

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 DE LAS
PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES
EN PINTAG**

Autor/s: CARLOS DAVID CRUZ DIAZ

BRIAN ISMAEL MANOBANDA TONATO

JESUS ALEJANDRO UVIDIA MEJÍA

Tutor: Mg. Eduardo Cadena

Fecha: Marzo 2025



Autor:



Carlos David Cruz Diaz

Título para obtener:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: carlosdavid.cruz@ister.edu.ec

Autor:



Brian Ismael Manobanda Tonato

Título para obtener:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: brian.manobanda@ister.edu.ec

Autor:



Jesús Alejandro Uvidia Mejía

Título para obtener:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: jesus.uvidia@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

CARLOS DAVID CRUZ DIAZ

BRIAN ISMAEL MANOBANDA

TONATO

JESUS ALEJANDRO UVIDIA MEJÍA

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 11 de marzo del 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 BRIAN ISMAEL MANOBANDA TONATO, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE LAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES EN PINTAG, 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,



Brian Ismael Manobanda Tonato
C.I.: 175186016-2

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 11 de marzo del 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**

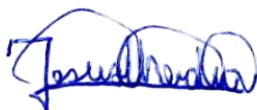
Presente

Por medio de la presente, yo JESUS ALEJANDRO UVIDIA MEJÍA, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE LAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES EN PINTAG, 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,



Jesús Alejandro Uvidia Mejía
C.I.: 175415831-7

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 11 de marzo del 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 CARLOS DAVID CRUZ DIAZ, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE LAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES EN PINTAG, 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,



Carlos David Cruz Diaz
C.I.: 172281955-

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

CT-ANX-2025-ISTER-1

CARRERA:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

AUTOR /ES:

BRIAN ISMAEL MANOBANDA TONATO

JESUS ALEJANDRO UVIDIA MEJÍA

CARLOS DAVID CRUZ DIAZ

TUTOR:

MG. EDUARDO CADENA

CONTACTO ESTUDIANTE:

BRIAN MANOBANDA: 0995576678

JESUS UVIDIA: 0960122922

CARLOS CRUZ: 0978788149

CORREO ELECTRÓNICO:

manobandab08@gmail.com

jesusuvidia2016@gmail.com

cicarlos450@gmail.com

TEMA:

CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE LAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES EN PINTAG

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

La parroquia rural de Pintag, en Ecuador, enfrenta serios problemas ambientales debido a prácticas agrícolas insostenibles, como el uso excesivo de agroquímicos, que degradan el suelo, contaminan el agua y disminuyen la biodiversidad. Para abordar esta situación, se lanzó la campaña Transmedia "Pintag Verde", que busca sensibilizar a la Generación Z y a los agricultores locales. Esta iniciativa combina narrativas digitales y físicas, utilizando un Storytelling emocional en redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube. A través de videos cortos, se presentan testimonios reales de agricultores y datos científicos, como el hecho de que el 33% de los suelos a nivel global están degradados.

La campaña incorpora herramientas innovadoras, como realidad aumentada (AR) en ferias locales para visualizar el impacto ambiental, un recorrido virtual 3D en la plataforma Spatial que simula ecosistemas sostenibles, y un portal web con guías prácticas para la agricultura ecológica. La metodología Ambrose & Harris, adaptada en 7 fases, permitió estructurar el proceso creativo, desde la investigación de campo en Pintag hasta la evaluación de métricas de engagement, logrando 1,000 interacciones en la primera semana.

Los resultados muestran una participación activa de la comunidad: agricultores adoptando técnicas agroecológicas y jóvenes compartiendo contenido con el hashtag #CultivemosElFuturo. La campaña no solo educa, sino que también inspira acción colectiva, conectando tecnología

accesible, como smartphones, con saberes locales. "Pintag Verde" se establece como un modelo de comunicación ambiental efectivo y replicable.

PALABRAS CLAVE:

1. Ambiente
2. Agricultura sostenible
3. Transmedia
4. Conciencia ambiental
5. Agroecología

ABSTRACT:

The rural parish of Pintag, Ecuador, faces serious environmental problems due to unsustainable agricultural practices, such as the excessive use of agrochemicals, which degrade the soil, pollute water, and diminish biodiversity. To address this situation, the "Pintag Verde" transmedia campaign was launched, seeking to raise awareness among Generation Z and local farmers. This initiative combines digital and physical narratives, using emotional storytelling on social media such as TikTok, Instagram, and YouTube. Short videos present real-life testimonies from farmers and scientific data, such as the fact that 33% of soils globally are degraded.

The campaign incorporates innovative tools such as augmented reality (AR) at local fairs to visualize the environmental impact, a 3D virtual tour on the Spatial platform that simulates sustainable ecosystems, and a web portal with practical guides for organic farming. The Ambrose & Harris methodology, adapted in seven phases, allowed for the structure of the creative process, from field research in Pintag to the evaluation of engagement metrics, achieving 1,000 interactions in the first week.

The results show active community participation: farmers adopting agroecological techniques and young people sharing content with the hashtag #CultivemosElFuturo (Let's CultivateTheFuture). The campaign not only educates but also inspires collective action, connecting accessible technology, such as smartphones, with local knowledge. "Pintag Verde" is established as an effective and replicable environmental communication model.

PALABRAS CLAVE:

1. Environment
2. Sustainable Agriculture
3. Transmedia
4. Environmental Awareness
5. Agroecology

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 13 de marzo 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: BRIAN ISMAEL MANOBANDA TONATO, con C.I.: 175186016-2 alumno de la Carrera TECNÓLOGO SUPERIOR PRODUCCIÓN MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 175186016-2

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 13 de marzo del 2025

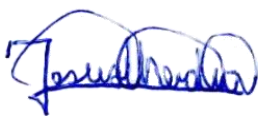
Sres.-

**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: JESUS ALEJANDRO UVIDIA MEJÍA, con C.I.: 175415831-7 alumno de la Carrera TECNÓLOGO SUPERIOR PRODUCCIÓN MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 175415831-7

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 13 de marzo 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: CARLOS DAVID CRUZ DIAZ, con C.I.: 172281955-2 alumno de la Carrera TECNÓLOGO SUPERIOR PRODUCCIÓN MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 172281955-2

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 DE LAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS INSOSTENIBLES EN PINTAG

Dedicatoria:

Esta tesis, fruto de esfuerzo, dedicación y amor, la dedicamos en primer lugar a nuestros docentes, quienes con su sabiduría, paciencia y guía nos inspiraron a alcanzar este logro. Su compromiso con nuestra formación no solo enriqueció nuestro conocimiento académico, sino que también nos motivó a superar cada desafío con determinación y excelencia. A nuestros compañeros de tesis, gracias por su colaboración, apoyo y valor. Juntos compartimos aprendizajes y momentos inolvidables que fortalecieron no solo nuestro crecimiento profesional, sino también nuestra amistad y trabajo en equipo. A nuestras familias, que con su amor incondicional y apoyo constante nos brindaron la fortaleza para superar cada obstáculo. A nuestros seres queridos, gracias por ser nuestro refugio y motivación en los momentos más difíciles.

Agradecimientos:

Queremos expresar un gran agradecimiento a nuestras familias, pilares inquebrantables que nos brindaron su respaldo incondicional en cada paso de este recorrido. A nuestros padres, cuyo amor, sacrificio y enseñanzas han sido la base de todo lo que somos y aspiramos a ser. A nuestros seres queridos, quienes con su aliento y comprensión nos acompañaron en los momentos de duda. Su apoyo incondicional fue el refugio que nos permitió enfrentar las adversidades y mantener viva la llama de la perseverancia. Gracias a ellos, hoy podemos ver culminado un sueño que comenzó como una semilla de esperanza y esfuerzo.

De igual manera, expresamos un profundo agradecimiento a nuestros maestros que, con sabiduría y paciencia, impartieron sus enseñanzas a lo largo de este camino. Su guía y conocimiento no solo enriquecieron nuestra formación académica, sino que también inspiraron en nosotros el deseo constante de aprender y superarnos. Su fe en nosotros fue el motor que nos impulsó a esforzarnos cada día, a crecer como personas y como profesionales, pero sobre todo a perseverar con un espíritu inquebrantable hacia la consecución de nuestras metas.

Hoy, con gratitud y orgullo, aspiramos a ser profesionales íntegros, capaces de aportar a la sociedad valores sólidos y conocimientos que inspiren a las futuras generaciones a seguir construyendo un mundo mejor.

Resumen:

La parroquia rural de Pintag, en Ecuador, enfrenta serios problemas ambientales debido a prácticas agrícolas insostenibles, como el uso excesivo de agroquímicos, que degradan el suelo, contaminan el agua y disminuyen la biodiversidad. Para abordar esta situación, se lanzó

la campaña Transmedia "Pintag Verde", que busca sensibilizar a la Generación Z y a los agricultores locales. Esta iniciativa combina narrativas digitales y físicas, utilizando un Storytelling emocional en redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube. A través de videos cortos, se presentan testimonios reales de agricultores y datos científicos, como el hecho de que el 33% de los suelos a nivel global están degradados.

La campaña incorpora herramientas innovadoras, como realidad aumentada (AR) en ferias locales para visualizar el impacto ambiental, un recorrido virtual 3D en la plataforma Spatial que simula ecosistemas sostenibles, y un portal web con guías prácticas para la agricultura ecológica. La metodología Ambrose & Harris, adaptada en 7 fases, permitió estructurar el proceso creativo, desde la investigación de campo en Pintag hasta la evaluación de métricas de engagement, logrando 1,000 interacciones en la primera semana.

Los resultados muestran una participación activa de la comunidad: agricultores adoptando técnicas agroecológicas y jóvenes compartiendo contenido con el hashtag #CultivemosElFuturo. La campaña no solo educa, sino que también inspira acción colectiva, conectando tecnología accesible, como smartphones, con saberes locales. "Pintag Verde" se establece como un modelo de comunicación ambiental efectivo y replicable.

Palabras claves:

AMBIENTE, AGRICULTURA SOSTENIBLE, TRANSMEDIA, CONCIENCIA
AMBIENTAL, AGROECOLOGÍA

Abstract:

The rural parish of Pintag, Ecuador, faces serious environmental problems due to unsustainable agricultural practices, such as the excessive use of agrochemicals, which degrade the soil, pollute water, and diminish biodiversity. To address this situation, the "Pintag Verde" transmedia campaign was launched, seeking to raise awareness among Generation Z and local farmers. This initiative combines digital and physical narratives, using emotional storytelling on social media such as TikTok, Instagram, and YouTube. Short videos present real-life testimonies from farmers and scientific data, such as the fact that 33% of soils globally are degraded.

The campaign incorporates innovative tools such as augmented reality (AR) at local fairs to visualize the environmental impact, a 3D virtual tour on the Spatial platform that simulates sustainable ecosystems, and a web portal with practical guides for organic farming. The Ambrose & Harris methodology, adapted in seven phases, allowed for the structure of the creative process, from field research in Pintag to the evaluation of engagement metrics, achieving 1,000 interactions in the first week.

The results show active community participation: farmers adopting agroecological techniques and young people sharing content with the hashtag #CultivemosElFuturo (Let's CultivateTheFuture). The campaign not only educates but also inspires collective action, connecting accessible technology, such as smartphones, with local knowledge. "Pintag Verde" is established as an effective and replicable environmental communication model.

Keywords:

ENVIRONMENT, SUSTAINABLE AGRICULTURE, TRANSMEDIA, ENVIRONMENTAL AWARENESS, AGROECOLOGY

Índice de contenido:

ANTECEDENTES	1
PROBLEMA.....	2
CONTEXTO	3
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVOS	6
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SOLUCIÓN.....	7
ALCANCE.....	8
MATERIALES Y MÉTODOS	10
IMPACTO.....	12
BENEFICIARIOS.....	13
ANEXOS	17

ANTECEDENTES

Históricamente, las prácticas agrícolas en muchos países, incluyendo Ecuador, han dependido de métodos intensivos con el objetivo de aumentar la producción. Este enfoque, impulsado por la Revolución Verde en las décadas de 1960 y 1970, introdujo el uso extensivo de fertilizantes y pesticidas químicos a nivel global, lo que permitió mejorar la productividad a corto plazo pero trajo consigo efectos negativos en los ecosistemas (FAO, 2020). Según un informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), alrededor del 33% de los suelos a nivel mundial están degradados debido al uso de prácticas agrícolas no sostenibles (FAO, 2022). En Ecuador, esta situación también se replica, especialmente en regiones agrícolas como Pintag, donde la dependencia de estos insumos es elevada y la falta de políticas de control ha exacerbado la degradación del suelo y la pérdida de biodiversidad (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2021).

A nivel general, algunos gobiernos y organizaciones no gubernamentales han iniciado programas para fomentar la adopción de prácticas agrícolas sostenibles, aunque el alcance y efectividad de estos esfuerzos han variado. En Ecuador, el Ministerio del Ambiente ha lanzado iniciativas para promover la agroecología, buscando reducir el uso de insumos químicos y promover técnicas de conservación del suelo y agua (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021). Sin embargo, los datos oficiales indican que solo el 20% de los pequeños agricultores han adoptado prácticas sostenibles, en gran medida debido a la falta de recursos y capacitación (INEC, 2022). Este panorama evidencia la necesidad de mayores esfuerzos para mejorar la sostenibilidad en la agricultura, especialmente en comunidades rurales con limitados recursos y alto índice de dependencia de prácticas convencionales.

A lo largo de los años, algunas campañas de concientización ambiental se han desarrollado en Ecuador y en otros países de América Latina con el fin de informar a los agricultores sobre los beneficios de prácticas sostenibles. Un ejemplo destacado es la

campana “Agricultura Verde” de la FAO en colaboración con gobiernos locales, la cual ha difundido información sobre la agroecología y la conservación de los suelos mediante talleres, folletos informativos y redes sociales, alcanzando a miles de pequeños agricultores en la región andina (FAO, 2021). En Ecuador, la campana “Agroecología y Soberanía Alimentaria” impulsada por la ONG Acción Ecológica ha promovido el consumo de productos orgánicos y prácticas sostenibles a través de actividades en escuelas y comunidades rurales, además de una fuerte presencia en medios digitales (Acción Ecológica, 2021). Estas campanas han contribuido a sensibilizar a la población y han fomentado la adopción de prácticas sostenibles, aunque su impacto a largo plazo depende de una implementación más constante y el apoyo de políticas gubernamentales.

PROBLEMA

En la parroquia rural de Pintag, ubicada en la provincia de Pichincha, Ecuador, la agricultura es una actividad económica esencial que ha sostenido a las comunidades locales durante décadas. Sin embargo, la intensificación de las prácticas agrícolas en la región ha llevado al uso excesivo de fertilizantes y pesticidas químicos, lo cual se ha convertido en un problema ambiental serio (Melo & Cordero, 2020). Estas sustancias, utilizadas para mejorar la producción y controlar plagas, afectan la calidad y salud del suelo, reduciendo su capacidad de retención de nutrientes y agua. Además, el suelo degradado pierde microorganismos beneficiosos que son esenciales para su regeneración natural, lo que implica una mayor dependencia de insumos químicos y una disminución de la productividad a largo plazo (Zambrano & López, 2019). En consecuencia, la salud de los ecosistemas agrícolas en Pintag se ha deteriorado, afectando no solo a los productores sino también a los consumidores y al medio ambiente.

La contaminación de las fuentes de agua es otro de los efectos graves del uso excesivo de químicos en Pintag. Debido a la aplicación constante de fertilizantes y pesticidas, estas sustancias se filtran y llegan a las quebradas, ríos y acuíferos subterráneos, contaminando las aguas que luego son utilizadas para consumo humano, riego y otras actividades esenciales (González & Torres, 2021). La presencia de compuestos tóxicos en el agua no solo amenaza la salud de las comunidades locales, sino que también afecta a la fauna y flora acuática, alterando el equilibrio de los ecosistemas cercanos (Martínez et al., 2022). En el largo plazo, esta situación pone en riesgo la sostenibilidad del recurso hídrico en Pintag, un aspecto crítico en un contexto de cambio climático y fenómenos naturales adversos, que aumentan la vulnerabilidad de la región a sequías y otros eventos extremos.

A nivel de biodiversidad, el uso indiscriminado de pesticidas ha causado una disminución significativa en las poblaciones de especies beneficiosas, como los polinizadores y los predadores naturales de plagas (Vargas & Benítez, 2020). La desaparición de estas especies altera las relaciones ecológicas en la región, generando un aumento en la incidencia de plagas y enfermedades en los cultivos (Ruiz & García, 2019). Además, el impacto ambiental de las prácticas agrícolas insostenibles se extiende al ecosistema en general, afectando áreas naturales circundantes y provocando la pérdida de hábitats. La reducción de la biodiversidad no solo compromete la resiliencia del ecosistema, sino también el bienestar a largo plazo de la comunidad, que depende de la estabilidad ecológica para sostener sus medios de vida y su seguridad alimentaria. Estos impactos negativos en Pintag destacan la urgente necesidad de una transición hacia prácticas agrícolas sostenibles.

CONTEXTO

Pintag es una parroquia rural ubicada en el cantón Quito, en la provincia de Pichincha, Ecuador. Situada a una altitud de aproximadamente 3,000 metros sobre el nivel del mar,

Pintag presenta un clima templado y húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 8 y 20 grados Celsius, condiciones propicias para el desarrollo de actividades agrícolas (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2021). La población de Pintag está compuesta en su mayoría por agricultores y familias dedicadas a la ganadería y la producción de alimentos, con una fuerte conexión con la tierra y un enfoque en cultivos como papas, hortalizas y otros productos que abastecen a la región de Quito. En cuanto a la biodiversidad, Pintag alberga una flora diversa, que incluye especies como frailejones, paja de páramo y una variedad de arbustos nativos adaptados al clima de alta montaña. La fauna es igualmente rica, con especies como el conejo de páramo, el lobo andino y numerosas aves, incluyendo el colibrí, todas ellas dependientes de la conservación de los ecosistemas locales (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2022).

En el contexto de comunicación digital, Ecuador presenta un alto índice de usuarios de redes sociales, alcanzando un 76% de penetración de Internet en 2022, con Facebook, Instagram y WhatsApp siendo las plataformas más utilizadas para la comunicación e información (Asociación de Usuarios Digitales del Ecuador, 2022). En zonas rurales como Pintag, el uso de redes sociales ha incrementado en los últimos años, impulsado por programas de acceso a internet y la expansión de cobertura móvil, lo cual permite a las comunidades rurales participar en redes digitales y recibir información actualizada. Esto convierte a las redes sociales en una herramienta estratégica para la difusión de contenidos de concientización ambiental, con el potencial de llegar tanto a jóvenes como adultos en la región. La disponibilidad de estas plataformas facilita la implementación de campañas de concientización ambiental dirigidas a mejorar la sostenibilidad de las prácticas agrícolas y a promover la educación en conservación ambiental.

JUSTIFICACIÓN

Desde un enfoque epistemológico, la creación de esta campaña de concientización ambiental sobre prácticas agrícolas sostenibles contribuye significativamente a la construcción de nuevo conocimiento en el ámbito de la producción multimedia, permitiendo que la comunicación ambiental se integre con herramientas digitales para alcanzar un impacto real. A medida que la sociedad se enfrenta a problemas ambientales complejos, es esencial desarrollar medios de comunicación innovadores que no solo informen, sino que también eduquen e inspiren cambios de conducta en la audiencia. Al abordar temas de sostenibilidad agrícola en Pintag, esta campaña ayuda a desarrollar contenidos que combinan datos científicos con narrativas accesibles, haciendo que los conceptos ambientales sean comprensibles y relevantes para una audiencia diversa. En este sentido, la producción multimedia juega un rol clave en la creación de puentes entre el conocimiento científico y el público general, facilitando el acceso a información crítica y promoviendo el desarrollo de una ciudadanía ambientalmente consciente. Así, el proyecto se fundamenta en una visión de la producción multimedia como un medio para democratizar el conocimiento y promover una mayor comprensión de la sostenibilidad.

Desde una justificación técnica, la producción multimedia es una herramienta ideal para desarrollar una campaña de concientización en el contexto actual, en el que el acceso a la información se da principalmente a través de plataformas digitales. Las campañas de concientización a través de medios audiovisuales, gráficos e interactivos permiten captar la atención de diferentes grupos demográficos y adaptar los mensajes según los intereses y plataformas más relevantes para cada audiencia. Además, la producción multimedia ofrece una amplia gama de recursos técnicos, como el uso de gráficos animados, videos y redes sociales, que permiten presentar la información de manera atractiva y didáctica. A través de estos medios, es posible simplificar temas complejos, como la sostenibilidad agrícola, y

acercarlos a la población de manera efectiva. La disponibilidad de equipos y software para producción de calidad, así como la accesibilidad de plataformas de difusión como redes sociales, blogs y sitios web, hace viable el desarrollo y la expansión de la campaña, asegurando un alcance amplio y eficiente con recursos accesibles.

Finalmente, las motivaciones personales y profesionales de los autores están centradas en contribuir al cuidado del medioambiente mediante la creación de contenido multimedia que sensibilice a la comunidad sobre la importancia de prácticas agrícolas sostenibles. Desde una perspectiva personal, el deseo de preservar el entorno natural y de promover la sostenibilidad impulsa el compromiso de los autores de utilizar sus habilidades profesionales para aportar a esta causa. Como productores multimedia, existe la responsabilidad y el interés de emplear los conocimientos técnicos y creativos en beneficio de causas que impacten positivamente en la sociedad y el medioambiente. A nivel profesional, el proyecto representa una oportunidad para aplicar técnicas de producción multimedia en un contexto educativo y de concientización, generando contenido que no solo informa, sino que también motiva a los espectadores a actuar. Esta campaña no solo es un proyecto de difusión, sino una herramienta para generar un cambio real y contribuir a la construcción de un futuro más sostenible para comunidades como la de Pintag.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Crear una campaña transmedia de concientización ambiental sobre el Tema de Las Prácticas Agrícolas Insostenible en Pintag

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Describir las cualidades del problema ambiental de agricultura insostenible en Pintag 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.

- Postproducir 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

Para productores multimedia, la solución consiste en una campaña transmedia enfocada en la concientización sobre prácticas agrícolas sostenibles en Pintag, utilizando herramientas accesibles y estrategias. Se pueden crear videos cortos con mensajes claros y emotivos, producidos con software como DaVinci Resolve, y difundirlos en redes sociales populares como Facebook, Instagram y TikTok. Adicionalmente, diseñar infografías y publicaciones estáticas para reforzar los mensajes visuales y maximizar el alcance. Se sugiere desarrollar un folleto básico, impreso en materiales económicos, para distribuir en ferias locales, escuelas y centros comunitarios. Para la interacción digital, se puede implementar un recorrido virtual. Como actividad interactiva, se recomienda invitar a la comunidad a compartir prácticas sostenibles mediante un hashtag en redes sociales, incentivando la participación activa. Finalmente, las métricas de las redes sociales pueden emplearse para evaluar el impacto y ajustar la campaña en tiempo real. Este enfoque práctico, de bajo costo y

fácil implementación, permite generar impacto local, sensibilizando a la comunidad mientras se fortalecen las habilidades de los productores multimedia.

ALCANCE

La generación Z, nacida entre mediados de los 90 y 2010, es una población nativa digital, hiperconectada y orientada hacia valores sociales y ambientales. Este grupo se caracteriza por su dominio de plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube, que utilizan no solo para entretenimiento, sino como fuentes de información y espacios para promover causas sociales (Gómez & Pérez, 2022). En términos de preocupación ambiental, los integrantes de esta generación muestran un interés creciente en temas como el cambio climático y la sostenibilidad. Una encuesta global realizada por Deloitte (2021) indicó que el 43% de los jóvenes de la generación Z considera prioritario que las empresas implementen prácticas sostenibles. Por ello, las estrategias de comunicación dirigidas a este grupo deben ser visualmente impactantes, interactivas y auténticas, integrando narrativas que resalten los beneficios inmediatos de las acciones individuales y colectivas para la protección del medioambiente.

Para alcanzar un impacto diversificado, la campaña debe diseñarse para funcionar en múltiples canales de comunicación. Una estrategia multicanal permite llegar a diferentes subgrupos dentro de la generación Z y maximizar la efectividad del mensaje. En este sentido, la combinación de plataformas digitales (redes sociales, sitios web) con medios tradicionales (radios locales, eventos comunitarios) resulta esencial para asegurar la penetración del mensaje. Además, la campaña debe incluir elementos de interacción, como desafíos virales, videos breves con mensajes educativos y eventos en vivo, que inviten a la participación activa de los usuarios. Esta diversificación permite que la campaña no solo sensibilice, sino que también fomente la acción colectiva y la creación de comunidades digitales

comprometidas (Ramírez, 2021). De este modo, los mensajes llegarán tanto a la audiencia conectada como a sectores menos familiarizados con tecnologías digitales.

La narrativa transmedia es la solución más adecuada para esta campaña debido a su capacidad de integrar múltiples plataformas y formatos, permitiendo una experiencia cohesiva y participativa. Según Jenkins (2006), la transmedia no se limita a replicar el mismo contenido en diferentes medios, sino que distribuye fragmentos únicos de la narrativa en cada plataforma, incentivando la interacción del usuario y su compromiso con la historia. Esta estrategia permite abordar la complejidad del problema ambiental desde diferentes perspectivas, ofreciendo contenido educativo en redes sociales, videos inspiradores en YouTube y actividades prácticas a través de talleres comunitarios. Además, las narrativas transmedia permiten a los usuarios convertirse en cocreadores del mensaje, compartiendo sus historias y experiencias relacionadas con la sostenibilidad agrícola, lo cual es especialmente efectivo para la generación Z, que valora la autenticidad y la participación activa (Scolari, 2018).

Ejemplos exitosos de campañas transmedia demuestran su efectividad en conectar con audiencias jóvenes. Un caso destacado es la campaña de "La Hora del Planeta" de WWF, que combinó redes sociales, eventos físicos y narrativas digitales para involucrar a millones de personas en acciones ambientales concretas (WWF, 2022). Este enfoque permitió no solo aumentar la conciencia sobre el cambio climático, sino también motivar a las personas a actuar a nivel local. Para la campaña en Pintag, esta lógica transmedia facilitará integrar mensajes educativos, visuales y experienciales, logrando que el mensaje alcance tanto a la comunidad local como a audiencias digitales más amplias. El alcance de los principales componentes del proyecto se describe a continuación:

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:

Tab. 1. Pasos que compone la metodología propuesta.

Etapas	Pasos	Descripción
Comprender	Definición de Brief Creativo	Entrevistas con GAD Parroquial de Pintag 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 GAD Parroquial de Pintag. 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

Ambiental: Promover prácticas agrícolas sostenibles reducirá el uso de químicos, conservará el suelo y protegerá la biodiversidad local, disminuyendo la huella ecológica de la comunidad.

Político: La campaña puede influir en la creación o fortalecimiento de políticas públicas relacionadas con la sostenibilidad agrícola y la conservación del medioambiente en zonas rurales.

Social: Fomentará una mayor conciencia colectiva sobre la importancia del cuidado ambiental, promoviendo la colaboración entre agricultores, jóvenes y otras comunidades en Pintag.

Cultural: Reforzará la conexión de la comunidad con prácticas tradicionales y sostenibles, rescatando conocimientos ancestrales compatibles con el cuidado ambiental.

Económico: Al adoptar prácticas sostenibles, los agricultores podrán acceder a mercados de productos orgánicos y mejorar la rentabilidad de sus cultivos a largo plazo.

Legal: Generará mayor conocimiento sobre normativas relacionadas con la sostenibilidad, incentivando su cumplimiento y promoviendo el desarrollo de leyes más estrictas contra el uso excesivo de agroquímicos.

BENEFICIARIOS

Beneficiarios Directos

1. Agricultores de Pintag:
 - Serán capacitados e informados sobre prácticas agrícolas sostenibles.
 - Podrán mejorar la calidad del suelo y reducir su dependencia de insumos químicos.
2. GAD Parroquial de Pintag:
 - Recibirá herramientas para implementar la campaña, como materiales multimedia y productos interactivos.
3. Instituciones educativas locales:
 - Serán parte de las actividades de sensibilización, especialmente con materiales impresos y talleres.
4. Consumidores locales:
 - Tendrán acceso a productos agrícolas más saludables y libres de químicos.
5. Comunidad local de Pintag:
 - Beneficiada directamente por la mejora de la calidad ambiental, incluyendo la reducción de contaminación del agua y conservación de la biodiversidad.

6. Tecnológico Universitario Rumiñahui

Beneficiarios Indirectos

1. Gobierno Local y Nacional:
 - Obtendrán apoyo en la promoción de políticas públicas sobre sostenibilidad agrícola.
2. Organizaciones ambientales:
 - Podrán usar los resultados del proyecto como ejemplo de campañas efectivas de concientización ambiental.
3. Mercados de productos orgánicos:
 - Implementar la campaña transmedia de concientización ambiental a través de los medios establecidos en la planificación para llegar al grupo objetivo determinado.
 - Incremento en la oferta de productos cultivados de manera sostenible provenientes de Pintag.
4. Región circundante a Pintag:
 - Beneficiada por la mitigación de la contaminación ambiental y por la difusión del conocimiento sobre prácticas sostenibles.
5. Usuarios de redes sociales interesados en temas ambientales:
 - Accederán a información y contenido digital de calidad sobre sostenibilidad agrícola.
6. Biodiversidad local:
 - Mejorará su resiliencia gracias a la reducción de prácticas nocivas como el uso excesivo de agroquímicos.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Dir, L. M. F. J. (2024). Gestión comunitaria del agua, en base a los métodos de siembra y cosecha de agua, en comunidades de la parroquia La Merced, Guangopolo y Tumbaco, asentadas en el Volcán Ilaló. Repositorio UASB Ecuador.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/10118>
- 2) Vista de Seguridad Alimentaria y Producción Agrícola Sostenible en Ecuador. (s. f.). Recuperado de <https://revistaczambos.utelvtsd.edu.ec/index.php/home/article/view/35/73>
- 3) Acción Ecológica. (2021). Agroecología y Soberanía Alimentaria: Estrategias para un Ecuador Sostenible. Acción Ecológica.
- 4) Asociación de Usuarios Digitales del Ecuador. (2022). Informe de redes sociales y conectividad en Ecuador 2022. Aude.ec.
- 5) Deloitte. (2021). Millennials y Generación Z: La importancia de la sostenibilidad en el consumo.
- 6) FAO. (2020). El Estado de los Recursos de Suelo en el Mundo: Resumen técnico. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- 7) FAO. (2021). Agricultura Verde: Estrategias y Casos de Éxito en América Latina. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- 8) FAO. (2022). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2022. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- 9) Gómez, C., & Pérez, L. (2022). Generación Z: Comunicación digital y compromiso ambiental. *Revista Comunicación y Sociedad*, 34(1), 45-60.
- 10) González, L., & Torres, M. (2021). Efectos de la contaminación agrícola en los recursos hídricos de comunidades rurales. *Revista de Ciencias Ambientales*, 8(2), 113-125.
- 11) Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2021). Informe demográfico y económico de las zonas rurales en Pichincha. INEC.

- 12) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2022). Encuesta Nacional Agropecuaria: Reporte estadístico sobre prácticas sostenibles en Ecuador. INEC.
- 13) Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- 14) Martínez, A., Ramírez, J., & Gómez, S. (2022). Impacto de los fertilizantes químicos en la calidad del agua en regiones agrícolas. *Estudios Ambientales de América Latina*, 14(3), 52-67.
- 15) Melo, J., & Cordero, F. (2020). Degradación del suelo por prácticas agrícolas insostenibles en comunidades andinas. *Revista Andina de Ciencias Ambientales*, 12(1), 89-101.
- 16) Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Programa Nacional de Agroecología: Resultados e Impacto*. MAG.
- 17) Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2021). *Informe de prácticas agrícolas sostenibles en Ecuador: avances y desafíos*. MAATE.
- 18) Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022). *Biodiversidad y conservación en el páramo ecuatoriano*. MAATE.
- 19) Ramírez, J. (2021). *Estrategias de comunicación digital multicanal*. Ediciones Uniandes.
- 20) Ruiz, R., & García, P. (2019). La biodiversidad y su relación con la agricultura sostenible en Ecuador. *Ecuadorian Journal of Ecology*, 5(1), 29-42.
- 21) Scolari, C. A. (2018). *Narrativas Transmedia: Claves para la nueva comunicación digital*. Gedisa.
- 22) Vargas, M., & Benítez, C. (2020). Pérdida de biodiversidad en sistemas agrícolas intensivos: Un enfoque en los polinizadores. *Revista Latinoamericana de Biodiversidad*, 6(2), 233-248.

[illegible]

[illegible]

NOMBRE DEL TRABAJO: Campaña Transmedia “PINTAG VERDE”																										
AUTOR: CARLOS CRUZ; JESUS UVIDIA; BRIAN MANOBANDA																										
TUTOR: Ing. Eduardo Cadena Mg.																										
FECHA: 28 – 02 - 2025																										
RUBROS					GASTOS POR SEMANA																				GASTO TOTAL	
N°	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																										
1.1	Computadora de escritorio	1	2000	2000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2000		
1.2	Cámara Canon 450 D	1	300	300										X	X	X	X	X					300			
1.3	Celular Galaxy S24 Ultra	1	1200	1200										X	X	X	X	X					1200			
1.4	Trípode	1	30	30										X	X	X	X	X					30			

[illegible]

