

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



**PROPUESTA EDUCATIVA HUELLA SOSTENIBLE:
UN MODELO DE NARRATIVA TRANSMEDIA PARA LA EDUCACIÓN
INFORMAL DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

Tesis para optar por el grado de Magíster en Maestría en Integración e Innovación
Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Autor

Julio César Edgardo Vizcarra Coloma

Asesora de Tesis

Mag. Lucrecia Elizabeth Chumpitaz Campos

Miembros del Jurado

Mag. Lucrecia Elizabeth Chumpitaz Campos

Dr. Eduardo Enrique Villanueva Mansilla

Mag. Jorge Luis Acevedo Rojas

Lima, 2015

Resumen

El presente proyecto propone la utilización de las narrativas transmedia como estrategia en el diseño educativo informal para concientizar a los jóvenes en el desarrollo sostenible en el Perú. Las tecnologías de comunicación e información han irrumpido definitivamente en las relaciones sociales, la noción de tiempo y espacio ha cambiado con la inmediatez del internet y el aprendizaje a lo largo de la vida (long life learning) es posible gracias al conocimiento compartido en redes digitales. Huella Sostenible plantea iniciar con una estrategia de narrativa transmedia que incluye televisión, Web y redes sociales para atraer a los jóvenes y conformar una comunidad participativa en torno al desarrollo sostenible.

Palabras clave: Desarrollo Sostenible; Narrativa Transmedia; Educación Informal; Tecnologías de la Información y Comunicación.

Índice

0. INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA	8
1. Información general de la Propuesta de Innovación Educativa	8
1.1 De la Institución responsable de la ejecución de la propuesta	8
1.2 Ámbito de la intervención	8
2. Justificación y antecedentes de la Propuesta	9
2.1 Causas y efectos principales	11
2.2 Tipo de innovación	14
2.3 Significatividad y relevancia de la propuesta.....	16
2.4 Datos de soporte diagnóstico	22
2.5 Aportes a nivel intra y extra institucional	24
2.6 Fortalezas	25
2.7 Debilidades y amenazas	26
2.8 Antecedentes	27
2.9 Importancia de los cambios esperados	29
3. Fundamentación Teórica y caracterización del contexto	30
3.1 Tecnología y conocimiento	30
3.2 Narrativa transmedia	32

4. Objetivos y metas	34
4.1 Árbol de Objetivos.....	34
4.2 Metas al primer año.....	35
5. Estrategia y actividades a realizar	37
5.1 Trayectorias	38
5.2 Rol de los actores	39
5.3 Responsables de monitoreo y evaluación	40
5.4 Factores de viabilidad	40
6. Presupuesto general del proyecto	42
7. Cronograma	46
CAPÍTULO II: EXPERIENCIA PILOTO	46
8. El proceso de planificación de la Experiencia Piloto “Huella Sostenible”	46
8.1 Objetivos.....	46
7.1.1 Desde la perspectiva del usuario	46
7.1.2 Desde la perspectiva del equipo creativo	46
8.2 Audiencia	46
8.3 Tratamiento.....	47
7.3.1 Tagline.....	47
7.3.2 Storyline	47
8.4 Sinopsis.....	48
7.4.1 Offline	48
7.4.2 Online.....	49
8.5 Canales	50
8.6 La jornada del usuario	50
9. El proceso de planificación de la Experiencia Piloto “Huella Sostenible”	51
9.1 Elegir el tema y diseñar la publicación de la semana	51
9.2 Definición de canales a utilizar	52
9.3 Producción de contenidos.....	52
9.4 Sitios web	53
9.5 Estrategia de lanzamiento.....	54
9.6 Resultados estadísticos en Facebook.....	54

Conclusiones y recomendaciones	60
Índice de tablas e ilustraciones.....	61
BIBLIOGRAFÍA	63

INTRODUCCIÓN

En setiembre del 2015 se reunirán en Nueva York representantes de 150 países en la Cumbre de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (United Nations, 2015) para adoptar una nueva Agenda de Desarrollo Sostenible. Los nuevos objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) orientarán la política de desarrollo para lograr tres puntos básicos en los siguientes 15 años; terminar con la extrema pobreza, luchar contra la desigualdad e injusticia y solucionar el cambio climático. En el proyecto del documento final para la cumbre, llamado “Transformar nuestro mundo: la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” se señala:

“Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas que anunciamos hoy demuestran la magnitud de esta ambiciosa nueva Agenda universal. Con ellos se pretende retomar los Objetivos de Desarrollo del Milenio y lograr lo que con ellos no se consiguió. También se pretende hacer realidad los derechos humanos de todas las personas y alcanzar la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas. Los Objetivos y las metas son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.” (Naciones Unidas 2015, p. 2)

En el documento señalan que los objetivos y las metas estimularán la acción en esferas muy concretas: Las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas. El concepto de desarrollo sostenible es relativamente nuevo, en nuestro país es la orientación ambiental la que prevalece con el problema del cambio climático, la contaminación y la deforestación. Se hace necesario dar a conocer el desarrollo sostenible como un marco de acción que permitirá obtener resultados globales para el ser humano y el planeta.

En el año de 1962 Rachel Carson publicó el libro *Silent Spring*, considerado por muchos como el punto de quiebre en el entendimiento de las interconexiones entre el ambiente, la economía y el bienestar social. Ella investiga acerca del resultado de usar pesticidas en la agricultura y el daño causado a los animales y seres humanos. Según la línea de tiempo planteada por el International Institute for Sustainable Development (IISD, 2010) con Carson se inicia el camino del concepto de desarrollo sostenible, se fueron forjando términos y acciones como el Día de la Tierra en 1970, la fundación de Greenpeace en 1971, la Convención del Mar en 1982. El Encuentro por el Cambio Climático en 1985 que predijo el calentamiento global. El Reporte Brundtland “Our Common Future” en 1987 definió el desarrollo sostenible como un “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. La Cumbre por los Niños en 1990, reconociendo el impacto ambiental en las futuras generaciones. La Cumbre de la Tierra en 1992 en Rio de Janeiro con el resultado de los acuerdos en la Agenda 21. La primera reunión de la Comisión de Desarrollo Sostenible en las Naciones Unidas en 1993. El ISO 14001 es adoptado internacionalmente como estándar internacional en el manejo ambiental de las empresas el año 1996. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio en el 2000 que culminan este año 2015. La NASA informa en el 2006 que la capa de ozono se está recuperando en parte gracias a la reducción en el uso de aerosoles. Al Gore vicepresidente de Estados Unidos gana un Oscar por el documental “An Inconvenient Truth” y comparte el premio Nobel de la Paz en el año 2007. El 2009 alrededor del 60 % de personas en el mundo usa teléfonos móviles y el 25 % está en internet, las redes sociales son utilizadas en la campaña presidencial de Barack Obama. Estos últimos puntos relacionados a las comunicaciones y la tecnología nos demuestran la importancia que cobran los medios para impactar en el público, la película de una manera lineal y expositiva en la

televisión con la posterior información de la prensa y la segunda a través de las redes con participación del usuario en la Web 2.0.

En la Asamblea General de las Naciones Unidas del año 2002 se designa a la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) como gestora de la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible iniciada el año 2005. En su descripción de la EDS la UNESCO señala:

“La Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) permite que cada ser humano adquiera los conocimientos, las competencias, las actitudes y los valores necesarios para forjar un futuro sostenible.

Educación para el desarrollo sostenible significa incorporar los temas fundamentales del desarrollo sostenible a la enseñanza y el aprendizaje, por ejemplo, el cambio climático, la reducción del riesgo de desastres, la biodiversidad, la reducción de la pobreza y el consumo sostenible. Asimismo, la EDS exige métodos participativos de enseñanza y aprendizaje que motiven a los alumnos y les doten de autonomía, a fin de cambiar su conducta y facilitar la adopción de medidas en pro del desarrollo sostenible.”

(UNESCO, 2005)

Como resultado de la Década de la Gestión de para el Desarrollo Sostenible UNESCO (2014) publicó una hoja de ruta “Roadmap for Implementing the Global Action Programme on Education for Sustainable Development” (GAP), en el documento señala como metas y objetivos:

“La principal meta del Programa de Acción Global (GAP) es generar y escalar acciones en todos los niveles y áreas de la educación y el aprendizaje para acelerar el progreso hacia el desarrollo sostenible. Esta meta está enfocada en dos objetivos, el primero relacionado directamente al sector educación y el segundo va más allá de este sector:

- a) Para reorientar la educación y el aprendizaje de tal manera que todos tengan la oportunidad de adquirir el conocimiento, habilidades, valores y actitudes que los empoderen para contribuir al desarrollo sostenible y
- b) Para fortalecer la educación y el aprendizaje en todas las agendas, programas y actividades que promuevan el desarrollo sostenible.” (p. 34)

La ventaja de la posición tomada en la Hoja de Ruta para implementar el GAP es que no se limita a la educación formal y por el contrario busca impactar de manera innovadora con el mensaje del desarrollo sostenible. Huella Sostenible intervendrá en la educación informal a través de las tecnologías de información y comunicación.

La llamada sociedad del conocimiento se debe a las posibilidades que otorgan las nuevas tecnologías de participar en medios interactivos donde se puede interactuar en tiempo real para convertir la información en conocimiento sobre la base de datos confiables, refirámonos al recuadro “2.1 De la información al conocimiento y viceversa” del informe de la UNESCO (2005) Hacia las sociedades del conocimiento:

“Ahora bien, aunque la información sea un dato bruto, es en sí el producto de una operación que la hace tal: es el acondicionamiento o packaging de la información lo que la convierte en manipulable, transmisible y consumible. Esta operación se puede efectuar tanto con los conocimientos como con todo lo que pertenece al ámbito del “no-conocimiento”. De ahí que la distinción entre saber e información deba tener en cuenta el proceso de “acondicionamiento” de un conocimiento en información, una operación que en la jerga de nuestros días se conoce con el nombre de “informacionalización” del conocimiento. Este proceso confiere al conocimiento una dimensión material que lo vuelve más operacional y facilita su tratamiento. Lo convierte así en medio de producción de nuevos conocimientos. La información es lo que se transforma con un tratamiento adecuado, mientras que el conocimiento es lo que se produce. La producción del conocimiento se basa siempre en un nivel de conocimiento y en la transformación de la información. Lo que conduce a la producción del conocimiento es una forma de transmutación de la información, pero el conocimiento mismo se transforma en información para poder ser tratado y producir un nuevo conocimiento. En este “círculo virtuoso” estriba precisamente la innovación que permite nuevos aumentos de productividad en la producción del conocimiento.” (p. 51)

Con una adecuada información utilizando la televisión, la Web y las redes sociales podremos lograr respuesta de parte de los usuarios por lo tanto generamos conocimiento a través de una comunidad interesada en el desarrollo sostenible.

CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

1. Información general de la Propuesta de Innovación

1.1 De la Institución responsable de la ejecución de la propuesta

- a) Nombre: Digishots SAC
- b) Ubicación: Lima - Perú
- c) Público que atiende: Sectores público y privado
- d) Tipo de gestión: Privada

1.2 **Ámbito de la intervención: Social**

Los jóvenes se relacionan a través de la web compartiendo información, participando en juegos en red y creando contenido, sus habilidades para utilizar la tecnología superan las que les ofrece la educación formal. Su forma de aprendizaje está relacionada al uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), su interacción es multiplataforma, la convergencia tecnológica se manifiesta en el uso simultáneo de pantallas como la laptop, el smartphone, la televisión, los videojuegos. Su comunicación es interactiva y transmedial, aun cuando no haya conciencia de ello es necesario utilizar estrategias adecuadas en el ámbito de la educación informal.

- a) Duración de la propuesta de innovación: 36 meses.

La generación de una comunidad alrededor de un concepto como el Desarrollo Sostenible lleva tiempo en fortalecer. El primer año estará dedicado a la atracción y fidelización de participantes con una estrategia transmedia que inicie una comunicación 2.0, con una participación activa especialmente a través de las redes sociales. En el segundo año se propondrán estrategias Transmedia, a través de juegos, activaciones en el mundo real, videos interactivos con una expansión hacia nuevas plataformas

y contenidos. El tercer año será fortalecida la Narrativa Transmedia con la mayor generación de contenido publicada por los usuarios.

b) Población objetivo directa: Jóvenes de 17 a 30 años de Perú con interés en el Desarrollo Sostenible, la Ecología y el Medio Ambiente.

Población objetivo indirecta: Miembros de sectores empresarial, académico y estatal orientados a la sostenibilidad. Familiares de jóvenes y comunidades donde viven los jóvenes participantes.

La generación de una comunidad con una cultura orientada a la sostenibilidad no depende de un espacio geográfico, se comparten intereses comunes y conocimientos desde diferentes ámbitos de la sociedad. En Huella Sostenible nos dirigimos a los jóvenes dado que ellos son los que tomarán la posta en las decisiones en el futuro próximo y para ello buscamos compartir el conocimiento del sector académico y la experiencia del sector empresarial en la puesta en marcha de prácticas sostenibles.

2. Justificación y antecedentes de la Propuesta

Ya en 1987, en la Comisión Brundtland, se definió “El desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (1987, pg. 43) y se considera a la sostenibilidad como un paradigma para pensar en un futuro en el que los aspectos ambientales, sociales y económicos se equilibren para lograr el desarrollo. En el año 1992 se llevó a cabo la Cumbre de Río (United Nations, 1992) donde se generó la Agenda 21 señalando, entre otros temas, la importancia del rol de la educación, entrenamiento y el conocimiento público del desarrollo sostenible.

En 2014 terminó la llamada Década de la Educación por el Desarrollo Sostenible, gestada en la Asamblea General de las Naciones Unidas del año 2002 con la designación de la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization UNESCO liderando la determinación. En el año 2012 en la Conferencia Rio + 20 la comunidad internacional aprueba el documento “El futuro que queremos” que evalúa los progresos y deficiencias en la aplicación del desarrollo sostenible y resuelve promover la educación para el desarrollo sostenible. La UNESCO (2014) publicó una Hoja de Ruta para implementar el programa de acción global en Educación para el Desarrollo Sostenible donde señala que “Para crear un planeta más justo, pacífico y sostenible, todos los individuos y sociedades deben estar equipados y empoderados por el conocimiento, habilidades y valores así como la mayor conciencia para llevar adelante el cambio”.

El área de prioridad 4 de la Hoja de Ruta (UNESCO, 2014) es empoderar y movilizar a los jóvenes, afirmando que ellos tienen el potencial de propagar el desarrollo sostenible más amplia y rápidamente. Entre las acciones planteadas resaltan los beneficios de utilizar las Tecnologías de la información y comunicación, incluyendo las redes sociales, no solo para aprender, también para generar redes de conocimiento. Es aquí donde la propuesta de Huella Sostenible encaja, desde la educación informal, diseñando una estrategia para organizar una comunidad online alrededor del desarrollo sostenible capaz de impulsar otras áreas de prioridad de la Hoja de Ruta de UNESCO.

2.1 Causas y efectos principales

En el Perú en el año 2012 se aprobó la Política Nacional de Educación Ambiental (Ministerio del Ambiente, Ministerio de Educación, 2012) (DS 017-2012-ED) que

establece “los objetivos, lineamientos de política y resultados esperados en la formación y fortalecimiento de la ciudadanía que requiere el desarrollo sostenible nacional” como resultado de un proceso liderado por el Ministerio de Educación y el Ministerio del Ambiente, señala como objetivo general: “Desarrollar la educación y la cultura ambiental orientadas a la formación de una ciudadanía ambientalmente responsable y una sociedad peruana sostenible, competitiva, inclusiva y con identidad” (p, 20). Sin embargo el propio Ministerio de educación, frente a la educación ambiental acaba de tomar la decisión de bajar su nivel de importancia, según nos explica Teresa Tovar (2015) desapareció la Dirección de Educación Ambiental y Comunitaria, pasando a formar parte de la Dirección de Educación Básica Regular con un carácter secundario sin poder de decisión. A partir de estos hechos hemos diseñado el siguiente cuadro de Problemas:

Árbol de Problemas

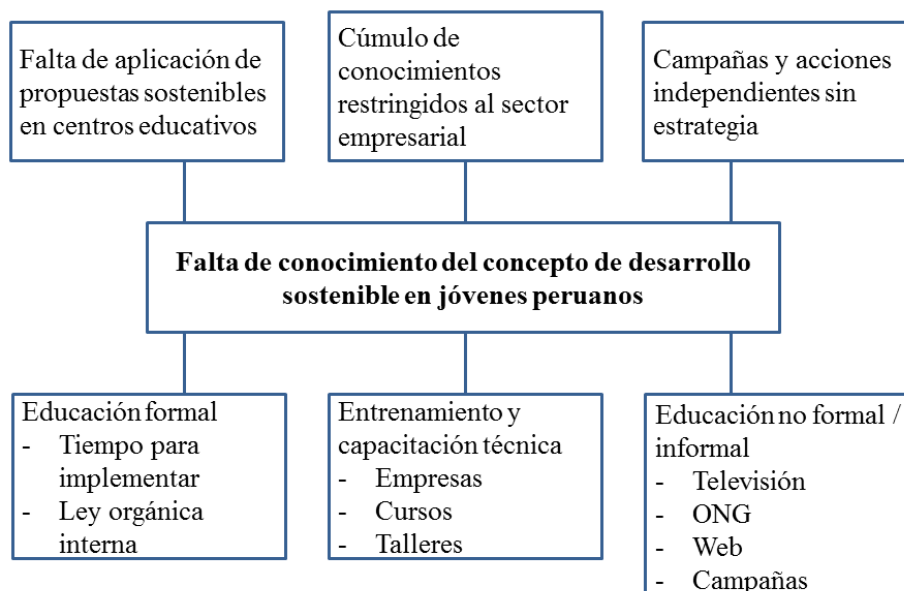


Ilustración 1- Árbol de problemas. Elaboración Propia.

En el cuadro presentado el principal problema es la falta de conocimiento del concepto de desarrollo sostenible en los jóvenes peruanos. Considerando que la educación para el desarrollo sostenible se extiende en los diferentes niveles de educación, tanto formal como en capacitación y no formal e informal, podemos analizarlo separando los tipos de educación impartidas:

a) Educación Formal:

Definida como aquella que se imparte en los centros educativos de los diferentes niveles. En las escuelas de nivel primaria y secundaria las políticas están definidas, implantar una perspectiva sostenible en los sílabos tomará tiempo así como la preparación y entrenamiento de profesores así como preparar opciones educativas multidisciplinarias. A nivel universitario hay propuestas “verdes”, algunas de ellas promueven cursos o diplomados ecologistas y muy pocos incluyen una opción de política ecológica a nivel interno como lo puede demostrar la PUCP con la construcción de un aula y una biblioteca sostenibles con certificación LEED.

b) Capacitación:

Comprende actividades organizadas con la finalidad de impartir información y/o instrucción mejorando el rendimiento de los destinatarios con ciertos conocimientos o habilidades. Pertenecen al nivel tecnológico para la remediación ambiental, adaptación a cambios ambientales resultado del cambio climático y desastres naturales; demanda de productos y servicios verdes. Sin embargo, a pesar de que existe mayor reconocimiento de una visión verde, estos conocimientos y habilidades quedan restringidos a un grupo focalizado de interés.

c) Educación no formal e informal:

Citando al reporte final de la “Década de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible” United Nations (2014) podemos definir a la educación no formal como

aquella que ocurre fuera del sistema formal (colegios, universidades) pero sí en otras entidades de aprendizaje como pueden ser grupos de jóvenes, asociaciones de mujeres, zoológicos, museos, organizaciones comunitarias, clases de adultos. Mientras que la educación informal queda definida como aquella que se da como resultado de actividades relativas al trabajo, familia u ocio y puede organizarse desde la familia, grupos religiosos, organizaciones comunales así como grupos de noticias, redes sociales y variadas formas de entretenimiento.

En el Perú algunas Organizaciones No Gubernamentales (ONG) cumplen con el dictado de talleres o cursos con la finalidad de impartir ciertos conocimientos acerca del calentamiento global, contaminación, ecología y al mismo tiempo utilizan las tecnologías de la información y redes sociales para llegar a sus públicos estableciendo redes de información y conocimiento generalmente a través de alguna campaña específica o blog informativo. Por otro lado existen organizaciones como Perú 2021 que agrupa empresas del sector privado orientadas a difundir temas de responsabilidad social y últimamente el desarrollo sostenible. Dado que los cursos o talleres se imparten a miembros de empresas que toman decisiones en relación al entorno ambiental, los efectos son beneficiosos para la comunidad en general. Sin embargo estos conocimientos quedan restringidos a los ámbitos empresariales.

El presente proyecto plantea acciones desde el sistema educativo informal aportando desde la tecnología con estrategias de contenido y conectividad como nueva forma de aprendizaje a lo largo de toda la vida en una comunidad de conocimiento participativa. Los jóvenes son el eje de la estrategia educativa, pero llega al entorno familiar a través de las plataformas adecuadas.

2.2 Tipo de Innovación

En general las definiciones sobre innovación educativa se refieren a contextos y la práctica institucional de la educación, habiendo definido que la actividad principal del proyecto Huella Sostenible será en el ámbito de la educación informal tomaremos como referencia la definición de Carbonell (2012, 12) “Un proceso cuyo propósito es alterar la realidad vigente, modificando concepciones y actitudes, alterando métodos e intervenciones y mejorando o transformando, según los casos, los procesos de enseñanza y aprendizaje. La innovación, por tanto, tiene un componente –explícito u oculto- ideológico, cognitivo, ético y afectivo”. Esta propuesta nos permite una mirada abierta que incorpora a la educación informal, donde nos proponemos actuar.

De igual manera para definir el tipo de innovación, tomaremos como referencia la propuesta de Rivas (2000) citando a Matrew B. Miles, que parte de la naturaleza misma de la innovación educativa para analizar sus propiedades. Sin embargo, considerando que el autor toma como referencia a la educación formal y la dificultad de establecer distinciones nítidas y límites precisos en su análisis, escogeremos aquellos más adecuados para puntualizar nuestra propuesta del sector informal.

2.2.1 Según los componentes

Que los autores consideran respecto a los componentes de la institución escolar y que nosotros consideramos como parte del aprendizaje a lo largo de la vida (long life learning) a través de la educación informal con uso de tecnología. Huella Sostenible pertenece al tipo de innovación que afecta los valores, las concepciones y las creencias dado que pretende crear conciencia sobre el concepto del desarrollo sostenible en los jóvenes. También consideramos que pertenece a las innovaciones concernientes a la estructura y

relaciones entre las partes pues su accionar en paralelo con la educación formal y no formal puede generar mayor flujo de comunicación que interactúe más intensamente generando que la estructura organizativa de las primeras sea modificada por la toma de conciencia en el plano informal. Asimismo es una innovación en los métodos de socialización desde el momento que plantea una experiencia colaborativa centrada en el usuario a través de las tecnologías, proponiendo la generación de una comunidad de conocimiento del desarrollo sostenible. Por último, según los componentes podemos resaltar su pertenencia a la innovación de conexión entre los sistemas, además de desarrollar canales de comunicación en el ámbito informal busca rescatar aportes y recursos de los aspectos formal e informal de la educación en la generación de contenidos, conectando estos sistemas en una red de conocimiento.

2.2.2 Según el modo de realización

Definitivamente se trata de una innovación por reestructuración, se agrega desde la educación informal la utilización de las tecnologías como una red de conocimiento, en el mediano plazo sí alterará el conjunto de las estructuras escolares y procesos didácticos tradicionales al hacer evidente la generación de nuevos usos culturales generados por las Tecnologías de la información y comunicación.

2.2.3 Según la intensidad del cambio

Se trata de una innovación fundamental pues fomenta desde la educación informal un cambio sustancial en el modelo didáctico con nuevos roles para el

expositor como organizador de situaciones significativas de aprendizaje, propulsor del aprendizaje colaborativo.

Respecto a los aportes del proyecto podemos afirmar que son:

- Repensar los entornos de aprendizaje online con un diseño basado en la utilización las Narrativas Transmedia como estrategia de interacción centrada en el usuario.
- Desarrollar estrategias en Web y Redes Sociales con el objetivo de lograr participación, colaboración y co-creación organizando así una red de conocimiento para el Desarrollo Sostenible.

2.3 Significatividad y relevancia de la propuesta

A fines de 2014, a los 10 años de cumplirse Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible, la UNESCO (2014) ha publicado una Hoja de Ruta para implementar un Plan de Acción Global (GAP) en Educación para el Desarrollo Sostenible. En la presentación, Irina Bokova, Directora General de la Unesco señala “Los actuales desafíos de la interconexión global demandan respuestas que surgen de las raíces del espíritu colectivo de la humanidad. Pienso que los riesgos y oportunidades que enfrentamos piden un cambio de paradigma que solo se grabará en nuestras sociedades a través de la educación y el aprendizaje....”.

El documento señala las siguientes dimensiones de la Educación para el Desarrollo Sostenible (ESD):

- Contenido de aprendizaje; Integrando temas críticos como el cambio climático, biodiversidad, reducción de riesgos de desastre, consumo y producción sostenible, en la currículo.

- Pedagogía y entornos de aprendizaje; Diseñando enseñanza y aprendizaje de manera interactiva, centrada en el aprendiz permitiendo la exploración, orientada a la acción y la transformación. Repensar los entornos de aprendizaje – tanto físicos como virtuales y online – para inspirar a los aprendices a actuar sosteniblemente.
- Resultados del aprendizaje; aprendizaje estimulante, promoviendo las competencias básicas, como el pensamiento crítico y sistémico, colaborativo, y asumiendo responsabilidad por las presentes y futuras generaciones.
- Transformación de la sociedad; Empoderando a los estudiantes de cualquier edad, entorno educativo, a transformarse y transformar la sociedad en que viven.

Por definición de UNESCO (2013r) citado en el informe UNESCO (2014, p.20) la Educación para el desarrollo sostenible (EDS) empodera a cada uno a tomar decisiones para la integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social para la presente y futuras generaciones, respetando su diversidad cultural. Como dice Bokova (2014), existe una interconexión global y se da básicamente por las posibilidades que brindan las tecnologías de la información y comunicación donde ese espíritu colectivo se manifiesta y es donde la educación formal, e informal debe manifestarse.

En mayo del 2015 en el Perú los ministerios de Educación y del Ambiente publicaron el Plan Nacional de Educación Ambiental (PLANEA), se trata de un documento de trabajo para diálogo y validación donde señalan acciones estratégicas y metas priorizadas al año 2021 para la implementación de la Política Nacional de Educación Ambiental (PNEA). En la introducción define la educación ambiental “como un proceso educativo integral que se da en toda la vida el individuo y que busca generar en éste las representaciones, emociones, disposiciones y modos de comportamiento para desarrollar sus actividades productivas o reproductivas en forma ambientalmente adecuada y contribuir al desarrollo sostenible del país”. Aun cuando se habla del

“desarrollo sostenible del país” el punto de vista general del PLANEA tiene una visión desde la educación ambiental con indicadores y logros en temas ambientales por lo que podríamos sugerir que se tome en cuenta la propuesta de la UNESCO (2014) cuando señala en el Plan de Acción Global (GAP): “The GAP will deploy a two-fold approach to multiply and to scale up ESD action: (1) integrating sustainable development into education and (2) integrating education into sustainable development”.

En la propuesta de PLANEA (p. 22) en el acápite 5.7 Recursos Educativos y Comunicación Ambiental señala como lineamiento número 18. “Promover el uso de las tecnologías y plataformas de información y comunicación virtual en la educación ambiental” y como acción estratégica 5.7.6 “Promover el desarrollo de plataformas, páginas web y redes sociales virtuales de educación, comunicación y educación ambiental en aquellas instituciones y/o entidades públicas que las tengan implementadas”. Más adelante en la acción estratégica 5.8.6 indica “Promover la creación o fortalecimiento de plataformas de información y comunicación ambiental para la ciudadanía ambiental local y regional”. En el primer caso se refiere a la educación no formal a través de las instituciones mientras en el último podemos incluir la educación informal en relación a la ciudadanía, y es en este espacio donde Huella Sostenible desarrollará su propuesta educativa transmedia para el desarrollo sostenible.

Es necesario reconocer primero las implicancias sociales del Internet, para ello citamos a Castells (2014) “La nuestra es una sociedad en red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet”. El uso del internet causa una marcada tendencia hacia el individualismo en el comportamiento social que no significa el fin de la comunidad sino, retornando a Castells (2014) “de una reinterpretación de las relaciones, incluidos sólidos lazos culturales y personales que podrían considerarse en una forma de vida

comunitaria, sobre la base de intereses, valores y proyectos individuales”. Es decir se reorganiza el sentido de comunidad dando prioridad a la conexión con aquellos que mantienen intereses similares a los propios. La evolución de los medios de comunicación desde la oral, la escrita y ahora las tecnologías han significado cambios en la sociedad, especialmente la llamada sociedad de la información, de la comunicación y del conocimiento implica un cambio radical en la sociedad, de la cultura y de los comportamientos humanos, especialmente ha impactado en las formas de enseñar y aprender, a decir de García Aretio (2014).

También desde la perspectiva educativa podemos citar a Selwing (2014), que entre varias características de la educación en internet señala:

“Las relaciones en red que mantienen los usuarios de internet con información online han provocado una reevaluación de la naturaleza del proceso de aprendizaje en su conjunto. Ya hay especialistas que empiezan a difundir conceptos como <<inteligencia fluida>> y <<conectivismo>>, en la convicción de que el aprendizaje por internet está supeditado a la capacidad de acceder y utilizar información distribuida a medida que se necesita.” (Selwing, p. 11)

¿No son los PLE (Personal Learning Enviroment) un reflejo de esta situación? Jordi Adell (2011) explica que se trata de la posibilidad que nos da Internet de utilizar un conjunto de herramientas gratuitas, recursos y fuentes de información y hacer contactos con personas para aprender y desarrollarnos profesionalmente. Cada individuo se conecta a la red según sus intereses y preferencias para mantenerse informado a través de páginas web, blogs, redes sociales etc. de tal manera que si queremos conectar con ellos debemos hacerlo también por diferentes plataformas en una nueva manera de organizar los contenidos y establecer contacto con los usuarios, nuestra propuesta propone utilizar las Narrativas Transmedia (Transmedia Storytelling) como estrategia en el uso de las tecnologías para conformar una comunidad participativa.

En los últimos años a partir de la observación de Henry Jenkins (2006) sobre la relación entre la convergencia tecnológica y cultural considerando las relaciones entre los productos culturales, las plataformas y los seguidores o fans se evidencia un nuevo sistema de comunicación. Son estos últimos quienes toman la iniciativa a través de las TIC para participar, colaborar, crear contenido, compartir conocimiento:

“Media convergence is more than simply a technological shift. Convergence alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres, and audiences. Convergence alters the logic by which media industries operate and by which media consumers process news and entertainment. Keep this in mind; convergence refers to a process, not an end point.” Jenkins (2006, p.15)

Desde la esfera de la industria cultural llega esta propuesta de organización de la comunicación a través de diferentes plataformas, configurando estrategias conocidas como Transmedia Storytelling que partiendo de la Convergencia de Medios busca la participación del usuario en la co-creación de contenidos. El “Transmedia Storytelling” (Jenkins, 2006), en español Narrativas Transmedia “representa un proceso donde el total de elementos en una ficción son dispersadas sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el propósito de crear una experiencia unificada y coordinada de entretenimiento”.

Por otro lado Scolari (2009) la describe como “una estructura narrativa que se expande a través de diferentes lenguajes (verbal, icónico, etc) y medial (cinema, comics, televisión, videojuegos, etc.). La historia que cuenta el comic no es la misma que se cuenta en televisión o el cine; los diferentes medios y lenguajes participan y contribuyen a la construcción del mundo narrativo transmedia.”

En Inglaterra, Robert Pratten (2011) señala que para cautivar a la audiencia en las Narrativas Transmedia, la historia en cada medio debe ser satisfactoria en sí misma,

mientras que el disfrute de todos los medios debe ser mayor que la suma de las partes. El autor ha diseñado una plataforma Transmedia para la administración de proyectos (www.tstoryteller.com) dirigidos a diferentes públicos y objetivos.

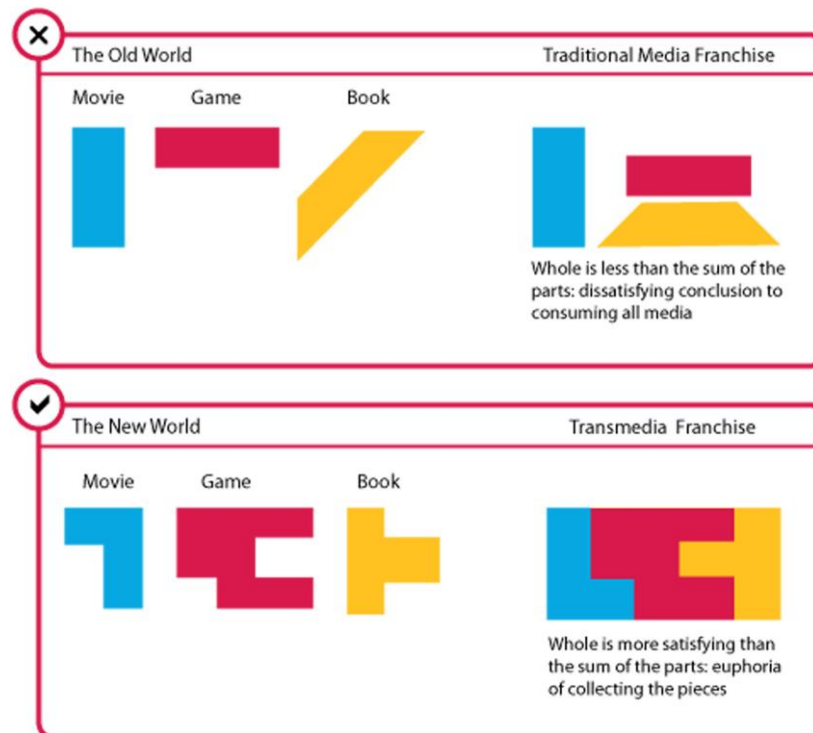


Ilustración 2- Transmedia Franchise

En *huella sostenible* la estrategia de comunicación es Transmedia y con ello su finalidad es la búsqueda de participación de los usuarios que comparten interés por la sostenibilidad, generando un espacio digital y real para su intervención sobre todo en las redes sociales donde se pretende atraer a una comunidad que comparta experiencias colaborativamente. Si bien se contará con la utilización de un medio masivo como es la televisión abierta, este mismo material reformulado será parte de los contenidos online junto a otras plataformas interactivas donde los usuarios son receptores y también emisores, especialmente los jóvenes capaces de compartir, recircular y crear alrededor de sus temas de interés con las herramientas que provee el internet y la telefonía móvil. A decir de Castells (2014) la comunicación de masas se ha convertido en autocomunicación

de masas modificando el proceso de cambio social gracias a que “los actores sociales construyen sus propias redes según sus propios valores e intereses” (p. 19).

2.4 Datos de Soporte Diagnóstico

En Perú el Ministerio del Ambiente tiene seis años de creación y se encuentra organizando el sector que en un inicio no contó con mayor aporte económico para su desarrollo. El mes de diciembre de 2014 se realizó en Lima el encuentro de la COP 20 (Conferencia de las Partes) donde se llevaron a cabo los objetivos y resultados propuestos por la Convención del Cambio Climático entre cuyos principios destaca la Sostenibilidad como podemos constatar en la presentación preparada por el Centro de Información de las Naciones Unidas para el Perú (CINU, 2014) con motivo de la COP 20.

Algunos datos resaltantes proporcionados por Clima de Cambios (2014) de la PUCP con motivo de la COP a tomar en cuenta:

- Perú es uno de los tres países que se verá más afectado por el cambio climático a pesar que solo produce un 0,4% de emisiones mundiales de CO₂.
- Perú tiene 84 de las 104 zonas de vida identificadas en el planeta.
- La costa peruana es un gran desierto donde no se produce agua y la habitan más del 60% de la población.
- Hemos perdido más del 25% de los glaciares.
- El 87% de peruanos no conoce sobre los efectos del cambio climático en el Perú.
- Perú gasta anualmente hasta 6 mil millones de soles en tratamiento de aguas residuales.
- El 50% de bosques se ve afectado por la tala indiscriminada.

Con motivo de la COP 20 desarrollado en Lima se organizó una feria educativa, lúdica, reflexiva e integradora “Voces por el Clima” para entender el cambio climático al cual asistieron más de cien mil personas. En simultáneo se lanzó la página web interactiva Pon de tu parte, donde han recogido casi 429000 compromisos para cuidar el medio ambiente, y es que la página ofrece diferentes opciones de compromiso en áreas de importancia como son: Ahorro de agua, reducción de huella de carbono, uso racional de la energía, transporte sostenible y alternativo, agricultura y forestación, gestión de residuos sólidos y protección a la biodiversidad. Ambos casos nos orientan sobre la expectativa de respuesta que se puede tener tanto en el mundo real como en el digital frente a los temas de concientización y educación en ecología y desarrollo sostenible.

El ministerio de Educación y el ministerio del Ambiente actúan en conjunto para lograr políticas educativas respecto al cuidado ambiental, mientras que Educación trabaja a nivel formal, Ambiente trabaja en los sectores no formal e informal, así podemos observar otras acciones tomadas para llegar a la ciudadanía con campañas y proyectos educativos e informativos:

- ReEduca Yo juego limpio en la playa, campaña que promueve los cambios de hábito para el cuidado y conservación de los ecosistemas marino costeros.
- ReEduca Reciclar para abrigar, campaña de exhibición de películas al aire libre donde los asistentes donan 4 botellas de plástico que serán transformadas en frazadas que serán llevadas a zonas de heladas en el Perú.
- Alianza con TV Perú para la difusión semanal del programa ecológico AmbienTV, de corte documental y una hora de duración.
- Premio Nacional Ambiental en reconocimiento a acciones que favorecen la protección del medio ambiente.

Nuestra población objetivo primario son jóvenes conocidos con el término de Millennials, ellos utilizan las redes sociales, portan smartphones, visitan las cabinas de Internet y a través de las redes llegan a consumir cine y televisión. Según una investigación realizada por Futuro Labs (2014) sobre los “Millennials y su experiencia con las marcas en redes sociales” Facebook es la red social utilizada con mayor frecuencia con 97% de preferencia, le sigue la aplicación Whatsapp con 80% y Youtube con 72%.

En otra investigación realizada por Futuro Labs (2014) en relación a los Millennials (generación de aquellos nacidos de 1984 a 1994) de Lima y el uso del Smartphone considerando los perfiles, hábitos y actitudes encontramos que el 62% considera que el Smartphone es una manera de estar conectados con amigos, familiares y conocidos. Por otro lado el Millennial siente que el Smartphone le da libertad y control de las distintas situaciones en su vida.

2.5 Aportes a nivel intra y extra institucional

En los formatos de proyectos sociales y de innovación educativa se considera a la institución, generalmente el plantel escolar o centro educativo como la institución central a partir de la cual se definen los aportes. Para definir los aportes del proyecto Huella Sostenible podemos decir que consideramos como punto de partida los requerimientos de la UNESCO en la búsqueda de nuevas soluciones en el uso de las TIC para llevar a cabo la educación para el Desarrollo Sostenible. Asimismo consideramos Huella Sostenible a nivel extra institucional dirigido a los jóvenes peruanos desde una perspectiva educativa informal, siendo que el proyecto se desarrolla en este sector con el objetivo de concientizar a la población generando algún tipo de presión social que precipiten o aceleren los cambios en los sectores formal y no formal. Desde esta perspectiva consideramos como aportes:

Proponer una solución al problema planteado por la UNESCO (2014) en el uso de las tecnologías utilizando las Narrativas Transmedia como estrategia en el uso de las TIC en el proceso enseñanza – aprendizaje para el desarrollo sostenible.

Desarrollar estrategias en Web y Redes Sociales centradas en el usuario con el objetivo de lograr participación, colaboración y co-creación organizando así una comunidad o red de conocimiento para el Desarrollo Sostenible.

El principio está en considerar a la web y redes sociales como centro de activismo social, donde los miembros de la comunidad se manifiestan sobre su tema de interés diseminándolo por la red sin las restricciones del mundo real, con una nueva cultura de aprendizaje de muchos a muchos, conectados a fuentes de conocimiento donde el usuario decide el donde y cuando participar sin restricciones de espacio o tiempo. Siguiendo a Castells (2014) podemos decir “la batalla por el control de la mente humana se libra en gran medida en el proceso de comunicación socializada. Esto es especialmente cierto en la sociedad red, la estructura social de la era de la información, que se caracteriza por la presencia ubicua de redes de comunicación en un hipertexto multimodal”. (p. 19)

2.6 Fortalezas

Tabla 1. Fortalezas a aprovechar para la ejecución de la propuesta de innovación

Institucional	Población objetivo	Entorno
<ul style="list-style-type: none"> . Especialistas en el equipo de comunicadores. . Asesoría interna en Sostenibilidad. . Experiencia en desarrollo de contenidos transmedia. . Especialista interno en educación y TIC. 	<ul style="list-style-type: none"> . Aumento de interés en temas ecológicos. . Usuarios de Web y redes sociales. . Prosumidores o creadores de contenido. . Gran capacidad de diseminar temas de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> . Aumento de proveedores de servicio tecnológico. . Aumento de calidad en servicio tecnológico. . Competencia entre proveedores.

La propuesta de utilizar una estrategia transmedia, requiere de profesionales que compartan esta visión de la comunicación y la sostenibilidad como nuevos parámetros de desarrollo e innovación. Los jóvenes están cada vez más interesados en temas ecológicos y ambientales, utilizan principalmente tablets y smartphones como herramientas de comunicación y creación de contenido, mientras que los proveedores de tecnología compiten por brindar mejor servicio al usuario.

2.7 Debilidades y Amenazas

Tabla 2. Debilidades /Amenazas a superar para la ejecución de la propuesta de innovación

Institucional	Población objetivo	Entorno
<ul style="list-style-type: none"> . Carencias en capacidad de gestión de negocios. . Carencia en infraestructura para llevar acabo grandes proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> . Carencias en búsqueda de información valiosa con las TIC. . Carencias al actuar como generador de contenido. 	<ul style="list-style-type: none"> . Precios altos en servicios TIC. . Baja velocidad en servicio Web. . Tratados internacionales pueden afectar libertad en uso Web.

La necesidad de financiar el proyecto requiere de experiencia en recurrir a fondos internacionales, se requiere incorporar a la persona que cuente con la experiencia y los contactos necesarios para lograr el financiamiento. Los jóvenes acostumbran a navegar por sitios web recurrentes por lo que se debe apelar al estilo de contenido que gusta y comparte. En el Perú pagamos uno de los precios más altos por servicio de internet y tenemos la más baja velocidad de conexión lo que impide un fluido intercambio de contenidos y una masificación de su uso (Gestión, 2013).

2.8 Antecedentes

En cuanto a experiencias previas en Educación para el Desarrollo Sostenible utilizando tecnología podemos señalar que existen diversas plataformas que proveen de información, material didáctico así como entrenamiento a profesores y alumnos de la educación formal como es el caso de The Cloud Institute for Sustainability Education que trabaja con colegios y comunidades en New Jersey, Estados Unidos. The Cloud Institute trabaja directamente con colegios y profesores ofreciendo talleres acerca de educación para la sostenibilidad, además cuenta con videos que son básicamente acerca de su intervención en las escuelas. Al tratarse de una organización no gubernamental cuenta con el apoyo de diversas fundaciones. Su presencia en la web es sobre todo para la promoción de sus servicios y no para un uso como herramienta educativa.

La UNESCO (2010) cuenta con un Portal Multimedia dirigido a educadores “Teaching and learning for a Sustainable Future”, un programa interactivo con cuatro temas divididos en 27 módulos que incluyen materiales, ejercicios y links acerca de la educación para el desarrollo sostenible. Está dirigido a estudiantes de educación, profesores, diseñadores de currículo, especialistas en políticas educativas y autores de material educativo. Es verdaderamente interactivo con un silabo muy bien definido, diseñado especialmente para educadores, sin embargo no se actualiza, pertenece al modelo de Web 1.0 pues el aprendiz solo recibe información unidireccional.

En Argentina, el Ministerio de Educación (2011) cuenta con un proyecto ligado al tema ecológico, se trata de un proyecto de Narrativa Transmedia “Cuenta regresiva 1 acción = 1 cambio” que cuenta la experiencia de cuatro personajes adolescentes que se comprometen en la lucha contra el tráfico ilegal de fauna en Argentina, está diseñado para trabajar en clase con la participación de alumnos y profesores. Se trata de un proyecto bien diseñado

desde el aspecto transmedia con la propuesta de videos y juegos que los profesores de primeros grados de diferentes especialidades pueden utilizar con sus alumnos, los personajes y sus historias permiten la identificación de los alumnos.

Un caso importante en Estados Unidos de Norteamérica es el del uso de plataformas digitales por el presidente Obama, quien llegó a la presidencia con una fuerte campaña en redes sociales. El artículo de Michael D, Shear (2015) en el New York Times nos explica la estrategias utilizadas en diferentes momentos de su discurso anual State of the Union. Dan Pfeiffer, principal vocero del presidente señala “No contar con una agresiva estrategia en redes sociales en 2015 equivale a no tener una agresiva estrategia de televisión en 1950”. El día del discurso en la página web de la Casa Blanca, junto a la imagen del presidente aparecían gráficos y videos en tiempo real.

En la India, un comic cuenta la historia de Priya, una sobreviviente de la violencia sexual que se identifica con la diosa Parvati para actuar en contra de los atacantes. En algunos momentos del comic hay acceso a videos, audios y dibujos animados por niños con testimonios reales y luego las reacciones se reflejan en las redes sociales. Natalia Quiroga (2015) explica que el éxito ha sido tal que ya se anuncian dos números adicionales del comic.

En Perú en marzo se lanzó una página web interactiva llamada Las Rutas del Oro (Las Rutas del Oro) donde se denuncia las mafias y rutas relacionadas a la extracción y comercialización ilegal del oro en Latinoamérica. Se está anunciando para el martes 07 de julio el lanzamiento de un webdocumental con el desarrollo del tema. Actualmente a 7756 personas que les gusta su fanpage Las Rutas del Oro en Facebook. El proyecto es promovido por la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y cuenta con la participación de

Ojo Público, un medio digital de periodismo de investigación y nuevas narrativas que ofrece historias relevantes utilizando herramientas innovadoras.

Es importante señalar diferencias entre proyectos multiplataforma donde se utilizan diferentes plataformas con el mismo o similar mensaje y las Narrativas Transmedia, donde es a través de uno o más personajes que el usuario se sumerge en un “mundo” real o ficticio con otros puntos de entrada en historias paralelas posteriores o anteriores al principal. Mejores ejemplos son: “Cuenta regresiva 1 acción = 1 cambio” en Argentina con sus personajes en diferentes lugares del país y la posibilidad de interactuar en clases con los personajes y sus historias, el caso del comic de Parvati (2014) a favor de las mujeres en India que cuenta con videos y dibujos trabajados por los niños y finalmente la estrategia de comunicación planteada por Obama para su exposición anual State of the Union con aparición simultánea en redes sociales con material prediseñado especialmente con participación de ciudadanos opinando acerca de sus propuestas.

2.9 Importancia de los cambios esperados

El Perú es el tercer país más vulnerable a los riesgos climáticos, con gran porcentaje de la población dedicada a la agricultura, la pesca y otras labores afectadas por el clima, donde el 90% de la población vive en zonas áridas, semiáridas y subhúmedas, donde hemos perdido el 22% de nuestros glaciares en los últimos 30 años y los procesos de mitigación y adaptación no cuentan con suficientes recursos, se puede llevar conocimiento sobre sostenibilidad sin esperar a que los medios educativos formales los incorporen a su currículo.

Como señala la UNESCO (2014, p. 22) son los jóvenes quienes deben tener una visión de un futuro sostenible, con ellos se puede lograr:

- Que opinen acerca de la conformación de su sociedad.
- Siendo un importante grupo de consumidores, los cambios que desarrollen en sus hábitos tendrán mayor impacto en el futuro.
- Los jóvenes tienen el potencial de propagar el Desarrollo Sostenible rápida y ampliamente, especialmente a través de las redes sociales.

3. Fundamentación teórica y caracterización del contexto

3.1 Tecnología y conocimiento

Las tecnologías de la información y comunicación han impactado de manera evidente en la forma de consumo de contenidos y participación de los usuarios, en la convergencia de pantallas a nivel tecnológico y por último con nuevas formas narrativas diseñadas para este contexto. Remitámonos a un artículo de Carlos Scolari (2009) donde revisa la relación hombre – conocimiento – tecnología en su evolución.

Desde su aparición el ser humano ha mantenido una relación estrecha entre la tecnología y su hominización (Leroi-Gourman citado por Scolari, 2009), la liberación de la mano gracias a los útiles de piedra permitió el desarrollo del cerebro. De la misma manera, la escritura es una tecnología que permite registrar el conocimiento y liberar las cadenas de la memoria a costo de marginar al lenguaje mitográfico (símbolos). Continúa Scolari:

“Para el etnólogo francés la aparición de la escritura no deriva de una representación figurativa. Las pinturas rupestres no son simples imágenes ingenuas de la vida en el paleolítico ni formas primitivas de escritura: se trataría de sistemas de representación organizados de símbolos míticos. En este contexto, la escritura descende más de las actas contables y de las genealogías (todas ellas lineales) que de los trazos sobre las frías paredes de las grutas paleolíticas.

La escritura marginó hace un puñado de milenios esos modos de representación y de pensamiento no secuenciales, los cuales sobrevivieron y hoy reaparecen con toda su fuerza en las textualidades multimedia e interactivas. Para concluir este enriquecedor diálogo con Leroi-Gourhan, nos gustaría reivindicar con él la

existencia de otros lenguajes, de otras formas de pensamiento y de diferentes maneras de representar el mundo.” (p. 175)

Sin embargo la escritura, además de liberar a la memoria de la función conservadora del saber, también produjo un alejamiento entre el proceso de la producción y el momento de la interpretación textual, una “tecnología cognitiva” (Lévy, 1992 citado por Scolari, 2009).

Un segundo punto de quiebre, nos dice Scolari, surge con la invención de la imprenta, para algunos autores como Marshall McLuhan se trata de un cambio cultural y cognitivo que abrió las puertas a la sociedad de masas: “la imprenta fue el primer ejemplo de producción de masa, ella también fue el primer producto uniforme y repetible” (McLuhan, 1962 citado por Scolari, 2009). Con el tiempo la imprenta fue mejorando su técnica, separando el trabajo intelectual y el manual, disminuyó en tamaño del libro facilitando su manipulación y cambiando así los lugares de lectura. Sobre el libro como transmisor de conocimiento Scolari nos dice:

“Este libro pequeño y portátil fue adoptado por la moderna escuela pública como fuente indiscutible del conocimiento en el marco de una concepción reproductiva del saber, un conocimiento que –en esto no hubo cambios respecto al Medioevo– se transmitía en modo jerárquico y vertical desde el maestro al alumno. El libro era literalmente “una máquina didáctica, mientras que el manuscrito había sido sólo una rústica forma de instrumento para la enseñanza” (McLuhan, 1976:199). Esta situación –el libro al centro del proceso educativo escolar– permanecerá inmutable hasta nuestros días, pese a los continuos “ataques” de los medios audiovisuales y de la tecnología digital.” (Scolari 2009, p. 169)

Un tercer momento es el que vivimos en la actualidad, los textos interactivos rompen la linealidad del relato, con solo el hecho de mantener varias ventanas abiertas, trabajando varios documentos a la vez, o navegando en la web, leyendo correos y escuchando música. Scolari cita a George Landow:

“debemos abandonar los sistemas conceptuales basados en las ideas de centro, margen, jerarquía y linealidad, y sustituirlas por las ideas de multilinealidad, nudo, conexión y red. Esta mutación de paradigma, que señala una revolución en el pensamiento humano, (es) una reacción de la escritura electrónica en relación al

libro impreso [...] Esta reacción tiene implicaciones profundas para la literatura, la instrucción y la política [Landow, 1995:143].

Por último, Scolari nos señala que los hipertextos nos proponen un retorno a formas textuales no lineales, lejanas al universo secuencial de la escritura y más cercanas a las formas irradiantes del pensamiento mitográfico. Sin embargo la escritura no desaparece, se acomoda para encajar mejor en las pantallas. Los nativos digitales se sienten a sus anchas mientras los migrantes se adaptan al nuevo entorno.

3.2 Narrativa Transmedia

Las narrativas transmedia son esencialmente multipantalla, provienen del medio de las industrias culturales, especialmente cine y televisión. Al inicio considerada como herramienta de la ficción, actualmente se utiliza en periodismo, educación, documental, publicidad, social, es decir en variados diseños de comunicación audiovisual. La primera mención del término Transmedia ocurrió en el libro de Marsha Kinder en el año 1991, analiza especialmente el caso de Las tortugas ninja donde detecta la existencia de un “supersistema de intertextualidad transmedia” (Kinder citada por Montoya, Vásquez & Salinas, 2013, p.143).

Henry Jenkins (2003) hace una primera referencia a la definición de narrativa transmedia que es la base sobre la cual se construye una base teórica incipiente:

“In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption. That is, you don’t need to have seen the film to enjoy the game and vice-versa.” (Jenkins, 2003)

Desde la perspectiva del usuario, Jenkins también ha puntualizado en su blog (2009) con el título “Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling”:

Spreadability vs. Drillability. The ability and degree to which content is shareable and the motivating factors for a person to share that content versus the ability for a person to explore, in-depth, a deep well of narrative extensions when they stumble upon a fiction that truly captures their attention.

Continuity vs. Multiplicity. Some transmedia franchises foster an ongoing coherence to a canon in order to ensure maximum plausibility among all extensions. Others routinely use alternate versions of characters or parallel universe versions of their stories to reward mastery over the source material.

Immersion vs. Extractability. In immersion, the consumer enters into the world of the story (e.g. theme parks), while in extractability, the fan takes aspects of the story away with them as resources they deploy in the spaces of their everyday life (e.g. items from the gift shop).

Worldbuilding. Transmedia extensions, often not central to the core narrative, that give a richer depiction of the world in which the narrative plays out. Franchises can exploit both real-world and digital experiences. These extensions often lead to fan behaviors of capturing and cataloging the many disparate elements.

Seriality. Transmedia storytelling has taken the notion of breaking up a narrative arc into multiple discrete chunks or installments within a single medium and instead has spread those disparate ideas or story chunks across multiple media systems.

Subjectivity. Transmedia extensions often explore the central narrative through new eyes, such as secondary characters or third parties. This diversity of perspective often leads fans to more greatly consider who is speaking and who they are speaking for.

Performance. The ability of transmedia extensions to lead to fan produced performances that can become part of the transmedia narrative itself. Some performances are invited by the creator while others are not; fans actively search for sites of potential performance.

Estos principios definidos por Jenkins implican que el público tenga ciertas características, comportamientos y percepciones del transmedia que está siguiendo. La descripción que propone se ajusta a la cultura Fan (admirador) que corresponde a un porcentaje minoritario del público que es necesario motivar. En el caso de Huella Sostenible se propone un estilo de vida atractivo para un perfil de seguidores interesados en ecología, ambiente y desarrollo sostenible.

4. Objetivos y Metas

4.1 Árbol de Objetivos

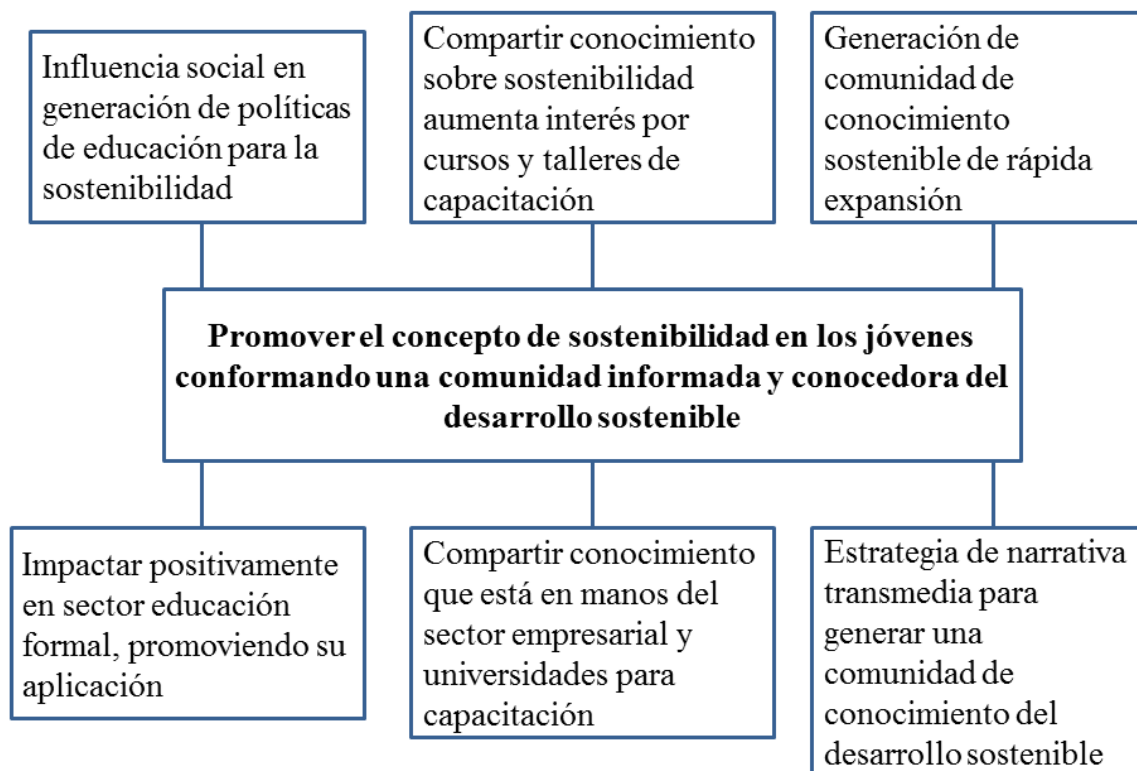


Ilustración 3- Árbol de objetivos. Elaboración Propia.

Si analizamos el cuadro de objetivos reconocemos como objetivo principal: Promover el concepto de sostenibilidad en los jóvenes conformando una comunidad informada y conocedora del concepto Desarrollo Sostenible. La propuesta de análisis de este cuadro es de iniciar el movimiento educativo desde el sector informal, aprovechando los conocimientos y aplicaciones en el sector empresarial y de educación superior para compartirla a través del internet, especialmente las redes sociales para impactar positivamente en los sectores de entrenamiento y capacitación técnica así como en el sector formal de la educación:

4.1.1 Educación no formal e informal:

Con la estrategia de Narrativas Transmedia se llega al usuario en diferentes etapas, primero se trata de atraer a los jóvenes interesados en temas de ecología y medio ambiente proponiendo contenidos a través de diferentes plataformas. En una segunda instancia, con una cantidad de seguidores adecuada se lanzará contenidos interactivos, como pueden ser juegos, videos, aplicaciones que permitan la participación, el remix y la co-creación de contenidos. En una tercera etapa se espera lograr la participación autónoma y colaborativa en la creación de contenidos.

4.1.2 Entrenamiento y capacitación técnica:

Es muy importante contar con los conocimientos de este sector para tomar como ejemplo su trabajo en el mundo real y mostrarlo en las diferentes plataformas con videos e imágenes así como entrevistas cortas a los capacitadores. De esta forma se lleva conocimiento al sector no formal e informal captando su interés de manera práctica considerando el aumento de interesados en la capacitación en un futuro cercano.

4.1.3 Educación Formal:

La propuesta de Huella Sostenible busca promover la participación de su comunidad de tal manera que su presencia en redes y web servirá de influencia en el sector formal para agilizar las políticas de educación para el desarrollo sostenible.

4.2 Metas al primer año

Las metas planteadas para el primer año consideran el lanzamiento del programa de media hora en televisión abierta y el uso de plataformas web, redes sociales y Youtube para lo cual requiere un equipo mínimo de profesionales para una primera etapa en la estrategia multiplataforma.

Tabla 3. METAS AL PRIMER AÑO
Metas de Atención
7 puntos de rating para el programa televisivo 150000 visitas a la página Web 60000 seguidores en Facebook 20000 seguidores en Twitter 300000 reproducciones de Youtube
Metas de Producción
01 programa magazin de media hora semanal en señal abierta 01 plataforma web 01 página de Facebook 01 página de Twitter 06 videos semanales para Youtube 04 infografías mensuales 10 fotografías semanales 02 artículos de blog semanales

Metas de Ocupación
02 camarógrafos 01 sonidista 01 editor de video 01 fotógrafo 01 redactor 01 diseñador 01 community manager 01 ejecutivo de cuentas 01 asistente de cuentas 01 asesor en ecología 01 director de planeamiento 01 director de contenidos
Metas de Implementación
01 webinar mensual



5. Estrategias y actividades a realizar

El resultado a largo plazo está calculado a tres años, tiempo de duración del proyecto.

Se han dividido las plataformas según los objetivos que siguen y los indicadores que servirán de comprobación de su progreso.

Tabla 4. Estrategias y actividades

Estructura del proyecto	Indicadores	Medios de verificación	Factores externos (Riesgos)
<p>Objetivo de desarrollo</p> <p>Toma de posición de los jóvenes frente al cambio climático y defensa de la biodiversidad desde visión sostenible</p>	<p>A largo plazo</p>		<p>La toma de decisiones a nivel nacional se va alineando con objetivos del milenio en Sostenibilidad propuestos por la ONU</p>
<p>Objetivo general</p> <p>Promover la sostenibilidad en los jóvenes conformando una comunidad informada y conocedora del concepto de desarrollo sostenible</p>	<p>Indicadores de efectos</p> <p>Porcentaje de aumento en participantes en plataformas digitales.</p>	<p>Número de seguidores y visitantes a plataformas digitales tomados mes a mes.</p>	<p>No se mantiene la inversión de las entidades promotoras (stakeholders) a través del tiempo.</p>
<p>Productos</p> <p>1.- Estrategia Transmedia para generar comunidad de conocimiento en sostenibilidad.</p> <p>2.-Compartir conocimiento en manos de capacitadores.</p> <p>3.- Impactar positivamente en sector de Educación Formal promoviendo la sostenibilidad.</p>	<p>Indicadores de productos (logros)</p> <p>Programa de Tv Huella Sostenible.</p> <p>Página Web y Blog Huella Sostenible.</p> <p>Videos en Youtube HS</p> <p>Webinars y Blog con especialistas.</p> <p>Facebook, Twitter, Instagram de Huella Sostenible.</p>	<p>Rating por programa</p> <p>Número de visitantes a Web y Blog.</p> <p>Número de seguidores y shares de videos, webinars y blog.</p> <p>Número de seguidores y shares en Twitter, Facebook e Instagram.</p>	<p>No se mantiene oferta de Tv abierta por el espacio de 30 min.</p> <p>Empresarios, académicos y estatales no dispuestos a participar.</p> <p>Los jóvenes se enganchan y luego participan en diferentes plataformas.</p>

5.1 Trayectorias

Objetivo general:

Promover la sostenibilidad en los jóvenes conformando una comunidad informada y conocedora del concepto de desarrollo sostenible.

Tabla 5. Trayectorias.

Productos del proyecto	Actividades	Tareas
1.- Aumentar plataformas de comunicación y educación sobre sostenibilidad.	<p>1.1.- Informar sobre Sostenibilidad en programa de Tv.</p> <p>1.2.- Informar sobre Sostenibilidad en Web y Blog.</p>	<p>1.1.1 Buscar auspiciadores para emisión de programa por señal abierta.</p> <p>1.1.2 Establecer alianza con canal de Tv. Para emisión de programa.</p> <p>1.1.3 Realización de programa piloto como muestra para auspiciadores.</p> <p>1.1.4 Organizar y contratar equipo de producción y realización de programa de Tv.</p> <p>1.1.5 Compra de equipos necesarios para la producción audiovisual.</p> <p>1.1.6 Producción y realización de programa semanal de Tv.</p> <p>1.1.7 Lanzamiento de programa magazín en Tv. abierta.</p> <p>1.2.1 Buscar promotores para su participación en página Web y Blog.</p> <p>1.2.2 Organizar equipo de diseñador y redactor para Web y Blog.</p> <p>1.2.3 Compra de equipos de diseño. 1.2.4 Organizar estrategia transmedia para el inicio de calendario de contenidos.</p> <p>1.2.5 Lanzamiento de página Web y Blog.</p>
2.- Aumentar participación de representantes de sectores empresarial académico y estatal.	2.1.- Producción de Webinars, videos y participación en Blog de representantes de sectores industrial, académico estatal.	<p>2.1.1 Organizar calendario de publicación de Webinars, videos y artículos de Blog según estrategia transmedia.</p> <p>2.1.2 Coordinar con personajes que intervendrán en contenidos.</p> <p>2.1.3 Producir material para publicarlo según calendario.</p>
3.- Aumentar participación de jóvenes en temas de sostenibilidad.	3.1 Publicar contenido en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	<p>3.1.1 Completar el equipo de producción digital para redes sociales.</p> <p>3.1.2 Organizar calendario de publicación en redes sociales de acuerdo a estrategia transmedia.</p> <p>3.1.3 Registro de imágenes, fijas y en movimiento para su publicación redes sociales.</p> <p>3.1.4 Redacción de textos para su publicación en redes sociales.</p> <p>3.1.5 Publicación de contenidos en redes sociales.</p>

5.2 Rol de Actores

Tabla 6. Rol de Actores.

Productos del proyecto	Actividades	Personal responsable (organismo ejecutor)	Socio de implementación
1.- Aumentar plataformas de comunicación y educación sobre sostenibilidad.	1.1.- Informar sobre Sostenibilidad en programa de Tv. 1.2.- Informar sobre Sostenibilidad en Web y Blog.	Productor del programa de Tv. Director de contenidos digitales.	Canal de Tv. Promotores asociados al proyecto.
2.- Aumentar participación de representantes de sectores empresarial académico y estatal.	2.1.- Producción de Webinars, videos y participación en Blog de representantes de sectores empresarial, académico y estatal.	Director de contenidos digitales.	Promotores de contenido específico del proyecto.
3.- Aumentar participación de jóvenes en temas de sostenibilidad.	3.1 Publicar contenido en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Comunity manager con Director de contenidos digitales.	Promotores de contenido específico del proyecto.

5.3 Responsables de monitoreo y evaluación

Tabla 7. Responsables de monitoreo y evaluación.			
Productos del proyecto	Actividades	Unidad Responsable de Monitoreo	Unidad responsable de evaluación
1.- Aumentar plataformas de comunicación y educación sobre sostenibilidad.	1.1.- Informar sobre Sostenibilidad en programa de Tv. 1.2.- Informar sobre Sostenibilidad en Web y Blog.	Informe de Rating semanal del canal de Tv. Tráfico semanal en Web por el community manager	Dirección de contenidos y Dirección de Planeamiento
2.- Aumentar participación de representantes de sectores industrial académico y estatal.	2.1.- Producción de Webinars, videos y participación en Blog de representantes de sectores industrial, académico estatal.	Número de participaciones semanal por el ejecutivo de cuentas	Dirección de contenidos y Dirección de Planeamiento
3.- Aumentar participación de jóvenes en temas de sostenibilidad.	3.1 Publicar contenido en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.	Tráfico y share en redes sociales por community manager	Dirección de contenidos y Dirección de Planeamiento

5.4 Factores de viabilidad

Tabla 8. Factores de Viabilidad, sostenibilidad y sustentabilidad
<p>Digishots está preparada para un proyecto que va de acuerdo a su interés y experiencia, es necesario crear conciencia sostenible en los jóvenes más aun considerando que existe un enfrentamiento frente a temas ambientales.</p> <p>Consideramos que una vez lograda la inversión inicial el proyecto será capaz de atraer suficiente inversión en el sector privado para mantenerse en el tiempo logrando sus sostenibilidad.</p> <p>La propia propuesta del proyecto habla del interés por el entorno y nuestra coherencia velará por hacer de Huella Sostenible un proyecto sustentable.</p>

El principal reto de la viabilidad del proyecto es la puesta en marcha inicial, la experiencia en búsqueda de auspicios en el medio privado demuestra que la propuesta es atractiva en momentos que se realizarán cumbres mundiales sobre sostenibilidad, ecología y medio ambiente. Las empresas están desarrollando sus áreas de responsabilidad social empresarial con mayor implicancia en medio ambiente y sostenibilidad en momentos que los pobladores tienen mayor conciencia ecológica y no cuentan aún con una visión sostenible del desarrollo. Una experiencia transmedia como proyecto de comunicación y concientización es una propuesta novedosa no incluida en los esquemas y presupuestos de las empresas y marcas, aun cuando vean atractiva la iniciativa.

6. Presupuesto general del proyecto

Tabla 9. Presupuesto general del proyecto	
Planilla	Sueldo
Camarógrafo	S/. 1,200.00
Camarógrafo	S/. 1,200.00
Sonidista/asistente	S/. 1,200.00
Editor 1	S/. 1,500.00
Editor 2	S/. 1,500.00
Asistente de Producción	S/. 1,200.00
Redactor	S/. 1,200.00
Diseñador	S/. 1,200.00
Com. Manager	S/. 1,200.00
Ejecutivo de cuentas	S/. 3,000.00
Practicante de cuentas	S/. 1,000.00
Administrador	S/. 3,000.00
Practicante administración	S/. 900.00
Asesor especializado	S/. 1,500.00
Presentador televisivo	S/. 4,000.00
Director de Planeamiento	S/. 4,500.00
Director de Contenidos	S/. 4,500.00
TOTAL MENSUAL	S/. 33,800.00
Total anual (+ CTS y gratificaciones)	S/. 507,000.00

Costos fijos	Costo mensual
Alquiler oficina	S/. 3,000.00
Servicio contaduría	S/. 500.00
Servicio abogado	S/. 500.00
Servicio mantenimiento computadoras	S/. 3,000.00
Servicios de desarrollo y mantenimiento web	S/. 200.00
Alquiler espacio TV	S/. 30,000.00
Transporte Grabación	S/. 3,000.00
Servicio Seguridad Grabación	S/. 1,200.00
alimentación producción	S/. 1,500.00
Transporte Ejecutivo de cuentas	S/. 2,000.00
Agua + Luz + Telefono + Internet	S/. 2,000.00
Celulares + Internet (X 7)	S/. 800.00
Útiles de oficina	S/. 200.00
Caja Chica	S/. 1,000.00
Host Pagina Web	S/. 366.00
Servicio webinar	S/. 366.00
Total mensual	S/. 49,632.00
Total anual	S/. 595,584.00

Licencias Software	Costo anual
Adobe Creative Cloud (x2)	S/. 5,123.27
Microsoft Office 2013	S/. 3,952.80
Total Anual	S/. 9,076.07

Materiales, Equipos y mobiliario	Costo único
Islas de edición (x 2)	S/. 12,000.00
Cámara de video y accesorios (x 2)	S/. 15,000.00
Equipo de sonido	S/. 6,500.00
Equipo de luces	S/. 4,000.00
Computadora de diseño gráfico	S/. 4,500.00
Laptop y accesorios (x 9)	S/. 10,800.00
Mobiliario oficina	S/. 6,500.00
Página web Huella Sostenible	S/. 6,100.00
Total	S/. 65,400.00

Total Costos Anual	
Planilla	S/. 507,000.00
Costos fijos	S/. 595,584.00
Licencias Software	S/. 9,076.07
Total Costos Anual	S/. 1,111,660.07

Costo total del proyecto (3 años)	
Total Costo por 3 años	S/. 3,334,980.20
Materiales, Equipos y mobiliario	S/. 65,400.00
Costo total del proyecto (3 años)	S/. 3,400,380.20

El presente presupuesto es la base para establecer la comunidad de conocimiento sostenible, no incluye nuevas propuestas como juegos, videos interactivos, aplicaciones para smartphones u otros. Para cada caso se diseñará un plan específico con auspiciadores que participen del proyecto o campaña propuesto, por ejemplo ya se está pensando en una serie web rescatando el saber ancestral sobre ecología y medio ambiente en comunidades andinas y selváticas así como en restos arqueológicos que demuestren el mejor uso del entorno de manera sostenible.

7. Cronograma

El cronograma se respetará a partir del momento de su lanzamiento, los resultados del piloto han servido para optimizar los contenidos, pero en general la propuesta se mantiene íntegra.

Tabla 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Productos simultáneos	son	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes N				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Contactos con empresas para auspicio de proyecto		X	X	X	X	X	X	X	X									
Contactos con canales de Tv. por espacio de 30 minutos		X	X	X	X													
Convocatoria a personal de producción de Tv. y Web							X	X										
Implementación de oficina							X	X										
Sesiones para coordinación de Estrategia Transmedia									X	X								
Acondicionamiento de página web y Blog									X	X	X							
Desarrollo de programa de Tv.									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Desarrollo de Web y Blog									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Desarrollo de Redes sociales									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Monitoreo del proyecto		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Evaluación del proyecto					X				X				X					X

CAPÍTULO II: INFORME DE LA EJECUCIÓN DE LA EXPERIENCIA PILOTO

8. El proceso de planificación de la experiencia piloto “Huella Sostenible”

8.1 Objetivos

7.1.1 Desde la perspectiva del usuario

- Lograr que el usuario se interese en participar.
- Lograr que el usuario se mantenga activo y tome iniciativas.
- Establecer un gran compromiso con la temática (engagement).
- Estimular a la comunidad en base a las historias presentadas.

7.1.2 Desde la perspectiva el equipo creativo

- Llegar a una audiencia joven.
- Crear conciencia sobre la sostenibilidad.
- Experimentar con la narrativa transmedia.
- Construir una comunidad nacional alrededor del proyecto.
- Aumentar la audiencia constantemente.

8.2 Audiencia

Jóvenes desde los 16 a 35 años de ambos sexos, inicialmente urbanos y progresivamente rurales. Son adolescentes y jóvenes conocidos con el término de Millennials, ellos utilizan las redes sociales, portan smartphones, visitan las cabinas de Internet y a través de las redes llegan a consumir cine y televisión. Según una investigación realizada por Futuro Labs en julio del 2014 sobre los “Millennials y su experiencia con las marcas en redes sociales” Facebook es la red social utilizada con mayor frecuencia, cuenta con 97% de preferencia, le sigue la aplicación Whatsapp con 80% y Youtube con 72%.

8.3 Tratamiento

Considerando que para el piloto no se trabajará el programa televisivo, en la página web y Facebook los contenidos se publicarán como si se estuviera saliendo al aire, es por ello que mantenemos aquí su descripción, dado que el acercamiento al público es a partir de un personaje y su relación con los casos de sostenibilidad, la misma intención que se manejará en internet.

8.3.1 Tagline

Descubre con Edgardo, personaje central en Huella Sostenible las soluciones de sostenibilidad ecológica y ambiental que permitirán nuestra existencia en el futuro.

8.3.2 Storyline

Cada fin de semana se emitirá en televisión abierta el programa de 30 minutos de duración estilo magazín donde Edgardo presentará un reto inicial, cuya solución ayudará a lograr la sostenibilidad ecológica y ambiental en la vida diaria. La geografía del Perú es una de las más afectadas por el cambio climático, tanto en la ciudad como el campo ofrece gran variedad de retos que pueden enfrentarse y solucionar de alguna manera creativa. Descubrir estos hechos, es la tarea que se ha impuesto Edgardo, para ello primero señalará el problema a resolver y luego en su recorrido por cuatro casos mostrará las posibles soluciones. ¿Lo logrará? ¿Se puede encontrar soluciones sostenibles para cada reto ecológico y/o ambiental?

8.4 Sinopsis

8.4.1 Offline

Dado que no se va a emitir el programa televisivo no haremos descripción alguna de su contenido en la experiencia, sin embargo lo consideramos en el cuadro más abajo como parte de la multiplataforma en su salida una vez por semana. Es necesario resaltar la relación entre el programa de Tv y los contenidos, se escogerá un tema semanal que se desarrollará en cuatro segmentos con diferentes historias a resolver, en esta semana de lanzamiento el tema es de construcciones sostenibles. Los contenidos a trabajar en web serán complementarios y también incluyen versiones cortas de los segmentos televisivos.

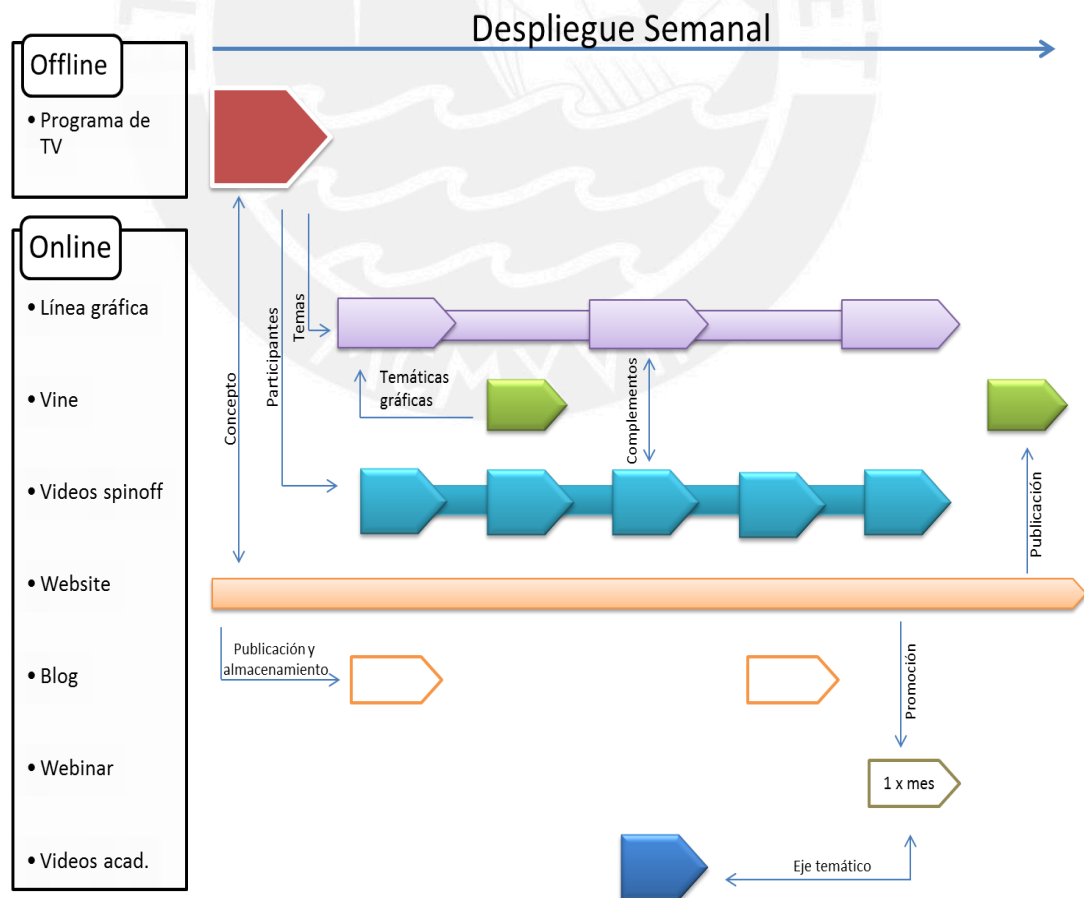


Ilustración 4- Despliegue Semanal. Adaptado de Pratten (2011) 1

8.4.2 Online

- Videos
 - En la semana se publica en Youtube de lunes a viernes el spinoff (resumen de 2 minutos) de los segmentos emitidos por Tv.
 - Un día de la semana se publica en Youtube con un invitado especialista en Responsabilidad social que nos explica la relación entre Responsabilidad Social y Sostenibilidad, corresponde al espacio del video académico.
 - Simultáneamente se publica en Facebook anunciando el tema de los videos.
 - En el Blog se publican los videos a manera de Vlog con el texto bajo el recuadro del video., el primero es de presentación del proyecto.

- Línea gráfica
 - Se publican dos videos de seis segundos (Vine) en la semana, tanto en Facebook como en Twitter el primero es acerca de tomar conciencia de la contaminación causada por los materiales de construcción y el segundo acerca de la utilización de recursos renovables en construcción.
 - Se generan gráficos en distintos formatos, en este caso dos infografías referidas al tema de la construcción sostenible, se publican en Facebook y Twitter y se almacenan en Instagram y Pinterest.
 - El conductor del programa publica fotos detrás de cámara de la grabación del programa. En este caso por coincidir con el día mundial del medio ambiente se publicó una foto saludando a un árbol por su día.

8.5 Canales

La página Web actualizada diariamente es el centro del proyecto y el Blog su complemento para publicar artículos de actualidad, puede surgir algún microsite para un juego o proyecto determinado. Los contenidos se publican en Youtube, Instagram, Pinterest. Las redes sociales como Twitter y Facebook y más adelante LinkedIn cumplen su función de promoción de contenidos y búsqueda de participación y generación de contenidos por parte del usuario.

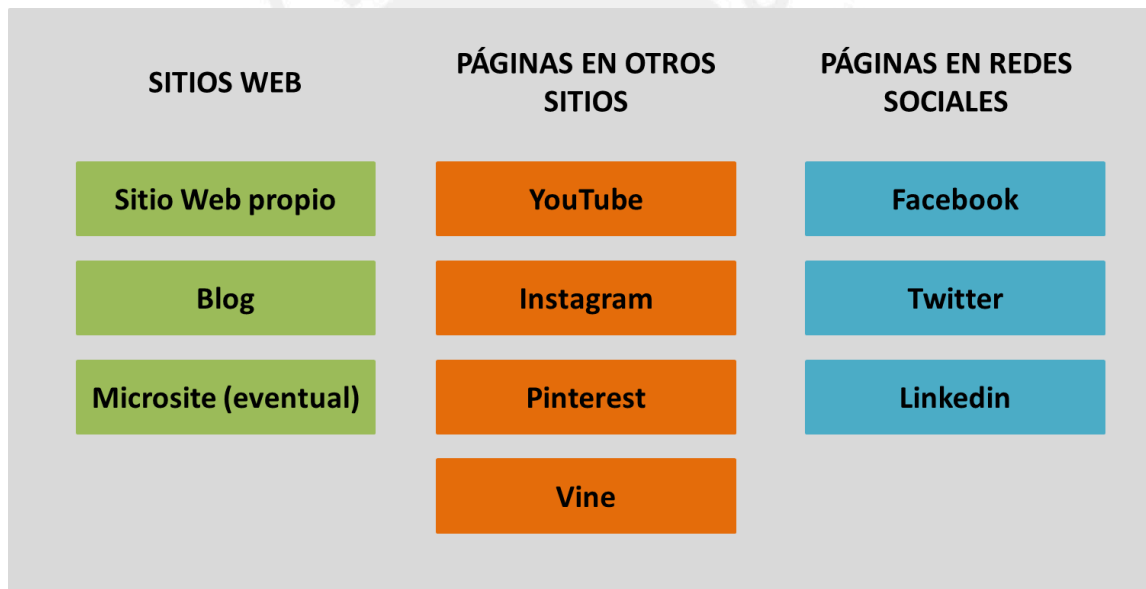


Ilustración 5- Canales de Publicación. Adaptado de Pratten (2011) 3

8.6 La jornada del usuario

En un diseño centrado en el usuario se proporcionará las diferentes posibilidades de navegación a través de plataformas, canales y contenidos. En el cuadro más abajo, adaptado de Pratten (2010) los días se muestran en el plano horizontal y las plataformas y canales en el vertical, entre ellos se ha tendido diferentes conexiones,

puntos de entrada, CTA (calls to action) y salidas. Finalmente es el usuario quien define el recorrido y crea su propia versión de la historia, más adelante, en juegos interactivos y video webisodes con referencia en el mundo real estas relaciones crearán diferentes opciones para el desarrollo de la historia.

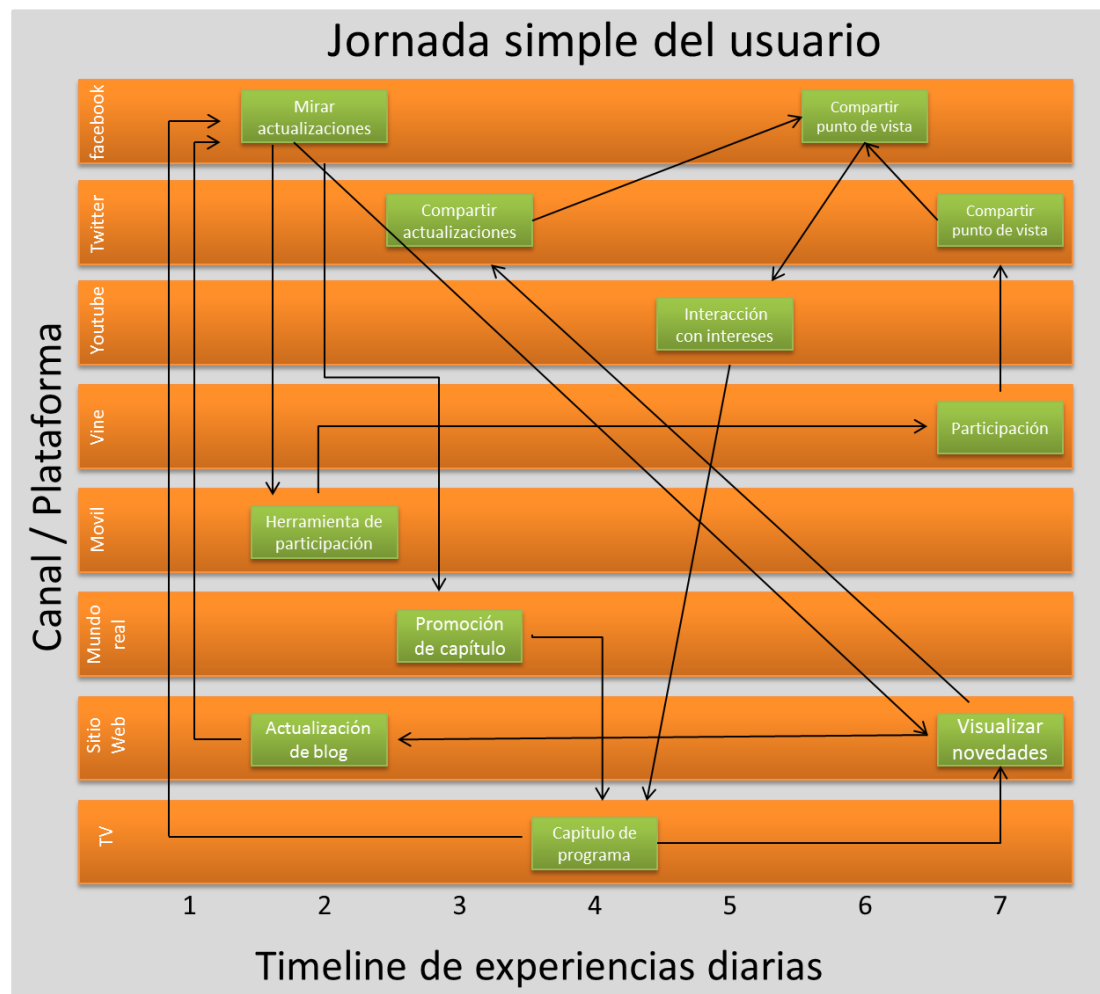


Ilustración 6- Jornada del Usuario. Adaptado de Pratten (2011) 4

9. Ejecución de la experiencia piloto Huella Sostenible

9.1 Elegir el tema y diseñar la publicación de la semana

Para el piloto se tuvo que evaluar el material de video que ya se había trabajado y las posibilidades de desarrollar un tema atractivo al público. Se decidió trabajar el tema de la sostenibilidad en ambientes cotidianos destinando el desarrollo durante la

semana de lunes a sábado, como desarrollo temático quedó definido responder a las siguientes interrogantes: ¿a qué nos referimos con sostenibilidad en los ambientes cotidianos?, ¿cómo afectan los ambientes y estructuras comunes y corrientes?, ¿cómo ayudan los ambientes y estructuras sostenibles? y ¿qué necesitamos para convertir nuestros ambientes cotidianos en sostenibles?

Duración:	6 días						
Objetivos:	Contenido interesante, compartible y participativo Duplicar la audiencia inicial Aportar una visión diferente a un conocimiento ya existente						
Tema:	Sostenibilidad en ambientes cotidianos						
	Días	1	2	3	4	5	6
Desarrollo temático:		¿A que nos referimos con sostenibilidad en los ambientes cotidianos?			¿Cómo ayudan los ambientes y estructuras sostenibles?		
			¿Cómo afectan los ambientes y estructuras comunes y corrientes?			¿Qué necesitamos para convertir nuestros ambientes cotidianos en sostenibles?	
Contenidos:							
Despliegue:							

Ilustración 7- Cuadro de Contenidos.

9.2 Definición de canales a utilizar

Se decidió trabajar con una plataforma web en Wix con un estilo de Blog para que los contenidos sean visibles conforme se publican, tiene links a Facebook, Twitter y la página de Youtube de Huella Sostenible. Para el piloto no se publicó en Pinterest, LinkedIn e Instagram, en cambio se abrió una cuenta en Vine Client para poder subir Vines a Facebook y Twitter.

9.3 Producción de contenidos

a) Videos:

- Video de presentación (03 minutos) ¿Los edificios contaminan?
- Video de archivo (1.20 minutos) Energía sostenible para cuidar el entorno.

- Video entrevista (03.40 minutos) Responsabilidad social y sostenibilidad.
- Video archivo (03.20 minutos) ¿Cómo es un edificio sostenible?
- b) Vines (video 06 segundos)
 - Vine sobre conciencia de contaminación por materiales de construcción.
 - Vine sobre la utilización de recursos renovables en construcción.
- c) Infografías
 - Infografía sobre puntos a revisar sobre nuestro entorno sostenible.
 - Infografía considerando la certificación LEED como guía para la vida diaria.
- d) Fotografías
 - Fotografía abrazando árbol por el día del Medio Ambiente.
 - Fotografía de archivo para Fanpage de Huella Sostenible.
 - Foto de archivo para título ciudad sostenible.



Ilustración 8- Captura de pantalla Facebook.

9.4 Sitios Web

Web: <http://goo.gl/EvXO0j>

Facebook: <https://goo.gl/LWKclr>

Twitter: <https://goo.gl/fvdqVU>

9.5 Estrategia de lanzamiento

Se decidió lanzar el día 01 de junio con Facebook como la principal plataforma de lanzamiento. La plataforma web de Wix no permite ver estadísticas así que se opta por considerar las estadísticas de Facebook para medir los resultados del lanzamiento. Los tres primeros días se invitó a grupo de la PUCP pero los resultados no eran significativos ni medibles así que el tercer día se decidió invitar a contactos personales de cuentas de Facebook de los tres socios de Digishots, empresa promotora de Huella Sostenible.



Ilustración 9- Captura de pantalla Publicación Vine.

9.6 Evaluación del piloto

Desde la perspectiva del usuario

- Lograr que el usuario se interese en participar: La narrativa es muy importante, la publicación con mayor participación es una foto del personaje abrazando a un árbol por el día de la tierra.
- Lograr que el usuario se mantenga activo y tome iniciativas: Un rango de 5% en la proporción entre Me gusta y Compartir se considera exitoso en la web, aquí se ha logrado más del 10% lo que es una buena señal respecto a los contenidos. También más de 20% en comentarios respecto a la cantidad de Me gusta muestran una buena participación de los usuarios.
- Establecer un gran compromiso con la temática (engagement): Los comentarios son favorables hacia los temas tratados, el interés inicial debe mantenerse con nuevos contenidos. Mientras menos producido se siente un contenido mejor se acepta a nivel afectivo.
- Estimular a la comunidad en base a las historias presentadas: Es importante la el protagonismo del personaje con un tono personal. Las publicaciones más vistas y comentadas son aquellas con un tono más personal y una producción menos sofisticada.

Desde la perspectiva del equipo creativo

- Llegar a una audiencia joven: El 63% de participantes pertenece a edades entre 18 a 45 años, esto indica que se está llegando al público objetivo aun cuando hay que bajar la media hacia los más jóvenes.

- Crear conciencia sobre la sostenibilidad: El punto de vista de los temas tratados es desde la sostenibilidad, los contenidos deben ser concretos con referencia cotidiana y una producción poco sofisticada.
- Experimentar con la narrativa transmedia: En el piloto se utilizaron diferentes formatos de contenido pero aún no es transmedia. Es aconsejable iniciar el tema semanal en redes y luego publicar en medio masivo.
- Construir una comunidad nacional alrededor del proyecto: Los resultados muestran que la comunidad se centra en el país pero los interesados de otros lugares también participan.
- Aumentar la audiencia constantemente: La prueba ha sido auspiciosa, para un lanzamiento oficial se debe contar con un amplio banco de datos con usuarios a quienes atraer hacia las plataformas y luego contactar a través de listas de interés similares y líderes de opinión del sector.

9.7 Resultados estadísticos de Facebook

Una semana es poco tiempo para medir resultados que se dan en el mediano plazo, aquí se puede medir el impacto inicial de la propuesta en el público.

La experiencia demuestra que se ha logrado un buen resultado, en la semana del 01 al 07 de junio del 2015 se alcanzó casi 2000 impactos orgánicos cuando siempre es recomendable pagar por exposición lo que impulsaría la llegada a los usuarios, considerando que uno de los objetivos es lograr una expansión rápida.



Ilustración 10- Captura de pantalla Alcance Total Facebook.

El total de los Me gusta (Likes) llegó en esos días a 263



Ilustración 11- Captura de pantalla Total Me Gusta Facebook.

La relación entre Me gusta, Comentarios y Compartió es muy buena pues en el primer caso es de 20% y en el segundo de 10%

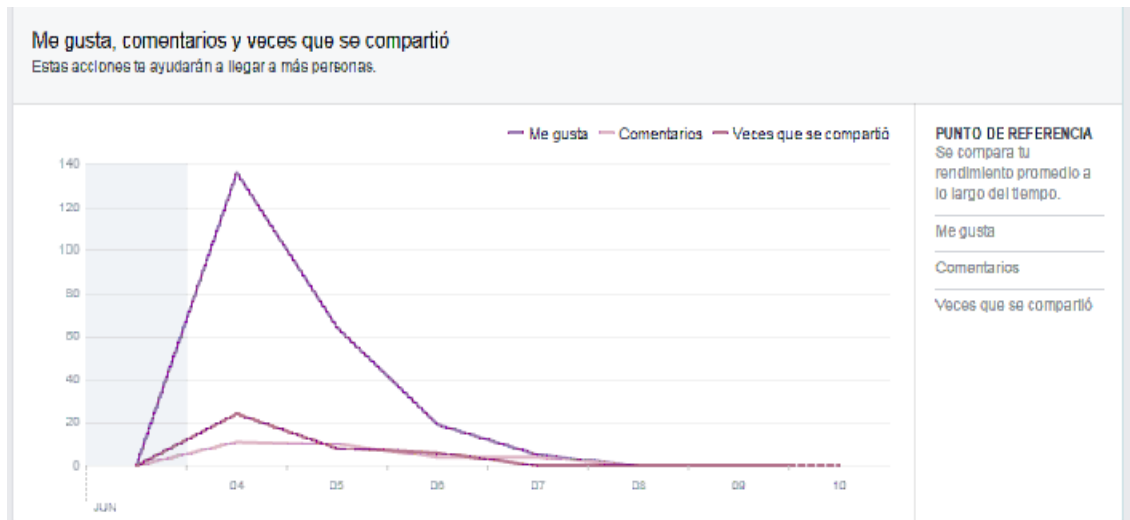


Ilustración 12- Captura de pantalla Me gusta, comentarios y veces que se compartió Facebook.

El 63% de los Fans, aquellos que les gusta la página fluctúa entre los 18 y 45 años de edad, la mayoría son mujeres con el 55% del total.

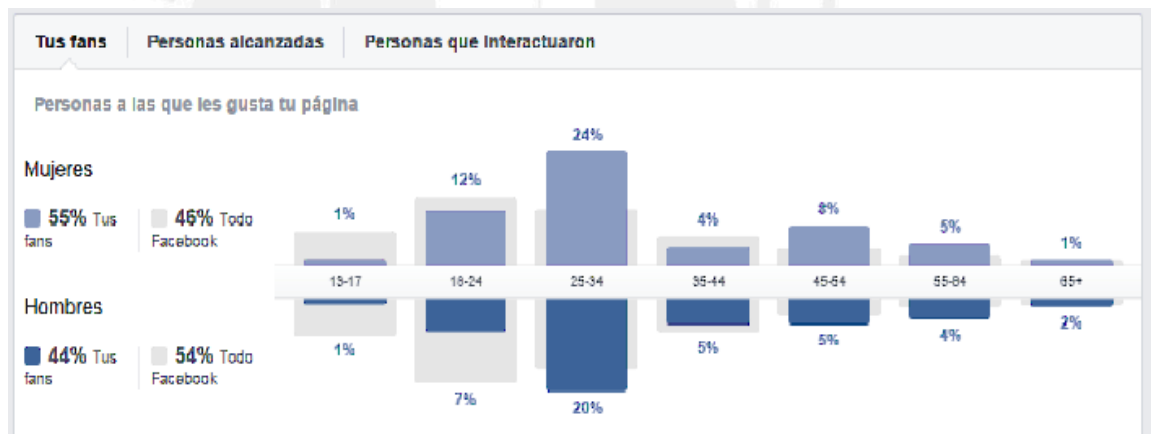


Ilustración 13- Captura de pantalla Fans Facebook.

Las publicaciones más vistas tienen un tono más personal del personaje, sin embargo la participación del especialista ha tenido buena recepción.

Información general		Me gusta	Alcance	Visitas	Publicaciones	Personas	
		Alcance: organico/pagado		Citas en publicaciones		Me gusta, comentarios y	
Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación		
06/06/2015 13:32	 Este es un buen ejemplo de lo que podemos considerar un edificio			263		5 3	
06/06/2015 10:43	 Me propuse hacer una lista de cosas que podrían ayudarnos para			214		9 8	
05/06/2015 16:26	 Hace un año estuve en Iquitos por trabajo. Ful a un pueblo que está a			457		28 17	
05/06/2015 10:54	 Se me ocurrió que sería buena idea salir y saludar personalmente al			1K		111 63	
04/06/2015 16:30	 Buscando por la ciudad un edificio destaque. Hablamos del nuevo			351		5 14	
04/06/2015 12:13	 Edificios sostenibles a la vuelta de la esquina Huella Sostenible			423		0 10	
04/06/2015 12:13	 Responsabilidad Social, Desarrollo Sostenible y nuestro aporte			565		11 15	
04/06/2015 12:13	 VineClient - Huella Sostenible - Tomemos conciencia de la			336		0 4	
04/06/2015 12:13	 El entorno sostenible Huella Sostenible			354		2 5	
04/06/2015 12:13	 ¿Aprovechar los recursos sin contaminar o desperdiciar? Huella			317		1 2	
04/06/2015 12:13	 ¿Te imaginas una ciudad que no contamine? Huella Sostenible			310		1 5	
04/06/2015 12:12	 Huella Sostenible: ¿los edificios contaminan? Huella Sostenible			306		17 8	
04/06/2015 11:04	 Si, ya existe una alternativa a la contaminación que generan las			304		3 16	
03/06/2015 15:30	 Desarrollo Sostenible tarea de todos!			271		0 12	
03/06/2015	 Interesante!			236		1	

Ilustración 14- Captura de pantalla Publicaciones Facebook.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

I.- Conclusiones:

- Las organizaciones mundiales con Las Naciones Unidas a la cabeza están tomando medidas frente al cambio climático con una visión de desarrollo sostenible planteados en objetivos muy claros; terminar con la extrema pobreza, luchar contra la desigualdad e injusticia y solucionar el cambio climático.
- La UNESCO, entidad encargada de la educación para el desarrollo sostenible publicó el año 2014 una hoja de ruta señalando como principal meta el generar y escalar acciones en todos los niveles y áreas de la educación y el aprendizaje para acelerar el progreso hacia el desarrollo sostenible. (UNESCO, 2014)
- En el Perú hay una falta de conciencia sobre el desarrollo sostenible, recientemente los ministerios de Educación y Ambiente publicaron el Plan Nacional de Educación Ambiental (PLANEA, 2015) donde se busca orientar al individuo a contribuir al desarrollo sostenible del país.
- Las tecnologías de la información y comunicación son consideradas de suma importancia para la transmisión de conocimiento y se plantea la necesidad de hacer un uso creativo para llegar especialmente a los jóvenes y niños. Ellos se relacionan a través de la Web, su interacción es multiplataforma, participan en juegos en red y crean contenido.
- Existe una relación estrecha entre la tecnología y el desarrollo humano. La escritura permite registrar el conocimiento de manera lineal dejando atrás al lenguaje simbólico que ahora reaparece con toda su fuerza en las textualidades multimedia e interactivas. (Leroi-Gourman citado por Scolari, 2009)

- Es necesario repensar los entornos de aprendizaje online con un diseño basado en la utilización de narrativas transmedia como estrategia de interacción basada en el usuario. Huella Sostenible se incorpora al aprendizaje a lo largo de la vida (long life learning) a través de la educación informal con uso de tecnología.
- La llamada sociedad del conocimiento implica un cambio radical en la sociedad, el uso del internet se refleja en un marcado individualismo pero el comportamiento social se manifiesta a través de comunidades de interés construidas en torno a redes personales y corporativas, a decir de Castells (2014).

II.- Recomendaciones:

En relación al diseño de la propuesta

- El tratamiento visual y narrativo del espacio televisivo debe incorporar técnicas y ritmos manejados por youtubers, con una marcada presencia el personaje principal en primera persona.
- Incorporar al proyecto las últimas tendencias en el uso de redes, como por ejemplo Snapchat que están empezando a utilizar los adolescentes.
- Incorporar al proyecto el uso de aplicativos, videojuegos, realidad aumentada, para acercar al usuario al mundo real offline con acciones participativas.

En relación a la ejecución de la propuesta

- Es necesario contar con el presupuesto para el primer año antes de lanzar el proyecto.
- Es importante contar con el apoyo del Minedu y Minam para lanzar el proyecto, sobre todo para acceder a su data de usuarios
- Es aconsejable iniciar el tema semanal en redes y luego publicar en medio masivo.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fortalezas a aprovechar para la ejecución de la propuesta de innovación.	25
Tabla 2. Debilidades /Amenazas a superar para la ejecución de la propuesta de innovación.	26
Tabla 3. Metas al primer año.	36
Tabla 4. Estrategias y actividades.	38
Tabla 5. Trayectorias.	39
Tabla 6. Rol de Actores.	40
Tabla 7. Responsables de monitoreo y evaluación.	41
Tabla 8. Factores de Viabilidad, sostenibilidad y sustentabilidad.	41
Tabla 9. Presupuesto general del proyecto.	42
Tabla 10. Cronograma de actividades.	45

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 3- Árbol de problemas. Elaboración Propia.	11
Ilustración 2- Transmedia Franchise.	21
Ilustración 3- Árbol de objetivos. Elaboración Propia.	34
Ilustración 4- Despliegue Semanal. Adaptado de Pratten (2011) 5.	48
Ilustración 5- Canales de Publicación. Adaptado de Pratten (2011) 6.	50
Ilustración 6- Jornada del Usuario. Adaptado de Pratten (2011) 7.	51
Ilustración 7- Cuadro de Contenidos.	52
Ilustración 8- Captura de pantalla Facebook.	53
Ilustración 9- Captura de pantalla Publicación Vine.	54
Ilustración 10- Captura de pantalla Alcance Total Facebook.	57
Ilustración 11- Captura de pantalla Total Me Gusta Facebook.	57
Ilustración 12- Captura de pantalla Me gusta, comentarios y veces que se compartió Facebook.	58
Ilustración 13- Captura de pantalla Fans Facebook.	58
Ilustración 14- Captura de pantalla Publicaciones Facebook.	59

Referencias Bibliográficas

- Adell, J. (13 de febrero de 2011). *Jordi Adell - PLE*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?t=1&v=PblWWIQbkUQ>
- Albán, C. (s.f.). *Gestión*. Obtenido de Conexión a internet en Perú sigue entre las más lentas del mundo: <http://gestion.pe/tecnologia/conexion-internet-peru-sigue-entre-mas-lentas-mundo-2072017>
- Carbonell, J. (2002). "El profesorado y la innovación educativa". En P. C. (Coord.), *La innovación educativa* (págs. 11-26). Madrid: Akal.
- Castells, M. (s.f.). *bbvaopenmind*. Obtenido de El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global: <https://goo.gl/j4W7Dg>
- Centro de Información de las Naciones Unidas para el Perú. (s.f.). *¡Actuemos!* Obtenido de La ONU y la Conferencia Mundial del Cambio Climático - COP 20: <http://onu.org.pe/wp-content/uploads/2014/07/Triptico-COP-20.pdf>
- Clima de Cambios. (12 de Mayo de 2014). *Charla: "Cambio Climático: Realidad y Compromiso"*. Obtenido de Sistema de las Naciones Unidas en el Perú: <http://onu.org.pe/noticias-cop-20/charla-cambio-climatico-realidad-y-compromiso/>
- Court, D., Elzinga, D., Mulder, S., & Jogen Vetvik, O. (Junio de 2009). *The consumer decision journey*. Obtenido de Insights & Publications: http://www.mckinsey.com/insights/marketing_sales/the_consumer_decision_journey
- Cuenta Regresiva 1 acción = 1 cambio*. (s.f.). Obtenido de <http://www.cuentaregresiva.educ.ar/>
- Futuro Labs. (15 de julio de 2014). *Estudio Millennial y su experiencia con las marcas en redes sociales*. Obtenido de Blog Futuro Labs: <http://www.futurolabs.com/estudio-millennial-y-su-experiencia-con-las-marcas-en-redes-sociales/>
- Futuro Labs. (15 de julio de 2014). *Los Millennials de Lima y el uso del Smartphone*. Obtenido de Blog Futuro Labs: <http://www.futurolabs.com/los-millennials-de-lima-y-el-uso-del-smartphone/>
- García Aretio, L. (2014). *Otra sociedad y otras formas de aprender*. Obtenido de Contextos universitarios mediados: <http://aretio.hypotheses.org/1265>
- <http://www.tstoryteller.com/>. (2010). Obtenido de <http://www.tstoryteller.com/case-study-categories/education>
- International Institute for Sustainable Devevelopment. (2009). *The Sustainable Developent Timeline*. Obtenido de http://www.iisd.org/pdf/2009/sd_timeline_2009.pdf
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Strytelling*. Obtenido de MIT Technology Review: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

- Jenkins, H. (12 de diciembre de 2009). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. Obtenido de Confessions of an Aca-Fan: <http://henryjenkins.org/?s=principles+of+transmedia+storytelling>
- Las Rutas del Oro*. (s.f.). Obtenido de www.facebook.com/lasrutadeloro: www.lasrutadeloro.com
- Lecinski, J. (2011). *ZMOT*. Obtenido de Ganando el momento cero de la verdad: http://ssl.gstatic.com/intl/es-419_ALL/think/docs/2012-zmot-handbook_research-studies.pdf
- Media, T. C. (Dirección). (2011). *Content 2020* [Película].
- Ministerio de Educación del Perú, M. (2005). *Tipologías de la Innovación Educativa*. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/Publicaciones/2005>
- Ministerio del Ambiente, MINAM. (julio de 2009). www.minam.gob.pe. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/cambioclimatico/wp-content/uploads/sites/11/2013/10/CDAM0000323.pdf>
- Ministerio del Ambiente, Ministerio de Educación. (2012). *Política Nacional de Educación Ambiental*. Obtenido de <http://goo.gl/nbd5b3>
- Montoya, D., Vásquez, M., & Salinas, H. (2013). *Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas*. Obtenido de Revista Co- Herencia: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/co-herencia/article/view/2136>
- Naciones Unidas. (12 de Agosto de 2015). *Asamblea General*. Obtenido de Proyecto de documento final de la cumbre de las Naciones Unidas para la aprobación de la agenda para el desarrollo después del 2015: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/69/L.85&Lang=S
- Noticias COP 20. (12 de mayo de 2014). onu.org.pe. Obtenido de <http://onu.org.pe/noticias-cop-20/charla-cambio-climatico-realidad-y-compromiso/>
- Perú 2021. (s.f.). *Perú 2021*. Obtenido de <http://www.peru2021.org/principal>
- Pon de tu parte*. (s.f.). Obtenido de Compromiso por el clima: <http://www.pondetuparte.com/>
- Pratten, R. (s.f.). *Transmedia Storyteller*. Obtenido de <http://www.tstoryteller.com/>
- Quiroga, N. (19 de Enero de 2015). *Un cómic y una heroína para tumbar la violencia sexual en India*. Obtenido de Yorobuko: <http://www.yorokobu.es/priya/>
- Scolari, C. (2009). *Desfasados. Las formas de conocimiento que estamos perdiendo, recuperando y ganando*. Obtenido de Otras Voces: <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Desfasados-Las-formas-de-conocimiento-que-estamos-perdiendo-recuperando-y-ganando.pdf>
- Selwing, N. (s.f.). *bbvaopenmind*. Obtenido de Internet y educación: <https://goo.gl/xifrrm>

- Shear, M. (19 de Enero de 2015). *Obama's Social Media Team Tries to Widen Audience for State of the Union Address*. Obtenido de New York Times Politics:
http://www.nytimes.com/2015/01/20/us/politics/doing-more-than-putting-an-annual-address-into-140-characters.html?_r=1
- Siemmens, G. (12 de diciembre de 2004). *elearnspace.org*. Obtenido de
<http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
- Teaching and Learning for a Sustainable Future*. (s.f.). Obtenido de
<http://www.unesco.org/education/tlsf/>
- The Cloud Institute for Sustainability Education*. (s.f.). Obtenido de <http://cloudinstitute.org/>
- Tovar, T. (05 de 03 de 2015). *La educación ambiental no tiene la prioridad que merece*. Obtenido de A ojo de buen cubero: <https://teresatovars.lamula.pe/2015/03/05/la-educacion-ambiental-no-tiene-la-prioridad-que-merece/teresatovar/>
- UNESCO. (2005). *Educación para el desarrollo sostenible*. Obtenido de
<http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/>
- UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento - Informe mundial de la UNESCO*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>
- UNESCO. (2014). *Roadmap for implementing the Global Action Programme on Education for Sustainable Development*. Obtenido de
<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230514e.pdf>
- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development*. Obtenido de Our Common Future: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
- United Nations. (1992). *Sustainable Development - Agenda 21*. Obtenido de Conferencia on Environment & Development:
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
- United Nations. (2015). *Sustainable Development Summit*. Obtenido de
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/summit/>
- United Nations. (s.f.). *El futuro que queremos para todos*. Obtenido de Informe para el Secretario General: <http://goo.gl/qJd72D>
- United Nations. (s.f.). *Shaping the future we want; UN Decade of Education for Sustainable Development (2005-2014) Final Report*. Obtenido de unesdoc.unesco.org:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002303/230302e.pdf>