



Pregrado

Carrera: PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

Asignatura (UIC):

PROYECTOS MULTIMEDIA

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título en: TECNÓLOGO SUPERIOR

EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

**Tema: Campaña Transmedia para la
Concientización ambiental del Rio Dos Bocas**

Autor/s: Elián Steven Sarmiento Aguilar

Tutor: Mg. Eduardo Cadena

Fecha: Marzo 2025





Autor: Elián Steven Sarmiento Aguilar

Título a obtener: Tecnólogo superior en Producción

Multimedia

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: elian.sarmiento@ister.edu.ec

Dirigido por:



Mg. Eduardo Cadena

Título: Mg. En Comunicación Audiovisual con mención en
Investigación de medios y Docencia en comunicación

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: jorge.cadena@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

Giovanni Gabriel Núñez Sanchez

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Pasaje, (15) de (03) de 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez

DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín

COORDINADORA DE TITULACIÓN

MSc. MARJORY CORTEZ

COORDINADORA GENERAL

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Elián Steven Sarmiento Aguilar declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Campaña Transmedia para la concientización ambiental del Río Dos Bocas Canto Pasaje El Oro, de la Tecnología Superior en Producción Multimedia; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



Elián Steven Sarmiento Aguilar

C.I.: 0706294345

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-1

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

AUTOR /ES:

Elián Steven Sarmiento Aguilar

TUTOR:

MG. EDUARDO CADENA

CONTACTO ESTUDIANTE:

0986525234

CORREO ELECTRÓNICO:

elian.sarmiento.jw@gmail.com

TEMA:

CAMPAÑA TRASMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DEL RIO DOS BOCAS

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

Ecuador, por estar en una zona estratégica en América del Sur y del Mundo, es un país privilegiado. Cuenta con muchas zonas turísticas visitada por nacionales y extranjeros, que por muchos años han sido fuente principal de ingresos económicos para los habitantes de determinadas comunidades. Esto ha permitido el crecimiento de empresas turísticas y el comercio en general en determinados territorios de nuestro país, promoviendo así, el desarrollo sustentable y sostenible de las comunidades.

En este sentido, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pasaje de la provincia de El Oro, junto al Instituto Universitario Rumiñahui, desarrollan el presente proyecto de vinculación-investigación denominado “Transmedia y cultura ambiental para un río limpio”. El proyecto tiene como objetivo, fomentar la conciencia ambiental a través del turismo sostenible, promoviendo prácticas que respeten y preserven los recursos naturales y culturales. La iniciativa busca integrar a las comunidades locales en actividades turísticas responsables, generando beneficios económicos, sociales y ambientales mientras se valoran las riquezas ambientales y culturales de la región.

Se contribuirá desde la investigación social y la comunicación a la promoción adecuada de la cultura ambiental hacia los habitantes que posee el cantón Pasaje. Para lograr este objetivo se ha considerado la creación de una campaña transmedia enfocada en turismo que contenga varios contenidos; mismos que serán logrados aplicando la metodología de diseño Ambrose & Harris (2010).

Los resultados obtenidos de este proceso serán piezas fundamentales en la estructura y sentido de la campaña turística debido a que estos contenidos serán creados bajo una estrategia transmedia. Finalmente, este proyecto basado en la transferencia tecnológica aportará nuevas conclusiones respecto a la capacidad de interacción que puede generar una campaña transmedia para la promoción del destino turístico de Pasaje.

PALABRAS CLAVE:

CUIDADO AMBIENTAL

MEDIO AMBIENTE

Conservación

PATRIMONIO NATURAL

TRANSMEDIA

ABSTRACT:

Ecuador, being in a strategic area in South America and the world, is a privileged country. It has many tourist areas visited by nationals and foreigners, which for many years have been the main source of economic income for the inhabitants of certain communities. This has allowed the growth of tourism companies and commerce in general in certain territories of our country, thus promoting the sustainable and sustainable development of the communities.

In this sense, the Municipal Decentralized Autonomous Government of the Pasaje Canton in the province of El Oro, together with the Rumiñahui University Institute, are developing this research project called “Transmedia and environmental culture for a clean river”. The project aims to foster environmental awareness through sustainable tourism, promoting practices that respect and preserve natural and cultural resources. The initiative seeks to integrate local communities into responsible tourism activities, generating economic, social, and environmental benefits while valuing the region's environmental and cultural riches.

Social research and communication will contribute to the adequate promotion of environmental culture among the inhabitants of Pasaje. To achieve this objective, we have considered the creation of a transmedia campaign focused on tourism that contains various contents, which will be achieved by applying the design methodology Ambrose & Harris (2010).

The results obtained from this process will be fundamental pieces in the structure and sense of the tourism campaign because these contents will be created under a transmedia strategy. Finally, this project based on technology transfer will provide new conclusions regarding the capacity of interaction that a transmedia campaign can generate for the promotion of the tourist destination of Pasaje. Translated with DeepL.com (free version)

PALABRAS CLAVE:

ENVIRONMENTAL CARE

ENVIRONMENT

Conservation

NATURAL HERITAGE

TRANSMEDIA

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Pasaje, 15 de 03 del 2025

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “DsPace” del estudiante: Elián Steven Sarmiento Aguilar, con C.I.: 0706294345 alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR PRODUCCION MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 0706294345

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable.
(EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez

DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín

COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____/ ____/ ____

TEMA:

**Campaña Transmedia para la
Concientización ambiental del Río Dos Bocas**

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a todas las personas que valoran y protegen nuestros recursos naturales, en especial a quienes luchan por la preservación del río Dos Bocas. A mi familia, por su apoyo incondicional en cada paso de este camino académico, y a mis docentes, quienes con su guía y conocimientos me han impulsado a crecer profesionalmente. También dedico esta investigación a la comunidad de Pasaje, cuya conexión con el río inspira la necesidad de generar conciencia y acción para su conservación.

Agradecimientos:

Expreso mi más profundo agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de este proyecto. A mis profesores y asesores, por su valiosa orientación y por compartir su experiencia en cada etapa del proceso. A mi familia y amigos, por su constante apoyo y motivación. A la comunidad de Pasaje, por brindarme su tiempo y conocimientos sobre la

importancia del río Dos Bocas. Finalmente, agradezco a quienes trabajan incansablemente por la protección del medio ambiente, pues su compromiso nos inspira a seguir generando cambios positivo

Resumen:

Ecuador, por estar en una zona estratégica en América del Sur y del Mundo, es un país privilegiado. Cuenta con muchas zonas turísticas visitada por nacionales y extranjeros, que por muchos años han sido fuente principal de ingresos económicos para los habitantes de determinadas comunidades. Esto ha permitido el crecimiento de empresas turísticas y el comercio en general en determinados territorios de nuestro país, promoviendo así, el desarrollo sustentable y sostenible de las comunidades.

En este sentido, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pasaje de la provincia de El Oro, junto al Instituto Universitario Rumiñahui, desarrollan el presente proyecto de vinculación-investigación denominado “Transmedia y cultura ambiental para un río limpio”. El proyecto tiene como objetivo, fomentar la conciencia ambiental a través del turismo sostenible, promoviendo prácticas que respeten y preserven los recursos naturales y culturales. La iniciativa busca integrar a las comunidades locales en actividades turísticas responsables, generando beneficios económicos, sociales y ambientales mientras se valoran las riquezas ambientales y culturales de la región.

Se contribuirá desde la investigación social y la comunicación a la promoción adecuada de la cultura ambiental hacia los habitantes que posee el cantón Pasaje. Para lograr este objetivo se ha considerado la creación de una campaña transmedia enfocada en turismo

que contenga varios contenidos; mismos que serán logrados aplicando la metodología de diseño Ambrose & Harris (2010).

Los resultados obtenidos de este proceso serán piezas fundamentales en la estructura y sentido de la campaña turística debido a que estos contenidos serán creados bajo una estrategia transmedia. Finalmente, este proyecto basado en la transferencia tecnológica aportará nuevas conclusiones respecto a la capacidad de interacción que puede generar una campaña transmedia para la promoción del destino turístico de Pasaje

Palabras claves:

CUIDADO AMBIENTAL

MEDIO AMBIENTE

Conservación

PATRIMONIO NATURAL

TRASNMEDIA

Abstract:

Ecuador, being in a strategic area in South America and the world, is a privileged country. It has many tourist areas visited by nationals and foreigners, which for many years have been the main source of economic income for the inhabitants of certain communities. This has allowed the growth of tourism companies and commerce in general in certain territories of our country, thus promoting the sustainable and sustainable development of the communities.

In this sense, the Municipal Decentralized Autonomous Government of the Pasaje Canton in the province of El Oro, together with the Rumiñahui University Institute, are developing this research project called “Transmedia and environmental culture for a clean river”. The project aims to foster environmental awareness through sustainable tourism, promoting practices that respect and preserve natural and cultural resources. The initiative seeks to integrate local communities into

responsible tourism activities, generating economic, social, and environmental benefits while valuing the region's environmental and cultural riches.

Social research and communication will contribute to the adequate promotion of environmental culture among the inhabitants of Pasaje. To achieve this objective, we have considered the creation of a transmedia campaign focused on tourism that contains various contents, which will be achieved by applying the design methodology Ambrose & Harris (2010).

The results obtained from this process will be fundamental pieces in the structure and sense of the tourism campaign because these contents will be created under a transmedia strategy. Finally, this project based on technology transfer will provide new conclusions regarding the capacity of interaction that a transmedia campaign can generate for the promotion of the tourist destination of Pasaje.

Keywords:

ENVIRONMENTAL CARE

ENVIRONMENT

Conservation

NATURAL HERITAGE

TRANSMEDIA

Índice de contenido:

Antecedentes.....	13
Problema.....	14
Contexto.....	1;Error! Marcador no definido.
Justificación.....	18
Objetivos.....	20
Descripción General de la solución.....	21
Alcance.....	22
Materiales y métodos.....	23
Impacto.....	25
Beneficiarios.....	27
Bibliografía.....	28
Anexos.....	30

ANTECEDENTES

Hacer turismo en Ecuador es una experiencia enriquecedora gracias a su diversidad natural, cultural y geográfica. Con biodiversidad única, Ecuador es uno de los países más biodiversos del mundo, a pesar de su tamaño compacto. Ofrece cuatro regiones principales: costa, sierra, Amazonía y galápagos. Cuenta con una cultura rica y variada, albergando una fascinante mezcla de culturas indígenas y de afrodescendientes; las cuales, enriquecen nuestra identidad con sus tradiciones orales, gastronómicas, turísticas, indumentaria típica de cada región, entre otras.

En este contexto, el Ministerio de Turismo [MINTUR] (2014) promovió la campaña “All you need is Ecuador” con la finalidad de atraer la atención de visitantes al país por parte del público extranjero. El turismo en el Ecuador es una fuente socioeconómica que va evolucionando. Nuestro país (...) dispone de una vasta vegetación y exótica fauna que deja fascinados tanto a locales como extranjeros, dando paso al desarrollo de emprendimientos y generando nuevas plazas de empleo. (Serrano Buenaño & Villafuerte Rivera , 2022)

En el proceso de la investigación, se evidencio que, el cantón Pasaje, ubicado en la provincia de El Oro, se encuentra ubicado en la región costa del Ecuador y es uno de los cantones más encantadores de la provincia. Fundado el 01 de noviembre del 1894, con una población de 87.723 habitantes. Limita al norte con el cantón El Guabo, al sur cantones Santa Rosa, Atahualpa y Chilla, al este Zaruma y Pucara y al oeste con el cantón Machala. Probablemente sea una de las regiones más biodiversa del sur del país. (GAD Pasaje, 2024)

Según Asociación de Municipalidades del Ecuador [AME] (2023):

La ruta turística del cantón Pasaje, de la provincia de El Oro, tiene infinidad de atractivos llenos de naturaleza viva, de encuadres biodiversos, paisajes multicolores, lugares que enamoran, que inspiran y un ambiente de tranquilidad y armonía. Sus maravillas la convierten en una potencia turística del sur del Ecuador, pues es un destino lleno de magia y fantasía.

Uno de sus principales atractivo turístico, es el el balneario Dos Bocas, ubicado en la parroquia Progreso, tiene paisajes formados con rocas, la unión de los ríos Chaguana y Águila con aguas cálidas y frías crean un lugar mágico. El balneario

ofrece todas las condiciones para disfrutar del agua cristalina y su temperatura es variable (AME, 2023). El atractivo presta condiciones para hacer paseo en boya, pic nic, foto artística, fotografía turística, fotos grupales con amigos, juegos de convivencia, avistamiento del paisaje que forma el río a lo largo del balneario y caminata por la ruta.

La historia de la parroquia Progreso, narra hechos importantes que han causado cierto impacto favorable o desfavorable en la población. Creencias, como el aparecimiento de huacas, y hechos que causaron conmoción y asombro son evidentes ya que antes no existía la energía eléctrica y se hacía más común las historias y leyendas de miedo contadas por los moradores más antiguos. (GAD Progreso, 2023)

La apertura de vías de acceso a la parroquia, permitieron a los visitantes conocer eventos tradicionales como: la celebración de la fiesta de la cruz, las Parroquialización, el aparecimiento del duende en los cacahuales, las huacas en semana santa, la inauguración de la Feria del Cacao, entre otro. Estos eventos destacan y realzan la historia de la parroquia.

Por otra parte, es importante recalcar que esta zona rica en biodiversidad, propia para el turismo de propios y extraños, sufre de una alta contaminación por diferentes factores; entre ellos: contaminación de los ríos por desperdicios inorgánicos (plásticos, aluminio, vidrio, etc.) y orgánicos (aguas residuales de chancheras, polleras y alcantarillado) que desembocan en los afluentes fluviales de la parroquia. Otro tipo de contaminación es aérea, por pesticidas aplicados en las haciendas bananeras y cacaoteras de la zona.

PROBLEMA

Destacamos que la zona objeto de estudio es rica en biodiversidad; lo cual, ha maximizado en gran nivel el turismo, y a su vez ha generado fuentes de trabajo para los habitantes de dicha zona. Es fundamental reconocer que, aunque no se reflejan campañas promocionales sobre el turismo en esta zona, los turistas con la poca información que encuentran se aventuran a descubrir las maravillas naturales que ofrece el sector.

La problemática detectada está relacionada con la contaminación de los ríos, causada por desechos orgánicos, inorgánicos y pesticidas, cuya consecuencia

es el deterioro de la calidad del agua, lo que afecta negativamente tanto a los ecosistemas acuáticos como a las comunidades humanas que dependen de los ríos. El uso inadecuado de pesticidas y el vertido de desechos orgánicos e inorgánicos en los ríos está causando contaminación que altera el equilibrio ecológico, reduce la biodiversidad y pone en riesgo la salud humana.

La acumulación de materia orgánica incrementa los nutrientes como el nitrógeno y el fósforo, promoviendo el crecimiento desmedido de algas, que consume el oxígeno disuelto. La reducción del oxígeno afecta a peces, invertebrados y otras formas de vida acuática. Los materiales como plásticos, baterías y otros residuos industriales liberan metales pesados al agua, que son tóxicos para la fauna y flora acuática. La Acumulación de microplásticos afecta a organismos desde el nivel más bajo de la cadena alimenticia, como los peces pequeños. Los pesticidas se acumulan en organismos acuáticos, afectando su salud y, eventualmente, la de los humanos que consumen estos animales.

Los pesticidas matan organismos beneficiosos y alteran las interacciones naturales, causando desequilibrios. Los agroquímicos son productos utilizados en la agricultura que pueden ser altamente tóxicos y perjudiciales en diferentes aspectos. (Ramírez Campos, 2018, pág. 41) En zonas agrícolas intensivas, el escurrimiento de pesticidas y fertilizantes a los ríos es una de las principales causas de contaminación, agravada por la falta de manejo adecuado de residuos en comunidades cercanas.

Basados en el problema contextual identificado El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rumiñahui a través de la investigación realizada para su Plan de Marketing Turístico en 2022 identifica 3 necesidades claves a considerar en su estudio:

- Falta de concientización a la población local de las causas y consecuencias de la contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos; como también, por pesticidas de los ríos de la zona.
- Falta de información de los medios de comunicación nacionales, locales y redes sociales sobre las principales causas y consecuencias de la contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos y pesticidas.

Falta de identidad de la ciudadanía por descuido en la generación de alianzas estratégicas con actores o instituciones involucradas para crear proyectos concretos de revalorización de la identidad de la parroquia Progreso. Esto lógicamente propicia la falta de interés en visibilizar y difundir su identidad por parte de los actores públicos y la ciudadanía.

CONTEXTO

El contexto del presente proyecto se encuentra enmarcado en la parroquia Progreso del cantón Pasaje. Fue constituida el 2 de abril de 1976, según Acuerdo Ministerial N°.160. Se encuentra ubicada al sur del Ecuador en la parte baja de la provincia de El Oro en el Cantón Pasaje, la Parroquia Progreso en extensión es una de las parroquias más grande de la Provincia de El Oro. Progreso tiene 26 sitios, los mismos están dispersados geográficamente dentro del territorio. El de mayor extensión es el sitio Palo Marcado debido a una extensa zona montañosa, los de menor extensión son los sitios La Maravilla y Los Laureles, estos datan desde el años 1924 donde se constituyó el sitio San Antonio de Chaguana. Santa Lucia es el último poblado en constituirse en el año 1990. (GAD Progreso, 2023)

En cuanto al contexto de la comunicación digital en América Latina y de acuerdo con Sinimanne (2022: párr.2) citado por Trujillo Valdiviezo et al. (2022); quienes aseveran que, se está en presencia de la nueva revolución tecnológica alrededor de la industria 4.0, es decir, “los sistemas de producción “inteligentes” y conectados, diseñados para detectar, predecir e interactuar con el mundo físico, a fin de tomar decisiones que apoyen la producción en tiempo real”. Ello incluye, entre otras: inteligencia artificial [IA], robótica y el internet de las cosas (pág. 1521).

En Ecuador, el uso de las redes sociales es cada vez más común en el ámbito personal, sin embargo, a nivel de empresas aún es un espacio que está siendo poco explorado, no existen muchas investigaciones sobre este tema en Ecuador. Un estudio indica que una de las problemáticas en la actualidad que enfrentan las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) ecuatorianas, es la falta de difusión en sus servicios profesionales a nivel de plataformas tecnológicas,

considerándolos un inconveniente al momento de generar nuevos clientes. (López, et al., 2018)

Sin embargo, algunas redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok han tenido un gran impacto en la comunicación digital promoviendo la conexión y la difusión de contenido. Las nuevas tecnologías y sus sistemas de comunicación tienen un papel clave en la forma de comunicarse entre las compañías y sus consumidores. Las redes sociales han experimentado una gran evolución en cuanto a las estrategias que utiliza de acercamiento al usuario, y esto significa una gran oportunidad para las pequeñas empresas para ofrecer sus servicios a un mercado, de una forma fácil, económica y revolucionaria; diferente a lo tradicional. (Boada, 2022, pág. 37)

Según el INEC, hasta 2016 un poco más de la mitad de la población de los ecuatorianos tiene acceso a internet, con respecto al año 2008, podemos obtener que al año 2016 el crecimiento en los siguientes 8 años ha sido el doble lo cual podemos concluir que se ha mejorado el acceso al internet, pero aun así es muy difícil llegar a ciertas zonas del país por la falta de infraestructura y niveles tecnológicos que le Ecuador posee con respecto de las TIC. (Chancusig Chisag et al., 2019, pág. 1349)

Sin embargo, en el 2020, los hogares que tuvieron acceso a internet fue el 53,2% a nivel nacional; el 61,7% en el área urbana y el 34,7% en el área rural. A nivel nacional existe un incremento significativo de 7,7 en el porcentaje de hogares con acceso a internet. De igual manera, en el área urbana y rural se evidencia un crecimiento significativo de 5,6 y 13,1, respectivamente. (INEC 2021)

El 97,23% de la población en el país tiene acceso al Servicio Móvil Avanzado. Para el cuarto trimestre del año 2022, el 14,97% de la ciudadanía mantiene contratada una cuenta de internet fijo. El internet móvil cuenta con el 59.46% de penetración, siendo uno de los servicios que ha tenido un importante crecimiento. En el Servicio de Audio y Video (SAV) por suscripción, la densidad a diciembre del año 2022 registró un 11.56%, siendo la modalidad de televisión codificada satelital la que posee una mayor demanda con el 64,42%. (ARCOTEL 2023, pág. 3)

Sin embargo, aunque la conectividad a Internet ha mejorado en el país, aún existen desafíos en términos de acceso en áreas rurales para garantizar una conectividad equitativa en todo el territorio ecuatoriano.

El compartir la cultura de zona determinada, es un aspecto relevante para los pueblos, esto se conjuga con la comunicación, a los seres humanos nos motivan lo visual y lo auditivo. Con la aparición de nuevos actores, la acelerada expansión de las redes sociales, la explosión de los macrodatos (big data) y de la computación en nube, han surgido nuevos modelos de creación, producción, distribución, acceso y participación (Kulesz, 2017, p. 5), citado por (Andrade Mendoza, 2019, pág. 213) En este contexto, las estrategias de comunicación transmedia podrán ser una alternativa útil para lograr un mejor posicionamiento del mensaje de la campaña promocional para reducir la contaminación de los afluentes fluviales del la parroquia Progreso del cantón Pasaje.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de proyectos que promuevan la reducción del impacto ambiental producida por la contaminación generada por desechos orgánicos, inorgánico y residuos de pesticidas en los afluentes fluviales en diferentes zonas del nuestro país, mejoran las condiciones de vida de sus habitantes. Así mismo, permiten generar una cultura de preservación de los ecosistemas; también, crean hábitos de reutilización y reciclaje en las personas inmersas en aspecto de la agricultura y ganadería en las zonas rurales. Al mismo tiempo, les permite a los habitantes fortalecer su estilo de vida, creando plazas de trabajo e ingresos extra al permitir el ingreso a zonas turísticas limpias y libres de todo tipo de contaminación.

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Artículo 3, establece que es deber primordiales del Estado "Proteger el patrimonio natural y cultural del país"; y cuidar y mantener los bienes públicos, son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos" (Art.83). También "reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay" (Art.14). E indica que "las personas tienen derecho a la recreación y al

esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre” (Art.24). (Constitución de la República del Ecuador, 2017, 06 de junio).

El presente proyecto de investigación - vinculación se justifica en el marco cooperativo que generaron como alianza estratégica el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Progreso del Cantón Pasaje, junto con el Instituto Universitario Rumiñahui. Es importante que exista esta transferencia tecnológica en beneficio de la comunidad de la parroquia y el cantón donde se realizara el proyecto. Para esto, el cuerpo docente de la carrera de Producción Multimedia y los estudiantes participantes del proyecto aportarán desde la base de sus conocimientos a dar solución a las necesidades de la parroquia Progreso del cantón Pasaje en temas de promoción de reducción del impacto ambiental generado por desechos orgánicos, inorgánicos y pesticidas.

La parroquia Progreso, es considerada como una zona rica en biodiversidad, por estar ubicada en una zona estratégica geográficamente. Posee gran variedad de fauna y flora silvestre. Por otro lado, es considerada como zona rica en agricultura. Cuenta con muchas hectáreas de cultivos de exportación, como: banano, cacao, cítricos, y ciertos agricultores están incursionando en la producción de arándanos, fresas y pitahaya para proveer al mercado local, nacional e internacional.

Lo antes mencionado, justifica y motiva la ejecución de un proyecto que busque promocionar la cultura de reducción del impacto ambiental generado por desechos orgánicos, inorgánicos y pesticidas en los afluentes fluviales de la parroquia Progreso del cantón Pasaje, generado por la falta de información que ha creado un desconocimiento de las consecuencias de este tipo de contaminación.

Para conseguir ese objetivo se ha planteado la estrategia transmedia como eje fundamental ya que aportará beneficios significativos a la promoción de la cultura de reducción del impacto ambiental generado por desechos orgánicos, inorgánicos y pesticidas en los afluentes fluviales de la parroquia. La estrategia transmedia permite llegar a una audiencia diversa al utilizar diferentes canales y medios. “De esta forma se creaba un universo de contenido para que el usuario pudiera permanecer dentro de la historia por más tiempo”. (Pino Bravo, 2021)

La implementación de una estrategia transmedia se posiciona como una herramienta clave para fomentar la cultura de reducción del impacto ambiental en la parroquia. Esta metodología permite sensibilizar y educar de manera efectiva sobre la gestión adecuada de desechos orgánicos, inorgánicos y pesticidas, contribuyendo significativamente a la protección y preservación de los afluentes fluviales.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Crear una campaña transmedia de concientización ambiental sobre el tema “Transmedia y cultura ambiental para un río limpio”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Describir las cualidades del problema ambiental de los ríos de la parroquia Progreso con el fin de identificar sus posibles necesidades y oportunidades para visibilizar su potencial de cambio a través de productos de comunicación multimedia.
- Organizar los requerimientos principales del proyecto de comunicación transmedia para tener claras las herramientas y los métodos a aplicar para el desarrollo de los productos que componen la campaña.
- Pos-tproducir los contenidos visuales, audiovisuales e interactivos que serán parte de la campaña transmedia de concientización ambiental.
- Implementar la campaña transmedia de concientización ambiental a través de los medios establecidos en la planificación para llegar al grupo objetivo determinado.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SOLUCIÓN

El Instituto Universitario Rumiñahui a través de la carrera de Producción Multimedia proponen la creación de una campaña Transmedia para la reducción de la contaminación de los ríos de la parroquia Progreso. Dicha campaña tendrá una estructura base que será aplicada para cada río. Chaguana y Águila.

La narrativa transmedia es una solución ideal para una campaña de concientización sobre la contaminación de los ríos en la parroquia El Progreso porque permite transmitir un mensaje coherente y atractivo a través de Múltiples plataformas y formatos, alcanzando a una audiencia diversa y maximizando su impacto. Largo Loayza (2022) enfatizan. “Desde la perspectiva de Henry Jenkins (2006) las narrativas transmedia, son una forma de contar historias y de difundir información a través de diferentes plataformas, medios y formatos”. Por esta razón, es imprescindible reconocer que, la existencia de este tipo de narrativas ha permitido crear contenidos de interés social, principalmente dentro del ámbito ambiental.

A nivel mundial, las nuevas narrativas se convirtieron en un factor clave en la lucha de la contaminación ambiental; puesto que, permitió que miles de personas conozcan de cerca la realidad contada a través de infografías, mapas interactivos, videos con animaciones y demás (Largo Loayza, 2022); en especial la contaminación ocasionada por desechos orgánicos e inorgánicos que son liberados en los ríos, convirtiéndose en una gran preocupación por los habitantes de la parroquia Progreso, puesto que, la bioacumulación ha provocado la extinción de especies y enfermedades en el ser humano.

La importancia de la narrativa transmedia radica más en su nivel de alcance; ya que, cada plataforma (redes sociales, videos, podcasts, talleres, infografías) tiene su propio público, y la narrativa transmedia conecta a diferentes sectores de la población. Como lo argumenta Costa Sánchez & López García (2020):

La definición de transmedia, por su parte, se fundamenta en dos elementos: La expansión de un determinado relato en múltiples plataformas y medios, de modo que cada uno sirve al diseño del proyecto del mejor modo posible, al tiempo que cada uno de ellos supone una vía de entrada para un diferente tipo

de público y La participación de las audiencias en un grado mayor al de la simple interactividad, generando fieles militantes que a su vez contribuyen a expandir el relato.

Esto es esencial en una parroquia donde la población puede ser heterogénea en edad, intereses y niveles de acceso tecnológico. En el caso de una campaña para combatir la contaminación de los ríos en la parroquia El Progreso, esta técnica no solo informa, sino que involucra activamente a los ciudadanos como participantes clave. Los habitantes de la parroquia El Progreso pueden aportar a la campaña con sus propias vivencias relacionadas con los ríos, convirtiéndose en creadores de contenido y protagonistas. Por ejemplo: Relatar cómo sus familias han sido afectadas por la contaminación. Participar en desafíos virales, como recolectar basura o plantar árboles cerca de los ríos. Crear contenido visual que muestre cómo podría lucir un río limpio versus un río contaminado.

ALCANCE

El alcance de los principales componentes del proyecto se describe a continuación:

Alcance y como va a ser:

- Video storytelling: Tiene alcance online, llegará a la gente mediante publicaciones en redes sociales como YouTube y TikTok.
- Contenido para redes: Tendrá un alcance online, el paquete de posteo que se va a desarrollar incluye: Post publicitarios, stories, reels, los cuales se van a proponer en redes sociales como Facebook, X e Instagram.
- Material editorial: Tiene alcance offline, se hará llegar al público mediante distribución física de forma impresa en ferias, centros comerciales, municipios e instituciones educativas.
- Recorrido virtual 3D: Tiene alcance online, además el producto es interactivo ya que va a ser desarrollado en una plataforma digital llamada Spatial que permite la interacción con el usuario y el recorrido estará incrustado en el portal web.
- Portal Web: Tiene un alcance online, va a llegar a la gente a través de las redes sociales y va a ser presentado a las personas que estén interesadas en conocer más sobre el cuidado ambiental por medio de la distribución

de los contenidos mediante una invitación en redes sociales para visitar la página web.

- Producto AR: Tiene un alcance híbrido, offline y online. De manera offline van a llegar a la gente mediante la distribución en ferias, centros comerciales, municipios e instituciones educativas. En línea mediante la interacción con la aplicación de realidad aumentada y la visualización del video.

MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño metodológico del proyecto, eminentemente práctico, se propone utilizar la metodología de diseño de Ambrose & Harris, basada en 4 etapas, identificadas como: comprensión, investigación, generación e interpretación. Cada una de estas etapas tienen sus propios pasos y sirven para desarrollar un proyecto de comunicación de diseño basado en un proceso creativo.

En la etapa de comprensión se entra en un primer contacto del profesional con el cliente en donde se tiene la entrevista, se saca información, se crea el brief, y se describe las necesidades que estamos en la tarea de resolver.

En la etapa de investigación se indagará a los temas planteados en el proyecto, para la que se ha optado a revisar en los principales repositorios académicos en internet. En la etapa de generación se amplificarán ideas y propuestas, se desarrollarán y se revisaran como prototipo para luego revisar cuales son viables. En la etapa de implementación los productos se entregarán a la dirección de turismo para que se encargue de hacer las publicaciones pertinentes de acuerdo con el cronograma de medios (Ambrose & Harris, 2010) como se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1: Pasos que compone la metodología propuesta.

Etapas	Pasos	Descripción
Comprender	Definición de Brief	Entrevistas con el
	Creativo	gerente de AGUPAS del GAD

		PASAJE para levantar actas y estructurar el Brief creativo.
Investigar	Investigación relevante	Análisis de material bibliográfico para encontrar información clave en beneficio del proyecto.
Generar	Ideas de soluciones	Se plantea la campaña transmedia, los guiones y bitácoras que guiarán el trabajo técnico.
	Desarrollo de prototipos	Se propone los elementos visuales y audiovisuales que serán parte de la campaña.
	Motivos de selección	Se escoge la alternativa más adecuada y se corrigen los detalles para cada elemento aprobado.
Implementar	Implementación	Se entregan los productos que conforman la campaña a AGUAPAS. Esta institución será la encargada de ejecutar la campaña.
	Retroalimentación	La interacción por parte del grupo objetivo es de suma importancia para analizar y generar debate sobre los alcances de la campaña y sus elementos.

IMPACTO

Una campaña transmedia para combatir la contaminación de los ríos en la parroquia El Progreso puede generar un impacto significativo en múltiples ámbitos, aprovechando su capacidad para transmitir mensajes a través de diversas plataformas de manera coherente y atractiva; por ejemplo:

➤ **Ámbito ambiental**

- Crear conciencia colectiva: mediante la campaña transmedia se fomenta una conciencia generalizada en cuanto a la no contaminación de los ríos y en general. Los productos que componen la campaña serán destinados a concientizar sobre el cuidado de la naturaleza.
- Acción comunitaria: así mismo, el impacto de la campaña tendrá el poder de generar unión en los pobladores, permitiendo que tomen acción en los problemas que traen consigo la contaminación.
- Monitoreo ambiental: la campaña transmedia permitirá el monitoreo del estado de los ríos, motivando a los habitantes a estar alerta ante una posible amenaza de contaminación.

➤ **Ámbito político**

- Incidencia en políticas públicas: la campaña transmedia, tendrá la capacidad de incidir en las políticas públicas, logrando que se considere tomar acciones gubernamentales para combatir la contaminación de los ríos de la parroquia Progreso.
- Creación de alianzas: así mismo, mediante esta campaña se podrán crear alianzas estratégicas con sectores sociales, gubernamentales, ONG, entre otros.
- Transparencia: la campaña transmedia, mediante sus contenidos y los canales de difusión, tienen el poder de transparentar las acciones tomadas por los entes sociales y políticos.

➤ **Ámbito social**

- Empoderamiento comunitario: la campaña transmedia crea una característica fundamental en los habitantes de la parroquia, el

sentido de pertenencia; lo cual, permite tomar acciones directas hacia la contaminación de los ríos.

- Educación: el conocimiento de su entorno y como es afectado por elemento ajenos a este, es primordial en los habitantes del sector.
- Integración: la campaña transmedia, mediante los diferentes productos difundidos en las diferentes plataformas, tiene la capacidad de unir a los habitantes de la parroquia.

➤ **Ámbito cultural**

- Revalorización del entorno natural: mediante la campaña transmedia, se crea un valor agregado al sector; puesto que, mediante esta se muestra un rostro diferente del sector, lo que generara un impacto en el aspecto turístico.
- Promoción turística: el reconocimiento del sector mediante la campaña transmedia, generará espacios donde se puedan practicar diferentes tipos de deportes, fomentando el turismo en el sector.
- Rescate de tradiciones: además, la campaña estará enfocada en rescatar y fortalecer las tradiciones culturales de la parroquia y sus sitios.

➤ **Ámbito económico**

- Desarrollo sostenible: la campaña transmedia puede tener un impacto significativo en el desarrollo sostenible de un sector al aprovechar múltiples plataformas y formatos para comunicar, educar y generar cambios de comportamiento en los actores, generando nuevas ideas y proyectos que vayan de la mano con la conciencia ambiental.

➤ **Ámbito legal**

- Fortalecimiento del marco normativo: al dar a conocer el estado de contaminación en que se encuentran los ríos del sector, mediante el marco legal se puede imponer sanciones a las personas que contaminan. La Constitución del Ecuador protege los ríos a través del Capítulo 7. Además, la Constitución establece que el agua es

un patrimonio nacional estratégico, fundamental para la vida y la soberanía alimentaria.

La integración de estrategias transmedia, como redes sociales, documentales, aplicaciones interactivas y talleres comunitarios, permite maximizar el alcance y la eficacia de esta campaña, generando un impacto positivo.

BENEFICIARIOS

Este enfoque holístico permite que la campaña transmedia tenga un impacto significativo y duradero, a múltiples niveles de la sociedad. En este sentido, clasificamos a los beneficiarios en directos e indirectos:

Beneficiarios directos: considerados a todos los habitantes de la parroquia; quienes, consumen directamente el agua de los ríos. Así mismo, los pequeños, medianos y grandes agricultores de la zona, quienes, utilizan el agua para riego y alimentación. Mediante la campaña transmedia, se mantendrán informados del estado y situación de los ríos y si el agua que es apta o no para el consumo de humano y animales.

En el mismo contexto, los beneficiarios indirectos, son aquellos que consumen los productos del sector: turistas, visitantes, empresas privadas o públicas, ONG, consumidores de los productos locales, entre otros; quienes se mantendrán informados mediante los canales y plataformas utilizadas para la campaña transmedia.

BIBLIOGRAFÍA

Boada, M. (2022). Redes Sociales y su influencia en el desarrollo micro empresarial: caso Loja- Ecuador. *Sur Academia*, 9(17), 35-49.

<https://doi.org/10.54753/suracademia.v9i17.939>

Costa Sánchez, C., & López García, X. (2020). Narrativas transmedia sociales en el ámbito hispanoamericano (2014-2018). *Arte, Individuo y Sociedad*, 33(1), 237-257.

https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/39241/Costa_Sanchez_Carmn_2021_Narrativas.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Largo Loayza, J. (2022). NARRATIVAS TRANSMEDIA PARA CONCIENTIZAR SOBRE LA CONTAMINACIÓN MINERA DE RÍOS DEL ECUADOR. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 10(1), 2 - 8.

<https://doi.org/https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3566>

Andrade Mendoza, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 1(30), 211-227. <https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.10>

Chancusig Chisag, J. C., Montaluisa Pulloquina, R. H., Guilcaso Romero, J. A., & Soria Semblantes, M. I. (2019). El aprendizaje y las tecnologías de información y comunicación en la educación superior en Ecuador.

RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento, 3(1), 1340-1352. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(1\).enero.2019.1340-1352](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(1).enero.2019.1340-1352)

Constitución de la República del Ecuador. (2017, 06 de junio). *REGLAMENTO*

GENERAL A LA LEY ORGANICA DE CULTURA. Gaseta Oficial.

https://www.presidencia.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/08/a2_REGLAMENT_GENERAL_A_LA_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf

López,, O., Beltrán, C., Morales, R., & Caverro, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. *Ciencia América: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 7(2), 39-56.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553438>

Pino Bravo, C. (2021). *El uso de las narrativas transmedia en el cine como estrategia digital para la promoción turística. [Máster de Marketing Digital. Universidad Camilo José Cela]*. Repositorio Digital.

https://iddigitalschool.com/wp-content/uploads/2024/06/MEM_EXT_26666_CARMEN_PINO_BRAVO.pdf

Ramírez Campos, M. A. (2018). EL USO DE PESTICIDAS EN LA AGRICULTURA Y SU DESORDEN AMBIENTAL . *Vanguardia*, 2(6), : 40-47.

Serrano Buenaño , S. A., & Villafuerte Rivera , T. D. (2022). *Plan estratégico de marketing dirigido a GITEWA S.A. PYME del sector turístico para el crecimiento y posicionamiento en el mercado. [Tesis de Licenciatura, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL]*. Repositorio Institucional.

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/55974/1/T112357%20%20Serrano%20Buena%c3%b1o%20%20Villafuerte%20Rivera.pdf>

Trujillo Valdiviezo, G., Rodríguez Alegre, L., Mejía Ayala, D., & López Padilla, R. (2022). Transformación digital en América Latina: una revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1519-1536.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890768>

ANEXOS

ANEXOS

CRONOGRAMA																							
NOMBRE DEL TRABAJO:				Campaña Transmedia para la concientización ambiental del rio dos bocas																			
AUTORES:				Elian Steven Sarmiento Aguilar																			
TUTOR:				Ing. Eduardo Cadena Mg.																			
FECHA:				28 – 02 - 2025																			
ACTIVIDADES				SEMANAS																		%	PRO EST UP UE ST O
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Objetivo 1: Describir el problema de visibilizacion de los sectores turisticos de la mitad del mundo de la Campaña transmedia la contaminación del rio dos bocas con el fin de identificar sus posibles necesidades y su cambio a través de				x																		28%	00

[illegible]

Definición del Brief Creativo. Plantear la estructura de la campaña. Planteamiento de línea gráfica de la campaña.						x														
Planteamiento de Storytelling. Guiones Literario, técnico y gráfico.							x													
Diagramación de producto editorial. Planteamiento del mapa de sitio web. Planteamiento de AR.								x												
Definir Contenido de redes y cronograma de publicación.																				

Objetivo 3: Pasar a Post Producción los contenidos visuales, audiovisuales e interactivos que serán parte de la campaña transmedia de visibilizarían turística.																			28%	00
Desarrollo del producto audiovisual																				
Desarrollo del producto audiovisual																				
Desarrollo del producto editorial																				
Desarrollo del producto AR																				
Contenido de redes sociales																				
Desarrollo del portal Web																				
Desarrollo del recorrido 3D																				
Objetivo 4: Implementar la campaña transmedia de visibilización turística a través de los medios establecidos en la planificación para llegar al grupo objetivo determinado.																			22%	300

NOMBRE DEL TRABAJO: CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DEL RIO DOS BOCAS																								
AUTOR: ELIAN STEVEN SARMIENTO AGUILAR																								
TUTOR: ING. EDUARDO CADENA MG.																								
FECHA: 28 – 02 - 2025																								
RUBROS					GASTOS POR SEMANA																		GASTO	
Nº	DESCRIPCIÓN	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1. HARDWARE																								
	laptop	1	1200	1200	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1200
	Celular realmi note 9	1	250	250										X	X	X	X	X					250	
	GIMBAL	1	150	150										X	X	X	X	X					150	

2. SOFTWARE																							
	Suit Adobe	4	30	120										X	X	X	X	X	X				120
3. MATERIALES Y SUMINISTROS																							
	Papeleria	1	20	20								X	X	X	X								20
4. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS																							
	Google Academi	1	0	0	X	X	X	X	X														0
	Chat GPT	1	0	0	X	X	X	X	X														0

5. VIÁTICOS Y MOVILIZACIÓN																							
	Transporte Urbano	10	0.35	3.50							X	X	X	X	X	X	X	X	X				3.50
	Comida	7	3	21							X	X	X	X	X	X	X	X					21
6. OTROS																							
	Servicio de Internet y Energía Eléctrica	5	4 0	200	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	200