, con la finalidad de brindar herramientas suficientes a las generaciones futuras que les permita hacer frente a los desafíos ecológicos que puedan aparecer a futuro y con ello, cumplir con el principio de sostenibilidad propuesto en el informe Brundtland (1987).

Dicho esto, es fundamental destacar que la educación constituye un proceso riguroso y amplio, que inicia con la instrucción brindada por la familia y prosigue en la escuela, demandando la colaboración de ambas partes, para alcanzar un desarrollo educativo integral en los estudiantes (Domínguez, 2010).

La educación y conciencia ambiental es un tema de carácter importante que se ha estado llevando a cabo en los últimos años en el Perú, donde podemos encontrar el Plan Nacional de Educación Ambiental 2017-2022 (PLANEA), un plan que permitió identificar tendencias y desafíos a los que se enfrentaba la educación ambiental del país, creado por el Ministerio de Educación (MINEDU) en colaboración al Ministerio del Ambiente (MINAM), y de esta manera poder llevar a cabo la inserción de la Política Nacional de Educación Ambiental (PNEA).

Uno de los principales propósitos encontrados en este plan, es incorporar la relación del medio ambiente con el desarrollo mediante la involucración activa de la comunidad, considerando a la educación como una herramienta para que la población comprenda, reflexione y participe en acciones pertinentes contra el cambio climático (Ministerio de Educación y Ministerio de Ambiente, 2017).

La PNEA destaca la necesidad de cambiar los valores y hábitos de vida y conectarlas hacia una mayor armonía con la naturaleza, generando nuevos escenarios y pautas de consumo que sean responsables con el medio ambiente. A su vez, señala como principales escenarios de formación de la cultura ambiental al hogar, por ser el lugar donde se aprenden los primeros hábitos de protección y cuidado del ambiente, y los colegios por modelarse en ellos los patrones de comportamiento colectivo (Ministerio de Educación, 2013). Haciendo referencia a integrar dentro de la gestión de educación ambiental a toda la comunidad educativa.

De esta manera, una estrategia transmedia interactiva sobre educación para el consumo responsable se presenta como una solución efectiva para concientizar e incentivar a la comunidad educativa de Lima Metropolitana a optar por estilos de vida en armonía con la naturaleza y mejores prácticas de consumo responsable.

2. Justificación

Este trabajo de investigación se enfoca en resolver una deficiencia dentro de los sistemas de educación y desarrollo de conciencia de consumo responsable y sostenible en la comunidad educativa del distrito de La Molina. Para ello se propone desarrollar una estrategia transmedia en la malla curricular de los colegios de La Molina, esto va de la mano con programas de educación ambiental, talleres para padres e instructivos de educación para profesores.

2.1. Justificación social

El fenómeno del consumo ejerce una considerable influencia en la actualidad tanto en países o naciones desarrolladas como en aquellas que se encuentran en proceso de desarrollo. Por todo ello, se afirma que el consumo merece y debe ser objeto de estudio dentro de la educación.

En un contexto de sociedad orientada al consumismo, la familia desempeña un papel central e importante, al formar la identidad individual y contribuir al entorno social de los integrantes de esta misma (Baker et al., 2013).

Promover una educación para el consumo en las comunidades educativas crearía individuos con conciencia crítica y solidaria, del cual podrán ir construyendo nuevos hábitos dentro y fuera de las instituciones educativas.

2.2. Justificación práctica

Para esta investigación, se propone la creación de una estrategia transmedia, para promover de esta manera una conciencia y educación para el consumo en las comunidades educativas. Actualmente, la educación para el consumo no se plantea adecuadamente en las instituciones educativas, no se genera un desarrollo y conciencia en los estudiantes mediante sus acciones dentro de su entorno. Se observa que el tema de aprendizaje en estudiantes sobre conciencia ambiental es

deficiente, debido a la falta de asesoramiento de parte del personal educativo y en el entorno familiar.

Se espera que la creación de una plataforma transmedia favorezca en las metodologías, actividades y resultados del proceso de la adaptación de nuevos hábitos para el consumo, esto junto a un trabajo colaborativo entre padres, docentes y estudiantes.

2.3. Justificación metodológica

La metodología que vamos a utilizar para esta investigación está basada en el método de innovación Toulouse Thinking, debido a que facilita la atención en abordar desafíos y concebir respuestas, priorizando siempre a las personas en el proceso.

Se busca diseñar una idea de impacto en donde se podrá solucionar la problemática abordada, usando encuestas, entrevistas a profundidad y diversas dinámicas por las cuales se recolecta información de los principales targets implicados para conocer sus preferencias. Posteriormente se emplea esta información para generar y adecuar el contenido de la solución con el fin de empatizar de manera más cercana con el público objetivo.

3. Reto de innovación

3.1. Preguntas

3.1.1. Pregunta general

¿De qué manera la propuesta de una plataforma transmedia promoverá la educación ambiental y conciencia en consumo sostenible en estudiantes de secundaria en colegios y hogares de Lima Metropolitana?

3.1.2. Preguntas específicas

P1: ¿Cuáles son las necesidades del beneficiario que se verán favorecidos con la formulación de una plataforma transmedia que promoverá la educación ambiental y conciencia de consumo sostenible en colegios de Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué recursos y materiales se debe considerar para la implementación de una plataforma transmedia de educación ambiental y conciencia de consumo sostenible para los estudiantes de secundaria en Lima Metropolitana?

P3: ¿Qué impacto tienen las plataformas transmedia en la promoción de la educación ambiental y conciencia de consumo responsable en los estudiantes de secundaria de Lima Metropolitana?

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta de una plataforma transmedia que promueva la educación ambiental y consumo sostenible en adolescentes de secundaria en colegios de Lima Metropolitana.

3.2.2. Objetivos específicos

O1: Identificar las necesidades del beneficiario que se verían favorecidos con la formulación de una plataforma transmedia que promoverá la educación ambiental y conciencia de consumo sostenible en colegios de Lima Metropolitana.

O2: Definir los recursos y materiales que se deberían considerar para la implementación de una plataforma transmedia de educación ambiental y conciencia de consumo sostenible para los estudiantes de secundaria en Lima Metropolitana.

O3: Analizar el impacto que tendrían las plataformas transmedia en la promoción de la educación ambiental y conciencia de consumo sostenible en los estudiantes de secundaria de Lima Metropolitana.

4. Sustento teórico

4.1. Estudios previos

Cavalier y Paredes (2019) desarrollaron la tesis de licenciatura denominada: “Diseño del modelo de gestión ambiental que minimice los impactos ambientales negativos en el colegio San Ignacio de Recalde”

Con la meta de desarrollar un enfoque para la administración del medio ambiente, que alinee las actividades del Colegio San Ignacio de Recalde con el Plan Nacional de Educación Ambiental (PLANEA), con la finalidad de reducir la huella ambiental generada por la institución. Concluyeron que la implementación de una gestión ambiental permite considerar al colegio como socialmente responsable y garantizar su sostenibilidad. Asimismo, indica que se requiere ejecutar el plan de comunicación mediante la incorporación de actividades adicionales que ayuden con la sensibilización de los estudiantes hacia el medio ambiente, y que para conseguir dicha gestión es indispensable el liderazgo de la dirección.

Se considera que los resultados de este trabajo son importantes porque evidencian la necesidad de implementar un plan de comunicación actualizado para promover la conciencia ambiental en los colegios, y la importancia de hacer partícipes además de los alumnos y profesores, a la dirección de los colegios, como responsables de la organización para conseguir ser considerados como una escuela socialmente responsable.

Lago y Suárez (2020) realizaron la tesis de grado para la licenciatura: “Desafíos Transmedia en el ámbito educativo”.

Apuntaron en indagar cuáles son los aportes de las narrativas transmedia en espacios educativos y cómo se integran a dichos espacios.

Como conclusiones comparten lo clave que son las Narrativas Transmedias en el aprendizaje dentro del aula, permitiendo hacer posible el “Do it with others” donde se propone el aprendizaje colectivo, a través de múltiples soportes (plataformas, medios y redes sociales) y lenguajes (analógicos y virtuales). Esta estrategia permite aprovechar las competencias, prácticas culturales y pasiones personales de los alumnos, ayudando a la reducción de la brecha que existe entre la vida de los adolescentes y los colegios.

Esta investigación es relevante por la descripción que nos comparte acerca de cómo se aplica una narrativa transmedia, señalando el valor de poder adaptar el contenido del aprendizaje a la vida del adolescente y el contexto en el que se vive, como lo detalla Scolari en su artículo “¿Cómo diseñar clases transmediales?” (2019), donde comparte que antes se dedicaban muchas horas para ver pocos medios, pero actualmente se pasa poco tiempo en muchos medios, visibilizando la necesidad de comunicar en más de un soporte a la vez, adaptándonos al comportamiento de los jóvenes.

Guerra y Parada (2021) desarrollaron el trabajo para la licenciatura: “Estudio de la escuela como dispositivo en la configuración de prácticas asociadas al consumo responsable, en relación a la meta 12.8 de los ODS. Estudio de caso: IED La Pradera (Subachoque - Cundinamarca)”.

Este trabajo, tuvo como objetivo identificar la influencia del colegio y la participación en actividades proambientales, haciendo énfasis en consumo responsable, y se visibilizan en la meta 12.8 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) acordada por la ONU.

Dentro de las conclusiones que se obtuvieron, destacan la importancia de la participación activa de los encargados de la toma de decisiones en la institución, mencionando a los profesores, estudiantes y la comunidad. También recomiendan que se identifique el contexto de la institución para retar la linealidad de los modelos de enseñanza ambiental convencionales, y se apliquen enfoques interdisciplinarios como dinámicas para la inclusión de buenas prácticas de consumo en los estudiantes, quienes son los futuros tomadores de decisiones.

Esta investigación refuerza la importancia de la aplicación de estrategias multidisciplinarias en las que participe toda la comunidad educativa, e identifica al colegio como institución influyente en la configuración del ciudadano como ser social, familiar y emocional, que cumple un rol importante en la meta 12.8 de la ODS.

Gutiérrez (2021) desarrolló la tesis doctoral: “La educación ambiental y el desarrollo de la conciencia ambiental en los estudiantes de la Educación Básica Regular”.

El propósito de este estudio fue examinar la evolución de la educación ambiental y su impacto en la sensibilización ambiental de los estudiantes de la Educación Básica Regular.

Se obtuvo entre las conclusiones que es importante que las soluciones a la problemática ambiental desde las escuelas incluyan la participación del profesorado y estudiantes además de los padres de familia, para formar desde temprana edad el cuidado del medio ambiente. Mientras que, en relación a las investigaciones de educación ambiental, indican que en los últimos años

los países que han desarrollado más investigaciones fueron Perú con un 28%, seguido de España con un 24%.

De esta investigación podemos identificar que a pesar de ser de los países que más investigaciones realizamos en relación a la educación ambiental, los resultados que obtenemos no reflejan dicho avance, como en el reporte de la Matriz de Logros Ambientales del MINEDU (Ministerio de Educación, 2023), donde se obtuvo una disminución del 22% de Instituciones Educativas con calificación destacada, evidenciando la necesidad de herramientas y estrategias que aborden temas ambientales en los colegios.

Gutiérrez (2022) desarrolló la tesis de licenciatura: “Las narrativas transmedia como herramienta educomunicativa para el fortalecimiento de los medios de comunicación escolares en la educación media”.

En ella se buscó analizar el impacto de un proceso “educomunicativo” transmedia en los medios escolares.

Se identifica en las conclusiones que para que se contribuya en la transformación social de los alumnos, es necesario una participación consciente, y para que esto se logre, la estrategia se debe llevar a cabo con una perduración amplia y complementado la participación de toda la comunidad incluso fuera de las aulas. También comparte que las características de las narrativas transmedia facilitan los procesos de aprendizaje, y que se pueden adaptar a los procesos educativos, permitiendo que los proyectos de educación sean expandibles en múltiples formatos y plataformas.

Es relevante la información de esta investigación puesto que demuestra la practicidad de una narrativa transmedia para la adaptación a diferentes contextos y necesidades de aprendizaje,

pero también comparte que los resultados son más relevantes cuando se aplica este recurso con un tiempo prolongado, aceptando el proceso de adaptación de los alumnos a nuevas dinámicas de aprendizaje.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Narrativa transmedia

Es una narrativa difundida a través de diversas plataformas y canales de comunicación., en donde los participantes tienen una participación activa en el proceso (Scolari, 2013).

4.2.2. Principios de la Narrativa transmedia

Jenkins, uno de los pioneros en tomar el concepto y definición de la narrativa transmedia, define 7 principios fundamentales que debe de considerar una narrativa transmedia (2009):

Expansión vs. Profundidad: La expansión refiere a la capacidad de los espectadores de divulgar y promover el contenido de la historia, y la profundidad es la necesidad e interés por ahondar más en la historia y seguir participando de ella.

Continuidad vs. Multiplicidad: Hace referencia a la capacidad de la historia de siempre seguir en la misma línea y principios, en todos los medios en el que se encuentre. Mientras que la multiplicidad hace referencia a la adaptabilidad que una historia puede tener, para poder crear diferentes versiones de sí misma, como llevar un mismo relato a diferentes contextos (por ejemplo, un héroe de Perú, realizando hazañas en África, o en el año 4000).

Inmersión vs. Extracción: Con la inmersión, las personas participan del mundo narrativo propuesto en múltiples formatos y no solo participan de uno. La extracción por su parte trae elementos, experiencias o hábitos de la narrativa, al mundo real, y lo hacen parte de lo cotidiano.

Construcción de mundos: Este principio habla de poder crear una cultura o un contexto de conocimiento en torno a la historia. El poder crear reglas, vocabulario o características de la

narrativa, que se vuelven “universales” y se aplican en diferentes medios y plataformas, con y sin intervención del creador de la narrativa.

Serialidad: Con este punto, se busca dispersar la narrativa en muchos medios, pero que a su vez estos medios sean independientes. Principalmente lo que trata de conseguir, es que la narrativa no sea una misma historia, puesta en diferentes medios, sino que pueda desarrollarse de manera autónoma en cada medio, según su propio contexto y lenguaje.

Subjetividad: Permite participar al espectador en el desarrollo de la experiencia, integrando paulatinamente a la narrativa contenidos que demandan más atención y esfuerzo para disfrutar de la historia. Por ejemplo, el detallar algún TOC del personaje, o algún concepto que tenga el personaje en su mundo, y llame al espectador a “conectar hilos” para entender el por qué se comparte este nuevo mensaje que quizás influye en el desarrollo o podría influir en el desenlace de la historia, pero que sin existir una referencia oficial, la conexión depende de la imaginación del espectador.

Performance: Capacidad de las historias para motivar a las personas a construir o expandir la experiencia, y se convierten en prosumidores (productores y consumidores). Si se tratase de una historia ficción, sería la participación de los espectadores creando teorías paralelas o textos que puedan complementar esta ficción. O si se tratase de una experiencia con la realidad, como algún experimento o guía, sería la forma en que llevan estos experimentos o acciones a una escala mayor o replicarlo de diferentes formas en la vida real.

4.2.3. Tipos de materiales educativos

Material Digital: Se llevan a cabo mediante el respaldo de tecnología con el objetivo de simplificar el proceso de aprendizaje. (Vidal et al., 2019)

Material Manipulativo: Son recursos empleados por los docentes, por los que a través de la interacción directa con él se obtienen conocimientos (Extremiana, 2019).

4.2.4. Aula Invertida

Es una metodología de enseñanza, también conocida como "flipped classroom", fue propuesta por dos profesores de secundaria, Jonathan Bergmann y Aaron Sams (2014). Esta investigación afirma que en lugar de impartir nuevos contenidos en el aula y asignar tareas para hacer en casa, se sugiere que los estudiantes vean contenido multimedia, realicen lecturas, etc., antes de la sesión con el docente para llevar a cabo tareas bajo su supervisión.

Esta metodología ofrece diversas oportunidades pedagógicas para la enseñanza online, especialmente en lo que respecta a la disposición de recursos y actividades didácticas tanto en entornos sincrónicos como asincrónicos.

4.2.5. Material didáctico

Los recursos educativos tienen un impacto considerable en el proceso de aprendizaje en las áreas procedimental, conceptual y actitudinal (Moris et al., 2014).

Se sostiene que posibilitan el desarrollo de diversas habilidades y destrezas en los estudiantes mediante la estimulación de la creatividad y la adquisición de nuevos conocimientos, contribuyendo así a alcanzar un aprendizaje significativo.

4.2.6. Plataformas digitales

Las plataformas, son espacios donde los actores comparten o se conectan con un propósito en común, o donde se comparte un recurso en común. Esta definición general rigió en la sociedad con un valor lineal y limitado, hasta que llegó la implementación de la tecnología, en donde esta interacción simple se optimiza y aumenta exponencialmente, reduciendo costos y

facilitando nuevas formas de gestionarlas, iniciando una nueva realidad, describiendo de esta forma a la definición de plataformas digitales (Canals y Hülskamp, 2020).

4.2.7. Educación para el consumo responsable

Se busca promover las habilidades, actitudes y conocimientos esenciales que capaciten a los jóvenes para ser consumidores responsables y actuar de forma crítica (Garrido, 2015). La consultora de marketing educativo “EducarEnAcción” (2021), afirma que la educación para el consumo responsable debe contemplar tres vertientes: la ética, la ecológica y la vertiente de solidaridad.

4.2.8. Consumo responsable

El consumo responsable implica adoptar prácticas conscientes al elegir y utilizar productos, con el objetivo de equilibrar la cadena de consumo. Esto se logra satisfaciendo las necesidades de manera sostenible y minimizando la generación de residuos sólidos a un nivel aceptable (Escobar y Fontalvo, 2020).

4.2.9. Conciencia ambiental

La comprensión ambiental abarca un concepto complejo que incluye cuatro dimensiones diferentes: afectiva, cognitiva, conativa y activa (Corraliza y Collado, 2019).

La dimensión afectiva se relaciona con el grado de sensibilidad y motivación que las personas tienen hacia el tema. Esta dimensión les permite desarrollar un sentido de compromiso con el medio ambiente, basado en acciones morales y éticas (Laso et al., 2019).

La dimensión cognitiva se relaciona con el grado de información y conocimiento sobre el tema. Esta dimensión se enfoca en el desarrollo de las capacidades necesarias para comprender los problemas ambientales y tomar decisiones informadas y responsables en relación con ellos (Báez, 2016).

La dimensión conativa se refiere a la disposición de las personas a actuar con criterios ecológicos, teniendo en cuenta la huella ambiental que pueden generar. Su propósito es lograr un compromiso real con la conservación ambiental y así poder asumir retos ambientales que contribuyan a la preservación del planeta (Gomera et al., 2013).

La última dimensión, conocida como dimensión activa, hace énfasis en los comportamientos del ser humano a favor del planeta, para el cuidado y protección de este (Estrada et al., 2022).

Dicho esto, se considera que una persona con conciencia ecológica y ambiental es capaz de desarrollar estilos de vida y decisiones proambientales (Jiménez y Lafuente, 2010).

4.2.10. Gestión académica escolar

La gestión académica escolar (García et al., 2018) integra tanto procesos teóricos como prácticos con el propósito de promover la mejora constante en la calidad, equidad y relevancia de la educación. Para ello, es primordial la dirección y utilización eficiente de los recursos a utilizar en el desarrollo de éste.

Dicho esto, se requiere contar con una sólida estructura administrativa; en otras palabras, una administración eficiente se convierte en el pilar fundamental para una gestión exitosa. Esta área desempeña un papel crucial como un respaldo constante, adaptándose a las demandas de la gestión educativa.

También se afirma que un director es la cabeza del centro de estudio, pero las tareas de dirigir, planificar, coordinar el calendario académico tiene que ser en compañía de los demás participantes del proceso que son los profesores, comunidad y padres de familia. Es esencial la intervención de todos estos actores mencionados para la eficacia del proceso educativo de los alumnos.

4.2.11. Educación Ambiental

Según la Ley general del Ambiente del Perú, se afirma que la educación ambiental es un aprendizaje continuo a lo largo de la vida que busca desarrollar los conocimientos, valores y prácticas necesarias para realizar actividades de manera respetuosa con el medio ambiente y contribuir al desarrollo sostenible del país (Ley general del Ambiente N° 28611 de 2005).

4.2.12. Proyecto Educativo Ambiental Integrado (PEAI)

El MINEDU, en el 2022 publicó una guía para la implementación de este proyecto, tratándose de una estrategia que integra el enfoque ambiental en la gestión escolar, activando competencias y enfoques transversales. Moviliza a toda la comunidad educativa para abordar una problemática ambiental identificada y priorizada en la institución o la comunidad.

4.2.13. Comunidad educativa

En el Perú, según la ley general de la educación, “la comunidad educativa está conformada por estudiantes, padres de familia, profesores, personal administrativo y miembros de la comunidad local” (Ley general de educación N° 28044 de 2003).

La importancia de la comunidad educativa en Perú radica en su papel fundamental al considerar o reconsiderar la forma en que se desarrolla el proceso educativo. Esto se debe a que la educación no existe de manera independiente de la sociedad, sino que está intrínsecamente vinculada en diversos aspectos, como lo social, cultural, político, urbanístico y económico, entre otros.

De este modo, la función de una comunidad educativa no se limita únicamente a contribuir al perfeccionamiento formal del proceso educativo dentro de una institución específica, sino que también abarca la educación ciudadana. Esta última, que acompaña al proceso formal, se relaciona con la integración de los estudiantes en la sociedad. Los cambios e

innovaciones en la concepción del proceso educativo afectan a la comunidad educativa, razón por la cual frecuentemente se la incluye en dichos cambios.

5. Beneficiarios

La plataforma transmedia se encuentra dirigida hacia las comunidades educativas de La Molina. Dentro del conjunto “comunidad educativa” se encuentran los beneficiarios centrales, que vendrían a ser adolescentes de un nivel socioeconómico A y B de 14 a 17 años del distrito de La Molina, que se encuentran en una constante búsqueda de contenido interactivo y llamativo para poder entretenerse o aprender.

Por otro lado, están los beneficiarios directos, donde tenemos al personal administrativo de los colegios, como el director, que constantemente está buscando las herramientas y métodos para que los alumnos del colegio salgan con un pensamiento crítico ante la sociedad, además que se preocupa por la publicación de logros dentro de la Matriz de Logros Ambientales.

También encontramos a los padres de familia, que se encuentran preocupados por el futuro de sus hijos, intentan involucrarse activamente en la enseñanza de sus hijos, pero el tiempo o la falta de información suele limitarlos.

Por último, tenemos a los docentes que están dispuestos a reinventar su forma de enseñanza, buscan constantemente nuevos métodos de captar la atención de sus estudiantes e intentan hallar la manera de involucrar a los padres en el proceso educacional de sus hijos.

Los beneficiarios indirectos vienen a ser la comunidad distrital de La Molina, ya que será beneficiada por el cambio de estilos de vida generados por la propuesta ya mencionada.

6. Propuesta de valor

6.1. Propuesta de valor

Influenciar a los alumnos a un estilo de vida de consumo sostenible por medio de una narrativa transmedia, involucrando a los padres y a las instituciones educativas en el proceso.

Para esta problemática se ha diseñado una narrativa transmedia, nos apoyaremos en tal cosa, plataforma, con tal modalidad, cuyo objetivo es influenciar a los alumnos a un estilo de vida sostenible.

6.2. Segmento de clientes

En base a la presente investigación se optó por tener como clientes a colegios privados del sector económico A y B, ya que en estos se encuentran estudiantes de secundaria, quienes son los principales usuarios.

6.3. Canales

Se creará una plataforma web como una herramienta donde todos los usuarios podrán acceder y conocer más acerca del consumo responsable en sus estilos de vida. Se tiene planteado poder distribuir esta plataforma en diversas redes sociales, como Instagram, Tik Tok y Facebook, incluyendo televisión nacional.

6.4. Relación con los clientes

El punto principal es poder brindarle al usuario final, en este caso el adolescente, un aprendizaje interactivo con una metodología dinámica, híbrida e intuitiva. Nuestros usuarios lograrán sumergirse en un mundo sustentable, con retos e información, logrando crear un hábito y estilo de vida desde casa que podrán validar en los colegios.

6.5. Actividades clave

- Desarrollar plataforma web inmersiva e intuitiva
- Realizar perfiles personalizables
- Desarrollar manual de metodología para la aplicación de talleres interactivos
- Desarrollo de podcasts educativos
- Desarrollo de videos y animaciones

Tabla 1

Mapa de contenido para la narrativa transmedia del producto mínimo viable

Categoría	Contenido	Detalle
Actividades	Actividades Semanales	(01 x tema) 01 Dieta responsable 01 Transporte sostenible 01 Eficiencia energética 01 Uso eficiente del agua 01 Reducción de residuos
	Actividad Mensual	(01 x mes) Mes 1: Dieta responsable
Universo Sostenible	Cómic (historieta ilustrada)	01 x mes. Referente a la actividad mensual
	Tik Tok	Viral, reto o estilo de vida.
	Instagram	Recomendaciones, preguntas, ayuda para las actividades semanales, consejos, etc. Posts de la comunidad.
	Podcast	Espacios de conversación con especialistas o la comunidad.

Hábitos sostenibles	Video explicativo por cada hábito	(01 por tema) 01 Dieta responsable 01 Transporte sostenible 01 Eficiencia energética 01 Uso eficiente del agua 01 Reducción de residuos
---------------------	-----------------------------------	--

6.6. Recursos clave

Recursos humanos:

- Diseñador Ux-Ui: responsable del diseño de la interfaz y flujo de la experiencia de la plataforma digital.
- Desarrollador Full Stack: responsable de la programación de la maquetación (front end), la sincronización con los servicios y bases de datos (back end) y optimización del posicionamiento de la plataforma en los motores de búsqueda (SEO).
- Diseñador gráfico: Responsable de la ejecución de la identidad gráfica en los recursos que lo requieran como las guías de las actividades (para el estudiante, docente y padres de familia), contenido de redes sociales, recursos de la plataforma, entre otros.
- Comunicador Audiovisual: responsable del desarrollo del contenido audiovisual de la plataforma, como los videos resumen, storytelling de los cómics, grabación y postproducción de los podcasts, entre otros.
- Actor de voz: responsable del doblaje de voz del contenido donde participará el personaje transmedia de la plataforma, EDU.
- Comunicador: responsable del scouting de información para el contenido de la plataforma, y mapeo de contenido para la estrategia transmedia.

- Redactor de contenido: Responsable de la redacción del contenido compartido en la plataforma, y copys de los posts de redes sociales, entre otros.

Recursos digitales:

- Redes sociales: Espacios donde se compartirá contenido referente al consumo responsable en los colegios, dinámicas según recursos de cada red social (hashtag, preguntas, cuestionarios, etc.), e interacción personalizada de EDU con la comunidad.
- Dominio, hosting y CMS: Espacio y recursos online para el almacenamiento, publicación y administración de la plataforma digital.
- Paquete Adobe (Premiere, After, Illustrator, Photoshop): programas para la edición y ejecución del contenido para la plataforma y redes sociales.

6.7. Aliados clave

Los aliados claves que se proponen para este proyecto son esenciales para la realización, escalabilidad y expansión continua que permitirá la creación de la plataforma y mundo transmedia.

- Colegios: Son los clientes principales para el proyecto.
- MINEDU: El Ministerio de educación es el encargado de la validación del proyecto para que sea implementado en los colegios.
- Universidades de ciencia y sostenibilidad: Los investigadores y académicos pueden contribuir con investigaciones y desarrollos pedagógicos relacionados con la educación ambiental en el contexto peruano.

- Influencers de ciencia y vida sostenible: Pueden difundir por redes sociales la plataforma propuesta y así lograr un mayor alcance. Sus seguidores formarían parte del target del proyecto.
- ONG: Las ONG ambientales o relacionadas a ello serían un aliado clave para la difusión de la plataforma e implementación de esta en caso sea necesario.
- Cooperaciones internacionales: Son un aliado estratégico en caso de financiamiento o difusión del proyecto.
- Aceleradoras de Negocio (Start UPC): Son un socio en caso de financiamiento del proyecto o de futuras integraciones a la plataforma.
- Empresas que sustenten sostenibilidad: Son importantes para poder establecer alianzas y mostrar sus logros en la plataforma.
- Marcas o negocios sustentables: Al igual que las empresas, son un aliado estratégico para establecer alianzas y publicidad.

6.8. Fuentes de ingresos

El modelo de negocio de la plataforma es “Freemium”, permitiendo el uso gratuito y por suscripción, complementado con auspicio de promotores de startups o iniciativas responsables como entidades públicas, privadas u ONG.

- Suscripción mensual/anual de colegios: la suscripción permitirá una experiencia personalizada, con posibilidad de seguimiento de actividades por alumno y profesor, además de eliminar todo tipo de ventana emergente publicitaria.
- Publicidad en app: se compartirá publicidad para los usuarios que no sean parte de una suscripción. Esta publicidad puede ser personalizada según el patrocinador directo, o podrá ser administrada según el contenido publicitario de Google AdSense.

- Auspicio de promotores de startups: se aceptará el financiamiento voluntario de promotores económicos para el desarrollo y mantenimiento de la plataforma como entidades públicas (MINEDU, Universidades nacionales. etc.), privadas (Universidades, Bancos, empresas que fomenten la sostenibilidad, etc.) y ONG.

6.9. Presupuestos

La producción del producto mínimo viable (PMV) estima un costo de S/6,400.00, monto que contempla el desarrollo del producto digital, el desarrollo del contenido, la impresión del apoyo gráfico y la difusión de la plataforma en medios digitales.

Adicionalmente al costo de producción, la plataforma tendrá un gasto mensual de S/2680.00, que incluye el desarrollo del contenido y su difusión.

Teniendo en cuenta estos dos gastos, para el lanzamiento, la inversión inicial contará con un financiamiento bancario que cubrirá el costo de producción del PMV y seis meses del gasto mensual, teniendo como inversión inicial el monto de S/23,000.00, fraccionado en 6 cuotas de S/4,294.81 que incluye una TEA del 45%.

La plataforma tendrá un modelo de negocio freemium, donde la descarga y uso será gratuito para todos, sin embargo, si optan por una experiencia más personalizada y sin publicidad, los colegios deberán de pagar un costo de suscripción anual de S/2,000.00 o una suscripción mensual de S/200.00. Se estima tener en el primer mes como early adopters 10 colegios particulares de La Molina haciendo uso de la aplicación, en sus 5 grados de secundaria, en todas sus secciones, y crecer mensualmente un 20%. Al terminar el primer año estarán participando entre 75 y 100 colegios, permitiendo alcanzar el punto de equilibrio en el mes 6, cerrando el primer año con una utilidad de S/30,000.00. Y bajo la misma proyección de

crecimiento, al finalizar el segundo año, la plataforma alcanzaría una participación de más de 600 colegios, obteniendo más de S/700,000.00 de utilidades.

Tabla 2

Costo de Producción del producto mínimo viable

Recursos de producción				
Desarrollo de producto digital (plataforma web)				
Descripción del recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Detalle
Agencia de productos digitales - Diseñador Ux/UI - Desarrollador Full stack	1	S/ 3,220.00	S/ 3,220.00	único
WIX (Hosting, Dominio y CMS)	1	S/ 200.00	S/ 200.00	mensual
Desarrollo de contenido				
Descripción del recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Detalle
Community Manager	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	mensual
Diseñador gráfico	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	mensual
Membresías - Spotify podcast	1	S/ 80.00	S/ 80.00	mensual
Material gráfico de apoyo en campo				
Descripción del recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Detalle
Impresión de tarjetas de presentación, fotochecks y posters de instrucciones de uso de la plataforma	1	S/ 300.00	S/ 300.00	único
Recursos de difusión				
Publicidad				
Descripción del recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Detalle

Publicidad en redes sociales - Meta (Facebook, Instagram) - Tik Tok - Spotify - YouTube - Google AdSense	1	S/ 200.00	S/ 200.00	mensual
Costo total de producción inicial			S/ 6,400.00	

Tabla 3*Gasto mensual.*

Recursos de producción				
Desarrollo de contenido				
<i>Descripción del recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo total</i>	<i>Detalle</i>
Community Manager	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	mensual
Diseñador gráfico	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	mensual
Membresías - Spotify podcast	1	S/ 80.00	S/ 80.00	mensual
Recursos de difusión				
Publicidad				
<i>Descripción del recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo total</i>	<i>Detalle</i>
Publicidad en redes sociales - Meta (Facebook, Instagram) - Tik Tok - Spotify - YouTube - Google AdSense	1	S/ 200.00	S/ 200.00	mensual
Gastos mensuales			S/ 2,680.00	

Tabla 4*Tabla de ingresos.*

	Mes 1	Mes 6	Mes 7	Mes 12
Colegios	10.0	24.9	29.9	74.3
Alumnos totales	3000.0	7465.0	8958.0	22290.3
Interacciones x mes	120000.0	298598.4	358318.1	891610.0
Ingresos por publicidad	S/ 2,400.00	S/ 5,971.97	S/ 7,166.36	S/ 17,832.20
<i>Costos mensuales</i>	<i>S/ 4,294.81</i>	<i>S/ 4,294.81</i>	<i>S/ 2,680.00</i>	<i>S/ 2,680.00</i>
Balance de ingreso	-S/ 1,894.81	S/ 1,677.16	S/ 2,871.55	S/ 13,537.39
Utilidad primer año	S/ 43,455.49			

7. Resultados

En base a la investigación, se halló una insuficiencia de educación para el consumo, por parte de las instituciones educativas de La Molina. Por ello, se propuso la plataforma transmedia interactiva, involucrando a la Comunidad Educativa, para generar estilos de vida ambientales y consumidores responsables.

Se logró validar satisfactoriamente y cumplir con el reto de innovación, debido a la investigación y los talleres generativos vivenciales que se realizaron en la Institución Educativa SIGMA La Molina, con un aula que comprendía a diferentes alumnos de secundaria.

El primer taller sirvió para concientizar a los estudiantes sobre los beneficios del consumo responsable y sostenible. Dentro de los hallazgos, se confirma que los estudiantes muestran un interés genuino por el tema y su constante búsqueda de información, afirmaron

haber buscado talleres, experiencias o iniciativas que promuevan el consumo responsable, y que aún falta más iniciativas en sus distritos y en el colegio. Además, lograron comprender mejor el tema mediante videos y participaciones constantes durante el taller.

El segundo taller fue de validación de contenido y prototipado, en este, se pudo confirmar que los medios interactivos son importantes para captar su atención, además que mostraron genuino interés en retos vivenciales para descubrir lugares y hacer cosas desde casa.

Con todo lo mencionado, la aprobación de esta plataforma transmedia dentro de la comunidad educativa de La Molina viene a ser de un 100% de satisfacción en uso y manejo de la enseñanza.

8. Conclusiones

La plataforma transmedia promueve la educación ambiental y consumo sostenible de estudiantes de secundaria en colegios de La Molina, esto se pudo apreciar a través de las encuestas, donde se vio reflejado una búsqueda por parte de los adolescentes de aprender con contenido variado, y en los talleres generativos, en donde los alumnos señalaron que utilizan estos medios digitales interactivos para su recreación y educación, además, al manejar la plataforma propuesta señalaron que esta era entendible, intuitiva e interesante, por el tipo de contenido planteado.

Para el diseño de esta propuesta se identificaron y validaron las necesidades de los usuarios, mediante encuestas y talleres, donde se encontró una necesidad por parte de instituciones educativas de generar alumnos con conciencia y criterio, además, de incentivar a las publicaciones de logros medioambientales.

Dentro de las instituciones, los estudiantes afirman que diversos medios interactivos son mejor para su aprendizaje, debido al tipo de contenido con el que interactúan diariamente.

Los profesores resaltan la idea de incentivar la participación de los padres de familia dentro de sus comunidades y la enseñanza de sus hijos, y que sean partícipes de las actividades que ellos realicen.

Por otro lado, los padres están en una constante búsqueda de involucrarse más en la educación de sus hijos, sin saber de qué manera o cómo pueden influenciar positivamente en sus vidas.

Los recursos utilizados para la implementación de esta narrativa transmedia, vienen a ser digitales, como videos, animaciones, historietas y podcasts. Además de manuales de instrucción de implementación de talleres presenciales. Esto debido a las necesidades ya encontradas en nuestros usuarios.

Una plataforma transmedia de educación para el consumo responsable causa un efecto beneficioso en las comunidades ubicadas en el distrito de La Molina, induciendo una transformación en los hábitos de vida de los usuarios, promoviendo la conciencia, empatía y discernimiento.

9. Bibliografía

- Báez, J. E. (2016). *La conciencia ambiental en España a principios del siglo XXI y el impacto de la crisis económica sobre la misma* (Vol. 101). Papers: revista de sociología.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5571911>
- Baker, S. R., Bloom, N., y Davis, S. J. (2013). Measuring Economic Policy Uncertainty. *Chicago Booth Research Paper*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2198490>
- Bergmann, J., y Sams, A. (2014). *Flipped Learning: Gateway to Student Engagement*. International Society for Technology in Education.
https://books.google.com.pe/books/about/Flipped_Learning.html?id=Is-OoAEACAAJ&redir_esc=y
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development*. United Nations - Official Records of the General Assembly.
- Canals, A., y Hülkamp, I. (2020, noviembre 14). Plataformas digitales: fundamentos y una propuesta de clasificación. *Oikonomics. Revista de economía, empresa y sociedad*.
https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/14/canals-hulskamp_Oikonomics14_esp.pdf
- Cavalier, D. G., y Paredes, P. M. d. R. (2019). *Diseño del modelo de gestión ambiental que minimice los impactos ambientales negativos en el colegio San Ignacio de Recalde*. [Tesis Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola].
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cf352ae9-9ae9-4ff9-9b94-04c5236246f4/content>

Comisión Europea. (2022). *Aprendizaje para la transición ecológica y el desarrollo sostenible*.

European Education Area. <https://education.ec.europa.eu/es/focus-topics/green-education/learning-for-the-green-transition>

Corraliza, J. A., y Collado, S. (2019). CONCIENCIA ECOLÓGICA Y EXPERIENCIA AMBIENTAL EN LA INFANCIA. *Papeles del Psicólogo*, 40, 190.

<https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2896>

Domínguez, M. C. (2015, julio 30). La contaminación ambiental, un tema con compromiso social. *Corporación Universitaria Lasallista*, 10.

<http://revistas.unilasallista.edu.co/index.php/pl/article/view/770>

Domínguez, S. (2010, mayo). La Educación, cosa de dos: La escuela y la familia. *Federación de Enseñanza de CC. OO. de Andalucía*.

<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7214.pdf>

EducarenAcción. (2021, abril 21). *Consumo responsable y educación*. EducarenAcción.

https://educarenaccion.com/2021/04/21/consumo_responsable/

Escobar, D. M., y Fontalvo, M. C. (2020). Consumo responsable, práctica de una ciudadanía ambiental. *SEXTANTE*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8728995>

Estrada, E. G., Huaypar, K. H., Gallegos, N. A., y Velasquez, L. (2022). Conciencia ambiental y actitudes proambientales en estudiantes de educación secundaria de Madre de Dios, Perú. *Ciencia Amazónica (Iquitos)*, 9. <https://doi.org/10.22386/ca.v9i2.341>

Extremiana, L. (2019). *Los materiales didácticos manipulativos en el aprendizaje basado en proyectos*. [Tesis Licenciatura, Universidad de Valladolid].

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/39139>

- Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2021). *PERÚ: Impacto de la pandemia de la COVID-19 en el bienestar de adolescentes y jóvenes*. UNFPA Perú.
https://peru.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/impacto_del_covid_19_en_el_bienestar_de_adolescentes_y_jovenes.pdf
- García, F. J., Juárez, S. C., y Salgado, L. (2018). Gestión escolar y calidad educativa. *Revista Cubana Educación Superior*, 206-216. <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v37n2/rces16218.pdf>
- Garrido, M. P. (2015, junio 26). *La importancia de la educación para el consumo*. Red Social Educativa. <https://redsocal.rededuca.net/la-importancia-de-la-educacion-para-el-consumo>
- Gomera, A., Villamandos, F., y Vaquero, M. (2013). Construcción de indicadores de creencias ambientales a partir de la escala NEP. *Revista Acción Psicológica*, 10.
<https://dx.doi.org/10.5944/ap.10.1.7041>
- Guerra, L. P., y Parada, A. (2021). *Estudio de la escuela como dispositivo en la configuración de prácticas asociadas al consumo responsable, en relación a la meta 12.8 de los ODS. Estudio de caso: IED La Pradera (Subachoque - Cundinamarca)*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales].
<https://repository.udca.edu.co/handle/11158/4058>
- Gutiérrez, A. Y. (2022). *Las narrativas transmedia como herramienta educocomunicativa para el fortalecimiento de los medios de comunicación escolares en la educación media*. [Tesis de Licenciatura, Corporación Universitaria Minuto de Dios].
<https://hdl.handle.net/10656/14406>
- Gutiérrez, D. S. (2021). *La educación ambiental y el desarrollo de la conciencia ambiental en los estudiantes de la Educación Básica Regular*. [Tesis de Doctorado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56821>

Jenkins, H. (2009, diciembre 12). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)* — Pop Junctions. Pop Junctions.

https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jiménez, M., y Lafuente, R. (2010). Definición y medición de la conciencia ambiental. *Revista Internacional De Sociología*, 68, 731–755. <https://doi.org/10.3989/ris.2008.11.03>

Lago, J. I., y Suárez, M. J. (2020). *Desafíos Transmedia en el ámbito educativo*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de La Plata].

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/145288>

Laso, S., Marbán, J. M., y Ruiz, M. (2019, septiembre 28). Diseño y validación de una escala para la medición de conciencia ambiental en los futuros maestros de Primaria.

Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado.

<https://doi.org/10.30827/profesorado.v23i3.11181>

Ley 28044 de 2003. Ley general de Educación. 11 de septiembre de 2003. Diario Oficial El Peruano.

Ley 28611 de 2005. Ley general del Ambiente. 15 de octubre del 2005. Diario Oficial El Peruano.

Ministerio de Educación. (2013). *Orientaciones para implementar la Política Nacional de Educación Ambiental a nivel multisectorial y descentralizado*. Ministerio de Educación.

<http://www.minedu.gob.pe/educacion-ambiental/pdf/orientaciones.pdf>

Ministerio de Educación. (2022, marzo 16). *Guía para la elaboración e implementación del Proyecto Educativo Ambiental Integrado "Alimentación Saludable en la Escuela"*.

Repositorio MINEDU. <https://hdl.handle.net/20.500.12799/7877>

Ministerio de Educación. (2023). *Reporte de la Matriz de Logros Ambientales en cifras*.

Ministerio de Educación - Educación Ambiental.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoizTRkNzlhMzktMzhhOC00YTNiLTlmZGYtZDk1YmE1NDQyZTAyIiwidCI6IjE3OWJkZGE4LWQ5NjQtNDNmZi1hZDNiLTY3NDE4NmEyZmEyOCIsImMiOjR9&pageName=ReportSection4e6dce0e4b9dac24bba8>

Ministerio de Educación y Ministerio de Ambiente. (2017, enero 19). *Plan Nacional de Educación Ambiental 2017-2022*. Repositorio institucional - MINEDU.

<https://hdl.handle.net/20.500.12799/5144>

Moris, A. D. P., Tello, C. E., y Culqui, B. G. (2014). *Influencia de los materiales didácticos en el aprendizaje de los niños y niñas de la Institución Educativa Inicial “María Reiche” – 2013*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana].

<http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/2330>

Naciones Unidas. (2023, mayo 22). *Día Internacional de la Diversidad Biológica | Naciones Unidas*. United Nations. <https://www.un.org/es/observances/biological-diversity-day>

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

<https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-II/Aportaciones%202013/Scolari-Narrativas%20transmedia-Cap1.pdf>

Scolari, C. A. (2019). ¿CÓMO DISEÑAR CLASES TRANSMEDIALES? *e-Repositori UPF*.

https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/42739/scolari_mayeutica_comdis.pdf

Vidal, M. I., Vega, A., y López, S. (2019). Uso de materiales didácticos digitales en las aulas de primaria. *Red de información educativa*. <http://hdl.handle.net/11162/196070>

10. Anexos

Anexo 1

Encuesta realizada en el colegio SIGMA La Molina

ENCUESTA SOBRE CONSUMO RESPONSABLE EN ADOLESCENTES

1. ¿Qué edad tienes y qué grado cursas?

2. ¿Cuáles son tus redes sociales favoritas?

- Facebook
 Tik Tok
 Instagram

3. ¿Qué apps o plataformas usas más?

- Videojuegos
 Redes sociales
 Servicios de Streaming
 Apps de música

4. ¿Cuál es el contenido más entretenido que has visto en redes sociales en los últimos meses?

5. ¿Sigues a influencers de ciencia / ambiente / naturaleza? Escoge cuál conoces, y si tienes otro, ponlo en la casilla "Otro".

- Wikiseba
 Quantum Fracture
 El borrego
 No sigo cuentas así
 Faber Burgos
 Otro: _____

6. ¿Usas alguna plataforma o app para aprender cosas nuevas? Menciona cuál:

7. Si tu respuesta fue sí, ¿por qué la usas?

- Es gratis o más accesible
 El contenido es más fácil de entender
 Lo puedo ver en mi celular y en otros dispositivos
 Tiene contenido multimedia variado y no me aburre
 Lo puedo ver al momento que yo quiera
 Es una plataforma interactiva

Multimedia: Fotos, videos, imágenes, animaciones, iconos, etc.

8. ¿Has escuchado o sabes sobre el consumo responsable y sostenible?

- Si
 No

Consumo responsable y sostenible: Propicia el uso o compra de productos y servicios que minimizan la utilización de los recursos naturales, la generación de materiales tóxicos y residuos, e involucra la adopción de tendencias y estilos de vida con menor impacto ambiental.

9. ¿Se ha tratado el tema en tu colegio?

- Si
 No

10. ¿Recuerdas algún momento en el colegio donde aprendiste mejor un tema que se te hacía difícil de entender? ¿Cómo fue?

11. ¿Desearías que se implementen nuevas actividades en el colegio? ¿Cuáles?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Talleres recreativos | <input type="checkbox"/> Aprendizaje Inverso |
| <input type="checkbox"/> Documentales / animaciones en clase | <input type="checkbox"/> Aplicaciones de tecnología educativa (Como Google Classroom) |
| <input type="checkbox"/> Debates | |
| <input type="checkbox"/> Infografías | |
| <input type="checkbox"/> Juegos educativos | |

Aprendizaje inverso: Buscas información en casa y en clase realizas el tema mediante productos como videos, infografías virtuales, etc.)

12. ¿Sientes que la tecnología será clave para que aumente tu interés en temas de consumo sostenible o interés ambiental? ¿Por qué?

13. ¿Conocen el tema de consumo responsable en casa?

- Sí No

14. ¿Qué actividades se hacen en tu casa para promover un consumo responsable y sostenible?

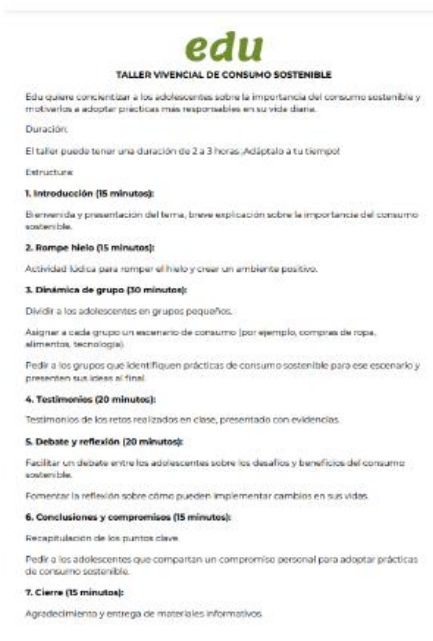
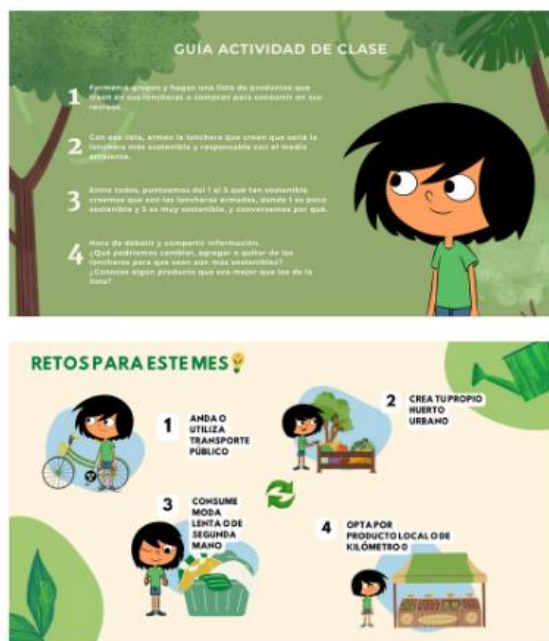
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Reciclaje | <input type="checkbox"/> Reducir consumo de luz y agua |
| <input type="checkbox"/> Usar marcas eco friendly | <input type="checkbox"/> Educarse en temas de consumo responsable o ambientales |
| <input type="checkbox"/> Usar menos plástico | |
| <input type="checkbox"/> Hacer composta de residuos | |

15. Déjanos un comentario sobre cómo este tema de consumo responsable y sostenible podría ser atractivo para ti:

¡Muchas gracias por tu participación!
Tu apoyo es de mucha ayuda para el desarrollo de nuestro proyecto.

Anexo 2

Material digital didáctico para clases y aula invertida



Anexo 3

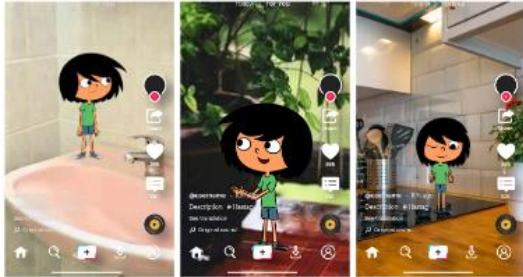
Plataforma web educacional



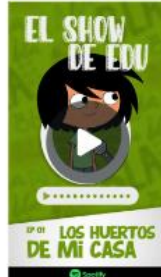
Anexo 4

Transmedia en redes sociales

VIDEOS PARA TIKTOK E INSTAGRAM



SPOTIFY



POSTS PARA REDES



VIDEO GENERAL PARA YOUTUBE

FILTROS REDES