



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 la contaminación
Del río y parque San Pedro

Autor/s: Isabella Arely Valladares Chiluisa

Tutor: Mg. Eduardo Cadena

Fecha: Marzo 2025



Autor:



Isabella Arely Valladares Chiluisa

Título a obtener: Tecnólogo superior en Producción Multimedia

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: isabella.valladares@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

Isabella Arely Valladares Chiluisa

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 12 de Marzo 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, Isabella Arely Valladares Chiluisa declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Campaña Transmedia para la concientización ambiental de la contaminación del río y parque San Pedro, 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,



Isabella Arely Valladares Chiluisa
C.I.: 1727877283

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:

ISABELLA ARELY VALLADARES CHILUISA

TUTOR:

MG. EDUARDO CADENA

CONTACTO ESTUDIANTE:

0998051293

CORREO ELECTRÓNICO:

arelychavela084@gmail.com

TEMA:

CAMPAÑA TRASMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE LA
CONTAMINACIÓN DEL RÍO Y PARQUE SAN PEDRO

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

La contaminación ambiental en Ecuador ha aumentado debido al crecimiento urbano, la industrialización y las prácticas agrícolas insostenibles. Un 60% de los ríos y lagos del país superan los niveles permitidos de contaminación, afectando el consumo humano y la vida acuática. La falta de educación ambiental ha limitado la participación ciudadana en iniciativas de conservación. Aunque se han desarrollado campañas como "Cuidemos el Agua" y "Recicla y Hazlo Bien", su impacto ha sido limitado por la falta de recursos y cobertura en zonas rurales.

El cantón Rumiñahui enfrenta problemas ambientales significativos debido al crecimiento urbano desordenado y la falta de infraestructura para el tratamiento de residuos. La contaminación del río San Pedro y el Parque San Pedro en Sangolquí ha afectado la biodiversidad, dañando hábitats acuáticos y especies locales. El turismo y las actividades industriales han agravado la situación, mientras que la escasez de políticas ambientales y educación impide un cambio sostenible.

Para abordar este problema, se propone una campaña transmedia de concientización ambiental. Aprovechando plataformas digitales como redes sociales, videos educativos y realidad aumentada, se busca sensibilizar a la población sobre la contaminación y promover acciones sostenibles. La campaña está dirigida principalmente a la Generación Z, aprovechando su afinidad con las tecnologías digitales.

El enfoque metodológico sigue el modelo de diseño de Ambrose & Harris, abarcando desde la investigación hasta la implementación de contenidos multimedia. Con esta estrategia, se espera generar un impacto positivo en la conservación del río San Pedro y sus alrededores.

PALABRAS CLAVE:

CUIDADO AMBIENTAL

MEDIO AMBIENTE

CONSERVACIÓN

PATRIMONIO NATURAL

TRASNMEDIA

ABSTRACT:

Environmental pollution in Ecuador has increased due to urban growth, industrialization, and unsustainable agricultural practices. Sixty percent of the country's rivers and lakes exceed permitted pollution levels, affecting human consumption and aquatic life. A lack of environmental education has limited citizen participation in conservation initiatives. Although campaigns such as "Let's Take Care of Water" and "Recycle and Do It Right" have been developed, their impact has been limited by a lack of resources and coverage in rural areas.

The Rumiñahui canton faces significant environmental problems due to uncontrolled urban growth and a lack of waste treatment infrastructure. Pollution of the San Pedro River and San Pedro Park in Sangolquí has affected biodiversity, damaging aquatic habitats and local species. Tourism and industrial activities have exacerbated the situation, while a lack of environmental policies and education impedes sustainable change.

To address this problem, a transmedia environmental awareness campaign is proposed. By leveraging digital platforms such as social media, educational videos, and augmented reality, the campaign seeks to raise awareness about pollution and promote sustainable actions. The campaign is primarily aimed at Generation Z, leveraging their affinity with digital technologies.

The methodological approach follows the Ambrose & Harris design model, encompassing everything from research to the implementation of multimedia content. This strategy is expected to have a positive impact on the conservation of the San Pedro River and its surrounding areas.

PALABRAS CLAVE:

ENVIRONMENTAL CARE

ENVIRONMENT

CONSERVATION

NATURAL HERITAGE

TRANSMEDIA

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 12 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: Isabella Arely Valladares Chiluisa, con C.I.: 1727877183 alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR PRODUCCION MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1727877183

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 TRANSEMDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL
DE LA CONTAMINACIÓN DEL RÍO Y PARQUE SAN PEDRO

Dedicatoria:

Con gran gratitud y cariño, dedico este trabajo a mis padres, cuyo amor, apoyo incondicional y enseñanzas han sido la base de mi formación. A mi hermana, por ser mi compañera de vida y mi fuente de inspiración en los momentos más difíciles.

A mis maestros, quienes con su paciencia y compromiso han guiado mi camino académico, y de manera especial a mi maestro tutor, cuyo asesoramiento y dedicación han sido fundamentales para la realización de este proyecto.

Extiendo también mi gratitud al Colegio Lev Vigotsky, por brindarme las herramientas y el espacio para crecer intelectualmente, y por su valiosa colaboración y participación en este trabajo.

A todos ustedes, gracias por ser parte de este proceso y por ayudarme a cumplir esta meta.

Agradecimientos:

Primeramente doy gracias a Dios por permitirme tener esta experiencia dentro de mi universitario y llegar a este momento, gracias a mi universitario Rumiñahui por permitirme convertirme en un profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado este grupo de graduados, y como recuerdo y prueba viviente en la historia; esta tesis, que perdurará dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Resumen:

La contaminación ambiental en Ecuador ha aumentado debido al crecimiento urbano, la industrialización y las prácticas agrícolas insostenibles. Un 60% de los ríos y lagos del país superan los niveles permitidos de contaminación, afectando el consumo humano y la vida acuática. La falta de educación ambiental ha limitado la participación ciudadana en iniciativas de conservación. Aunque se han desarrollado campañas como "Cuidemos el Agua" y "Recicla y Hazlo Bien", su impacto ha sido limitado por la falta de recursos y cobertura en zonas rurales.

El cantón Rumiñahui enfrenta problemas ambientales significativos debido al crecimiento urbano desordenado y la falta de infraestructura para el tratamiento de residuos. La contaminación del río San Pedro y el Parque San Pedro en Sangolquí ha afectado la biodiversidad, dañando hábitats acuáticos y especies locales. El turismo y las actividades industriales han agravado la situación, mientras que la escasez de políticas ambientales y educación impide un cambio sostenible.

Para abordar este problema, se propone una campaña transmedia de concientización ambiental. Aprovechando plataformas digitales como redes sociales, videos educativos y realidad aumentada, se busca sensibilizar a la población sobre la contaminación y promover acciones sostenibles. La campaña está dirigida principalmente a la Generación Z, aprovechando su afinidad con las tecnologías digitales.

El enfoque metodológico sigue el modelo de diseño de Ambrose & Harris, abarcando desde la investigación hasta la implementación de contenidos multimedia. Con esta estrategia, se espera generar un impacto positivo en la conservación del río San Pedro y sus alrededores.

Palabras claves:

Cuidado ambiental

Medio ambiente

Conservación

Patrimonio natural

Trasnmedia

Abstract:

Environmental pollution in Ecuador has increased due to urban growth, industrialization, and unsustainable agricultural practices. Sixty percent of the country's rivers and lakes exceed permitted pollution levels, affecting human consumption and aquatic life. A lack of environmental education has limited citizen participation in conservation initiatives. Although campaigns such as "Let's Take Care of Water" and "Recycle and Do It Right" have been developed, their impact has been limited by a lack of resources and coverage in rural areas.

The Rumiñahui canton faces significant environmental problems due to uncontrolled urban growth and a lack of waste treatment infrastructure. Pollution of the San Pedro River and San Pedro Park in Sangolquí has affected biodiversity, damaging aquatic habitats and local species. Tourism and industrial activities have exacerbated the situation, while a lack of environmental policies and education impedes sustainable change.

To address this problem, a transmedia environmental awareness campaign is proposed. By leveraging digital platforms such as social media, educational videos, and augmented reality, the campaign seeks to raise awareness about pollution and promote sustainable actions. The campaign is primarily aimed at Generation Z, leveraging their affinity with digital technologies.

The methodological approach follows the Ambrose & Harris design model, encompassing everything from research to the implementation of multimedia content. This strategy is expected to have a positive impact on the conservation of the San Pedro River and its surrounding areas.

Keywords:

Environmental care

Environment

Conservation

Natural heritage

Transmedia

Índice de contenido:

Antecedentes.		1
Problema		2
Contexto.		3
Justificación.		4
Objetivos		5
Solución		6
Alcance.		7
Materiales y Métodos		8
Impacto		9
Beneficiarios.		10
Bibliografía.		11
Anexos.		12

1. DESCRIPCIÓN

ANTECEDENTES

La contaminación ambiental en Ecuador ha sido un problema creciente desde las últimas décadas del siglo XX debido a la expansión urbana, el aumento de la industria y las prácticas agrícolas insostenibles. Según el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador (MAATE), los ríos y cuerpos de agua del país han sufrido una degradación significativa debido al vertido de desechos industriales, químicos y residuos domésticos. A nivel nacional, el 60% de los ríos y lagos presentan niveles de contaminación que exceden los límites permitidos para consumo humano y la vida acuática. (MAATE, 2023). En cuanto a la educación ambiental, la falta de conciencia y formación en este campo ha sido un factor determinante para la persistencia del problema. La formación en temas ambientales sigue siendo insuficiente en muchas áreas rurales y urbanas del país, lo que contribuye a la escasa participación de la población en iniciativas de conservación. (Ecuavisa, 2022).

En respuesta a la problemática, se han llevado a cabo diversas campañas de concientización ambiental, pero su efectividad ha sido limitada por factores como la falta de recursos y la escasa cobertura en zonas rurales. Entre las campañas más destacadas se encuentran iniciativas como "Cuidemos el Agua" y "Recicla y Hazlo Bien", lanzadas por el Gobierno Nacional y diversas ONG. La campaña "Cuidemos el Agua", iniciada en 2019, tuvo como objetivo sensibilizar a la población sobre el uso adecuado y responsable del agua, promoviendo prácticas como la reforestación y el ahorro de agua en hogares y empresas. Sin embargo, a pesar de su buena recepción en ciudades como Quito y Guayaquil, la difusión en provincias más remotas fue limitada. (Ecuador, 2021). Por otro lado, "Recicla y Hazlo Bien" fue una campaña lanzada en 2021 por el Ministerio del Ambiente, que buscó reducir los niveles de basura en los parques y cuerpos de agua a través de la educación y la instalación de puntos de reciclaje (Romero, 2023).

Aunque las campañas mencionadas han sido importantes, su alcance aún es insuficiente para generar cambios profundos en los hábitos de la población. En este sentido, el modelo de educación ambiental en Ecuador ha sido cuestionado por su falta de enfoque en la práctica y la aplicación concreta de medidas preventivas. El modelo tradicional de "información y sensibilización" ha mostrado limitaciones para cambiar conductas a largo plazo. A nivel local, especialmente en el cantón Rumiñahui, se han realizado esfuerzos para restaurar ecosistemas mediante campañas como "Vivir Verde" en 2022, que promovió el cuidado de los ríos y las áreas protegidas de la región. Sin embargo, estas iniciativas también se han visto obstaculizadas por la falta de infraestructura adecuada para la gestión de residuos y el escaso involucramiento de las autoridades locales en el seguimiento de las actividades. La sostenibilidad de las campañas ha sido otro desafío, pues no se ha logrado integrar de manera efectiva a las comunidades en la gestión y monitoreo de los proyectos ambientales a largo plazo. (Gonzales, 2023).

PROBLEMA

En Ecuador, la contaminación ambiental es un problema grave que afecta a diversos ecosistemas y comunidades. La falta de políticas efectivas y la sobreexplotación de recursos naturales han intensificado la degradación ambiental, particularmente en zonas urbanas y rurales. Las actividades industriales, agrícolas y mineras han contribuido significativamente a la contaminación del suelo, agua y aire, provocando una serie de impactos ambientales y sociales. La falta de una educación ambiental sólida y de campañas de concientización limita la capacidad de la población para gestionar de manera sostenible los recursos naturales y comprender las consecuencias de la degradación ambiental (Sánchez G. T., 2019). Ha sido un problema crítico a nivel mundial debido a sus efectos negativos en los ecosistemas y la salud humana. En Ecuador, este fenómeno se ha intensificado en áreas urbanas y rurales, incluyendo el cantón Rumiñahui, donde la contaminación de parques y áreas naturales refleja la necesidad de acciones urgentes. Estudios recientes han señalado que la expansión urbana y el turismo contribuyen a la degradación de estos espacios, afectando la calidad del agua, el suelo y el aire (Montalvo, 2022).

En el caso específico del cantón Rumiñahui, la contaminación se ve agravada por el crecimiento urbano y la falta de una adecuada planificación territorial. Este cantón, cercano a Quito, enfrenta la presión de actividades agrícolas e industriales que producen residuos contaminantes, afectando tanto los cuerpos de agua como el suelo. (Falconí, 2020). La falta de infraestructura adecuada para el tratamiento de residuos sólidos y la escasa regulación sobre la contaminación del agua empeoran la situación. Esto representa una amenaza para la biodiversidad y la salud de los habitantes, quienes enfrentan problemas respiratorios y de calidad de vida debido a la exposición continua a contaminantes, la falta de políticas ambientales sólidas y de educación ambiental en la población local agrava la situación, ya que muchos desconocen el impacto que sus actividades diarias tienen en el entorno natural (Ambiente M. d., 2022).

La polución ambiental y la educación juegan un papel crucial para mitigar estos problemas. En Ecuador, las políticas de educación ambiental han sido limitadas en alcance y efectividad, y existe una necesidad apremiante de fortalecer estas iniciativas, especialmente a nivel local, para proteger los recursos naturales y fomentar prácticas sostenibles. Invertir en campañas de educación y sensibilización puede ayudar a reducir el impacto de la contaminación y promover una mayor participación comunitaria en la preservación ambiental. (Jijón, 2020). La falta de conciencia y educación ambiental no solo aumenta el deterioro ecológico, sino que limita la capacidad de los ciudadanos para exigir y promover cambios significativos en la gestión de los recursos naturales del país (Deng, 2020). Un problema de crecimiento urbano no planificado ha incrementado la emisión de contaminantes atmosféricos, generando problemas respiratorios entre los habitantes, especialmente en grupos vulnerables (Rodríguez, 2019).

CONTEXTO

El **río San Pedro** y el **Parque San Pedro** en Sangolquí, cantón Rumiñahui, se enfrentan a una creciente problemática ambiental vinculada a la contaminación del agua y la degradación de sus ecosistemas. Sangolquí, con alrededor de 50,000 habitantes, se caracteriza por su urbanización en constante expansión, lo que ha incrementado la contaminación del río debido al vertido de aguas residuales y desechos industriales sin un adecuado tratamiento. Geográficamente, el río San Pedro nace en las laderas de los Andes y fluye a través del Valle de Los Chillos, siendo una de las principales fuentes de agua para las comunidades locales, pero su calidad se ha visto deteriorada por el incremento de la población y las actividades humanas.(Pérez, 2022). El Parque San Pedro, ubicado en las cercanías del río, es un espacio verde que alberga una variedad de flora nativa, como árboles de eucalipto, quina, sauces y plantas de la región andina. Sin embargo, la contaminación del río ha afectado gravemente la fauna local. Especies como la trucha arco iris, el pez *Astyanax* y diferentes tipos de aves migratorias y anfibios, como ranas y sapos, han experimentado una disminución en su población debido al deterioro de su hábitat acuático. (Gomez, 2023).

En Ecuador, el contexto de la comunicación digital se caracteriza por un uso creciente y diversificado de internet y redes sociales. Según datos oficiales, el acceso a internet a nivel nacional alcanzó el 86,1% en 2020, con mayor prevalencia en zonas urbanas (87,6%) frente a las rurales (81,7%). Este crecimiento refleja un aumento de 11,5 puntos porcentuales respecto al año anterior. En cuanto a las redes sociales, el 91% de usuarios de teléfonos inteligentes las utiliza regularmente, destacándose Facebook e Instagram como las plataformas más populares. Además, el acceso móvil es predominante, lo que evidencia la dependencia del teléfono inteligente como medio principal de conexión. (INEC, 2020). Paralelamente, los medios alternativos de comunicación, como blogs y canales digitales, han ganado espacio al ofrecer información específica y formatos adaptados a las nuevas dinámicas digitales. Sin embargo, persisten brechas digitales, especialmente por factores geográficos y socioeconómicos, que limitan el acceso equitativo en áreas rurales y para grupos vulnerables. Este panorama sitúa a la comunicación digital en Ecuador como una herramienta clave para la transformación social, económica y educativa del país, pero también resalta desafíos para garantizar su democratización plena. (MINTEL, 2023).

JUSTIFICACIÓN

A través de esta campaña, se busca educar a la población sobre las consecuencias de la contaminación en la salud y en el medio ambiente, de esta forma, se pretende no solo reducir la contaminación, sino también fortalecer una cultura de respeto y responsabilidad hacia la naturaleza, asegurando un entorno sano para las futuras generaciones. Al fomentar la educación ambiental, se aspira a que las personas comprendan la importancia de su rol en la preservación del medio ambiente y adopten prácticas sostenibles en su vida cotidiana. Con información sobre el impacto de la basura, la degradación de espacios naturales y el consumo desmedido de recursos, la campaña desea sensibilizar a la población sobre la necesidad de un cambio hacia un estilo de vida más responsable y respetuoso con el medio ambiente.

Desde el punto de vista técnico, la viabilidad de desarrollar una campaña de concientización ambiental en Ecuador a través de la producción multimedia es elevada, considerando los avances tecnológicos y las herramientas de comunicación disponibles en la actualidad. Ecuador cuenta con una alta penetración de internet y el uso de redes sociales, lo que facilita la difusión de contenidos multimedia entre diferentes grupos poblacionales. Plataformas como YouTube, Instagram, Facebook y TikTok ofrecen canales accesibles para que los mensajes de la campaña lleguen a un público amplio y diverso. Además, el uso de imágenes impactantes, videos educativos y testimonios visuales es una estrategia probada para sensibilizar y educar sobre la importancia de la conservación ambiental. La combinación de los medios tradicionales con nuevas tecnologías hace que esta campaña sea accesible, adaptable y eficiente para alcanzar a una audiencia diversa, convirtiéndose en un proyecto viable tanto técnica como logísticamente.

A nivel personal y profesional, la autora de esta campaña están motivados por el compromiso con la preservación del medio ambiente y el uso de la comunicación como herramienta de cambio social. Como profesional de la comunicación y la producción audiovisual, han identificado en la narrativa visual un medio poderoso para sensibilizar a las audiencias sobre problemas ambientales cruciales, como la contaminación de los ecosistemas de Rumiñahui. A lo largo de sus trayectorias, han sido testigos de la creciente necesidad de desarrollar iniciativas educativas y de sensibilización que no solo informen, sino que también generen un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia la naturaleza finalizan con la motivación personal de la autora que es obtener el título como Tecnología superior en la carrera de Producción Multimedia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Crear una campaña transmedia de concientización ambiental sobre el tema Campaña Transmedia para la contaminación del río y parque San Pedro

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Describir las cualidades del problema ambiental de San Pedro 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

La narrativa transmedia resulta altamente adecuada para campañas de concientización ambiental debido a su capacidad para generar universos narrativos amplios que conectan emocionalmente con diversos públicos. Según Jenkins (2006), esta técnica permite distribuir elementos de una historia a través de múltiples plataformas, manteniendo la coherencia y potenciando la participación activa del usuario. Esto es crucial en temáticas ambientales, ya que facilita la comprensión de problemas complejos como la contaminación, integrando datos científicos en narrativas accesibles y atractivas (H, 2006). Además, fomenta el compromiso de las audiencias al permitirles interactuar con los contenidos, volviéndose agentes del cambio ambiental. Ejemplos como la campaña transmedia “La Otra Navidad” de IKEA, que utilizó anuncios, experimentos sociales y redes sociales para generar reflexiones sobre el consumo responsable, destacan cómo estas estrategias logran resonar profundamente en la audiencia, impactando sus comportamientos y decisiones (UNIR, 2020).

Asimismo, las campañas transmedia logran ampliar su impacto al utilizar formatos adaptados a cada medio, desde videos educativos en redes sociales hasta actividades participativas en comunidades locales. Esto crea un ecosistema comunicativo donde los contenidos se enriquecen mutuamente, aumentando su alcance y efectividad. La serie española *Águila Roja* y campañas como la de “La Casa de Papel” han demostrado cómo las narrativas multiplataforma consolidan comunidades activas alrededor de temas comunes, fomentando el sentido de pertenencia y acción colectiva. En contextos ambientales, esta técnica permite abordar audiencias diversas, desde jóvenes usuarios digitales hasta comunidades rurales, adaptando mensajes según sus realidades y preferencias, lo cual es fundamental para enfrentar problemáticas locales como las de Rumiñahui (UNIR, 2021).

Tab.1. Productos que componen la campaña transmedia.

Producto	Descripción, técnica
Video Storytelling	V – H / 60" / H264 / 30 fps
Material Editorial	PDF / Revista / A4/ Couché
Recorrido virtual 3D	H / 16:9/ Spatial
Portal Web	Responsive / html5
Producto AR	A6 / AR: H 264 / 60" / 16:9
Contenido de Redes	1:1/ 9:16/ 4:3

ALCANCE

La generación Z, nacida entre 1995 y 2010, se caracteriza por su dominio de las tecnologías digitales y su inclinación por causas sociales, especialmente la sostenibilidad ambiental. Como nativos digitales, utilizan plataformas como TikTok, Instagram y YouTube para informarse y movilizar a sus comunidades en temas clave. Su preocupación por la crisis climática se refleja en la adopción de estilos de vida sostenibles y en la demanda de responsabilidad ambiental por parte de empresas y gobiernos. Estos jóvenes son propensos a experimentar ansiedad climática, pero también están motivados a actuar a través de iniciativas creativas y colaborativas en el ámbito digital (Municipal, 2023). Además, valoran el contenido interactivo y auténtico, lo que exige estrategias de comunicación que resuenen emocionalmente con sus intereses y valores. (Economic, 2023).

Una campaña ambiental dirigida a la generación Z debe integrar medios diversificados para maximizar su alcance. Es esencial incluir redes sociales visuales como Instagram y TikTok, priorizando contenido breve, interactivo y visualmente atractivo. Además, debe incorporar estrategias de gamificación y colaboración con influencers para aumentar el compromiso. Integrar herramientas educativas, como infografías y webinars, ayudará a transformar la preocupación en acción concreta. (Gen-Z, 2024). Por otro lado, el enfoque debe ser auténtico y alineado con valores sostenibles, evitando el greenwashing. La campaña debe extenderse a eventos presenciales como ferias locales, promoviendo la acción directa en comunidades específicas. Finalmente, la evaluación continua a través de métricas digitales permitirá ajustar la estrategia y mejorar el impacto (Economic, 2023).

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 compresion 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 generacion se amplificarán ideas y propuestas, se desarrolaran 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. 2. Pasos que compone la metodología propuesta.

Etapas	Pasos	Descripción
Comprender	Definición de Brief Creativo	Entrevistas con la Unidad Educativa Levy Vygotsky 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 las autoridades de la Unidad Educativa. 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

Impacto de la campaña de concientización ambiental sobre la contaminación y la falta de educación ambiental en Ecuador y el cantón Rumiñahui

- **Ámbito ambiental**
 - Reducción de la contaminación: La campaña puede fomentar prácticas más sostenibles, como el reciclaje, la reducción de residuos y la limpieza de espacios públicos, disminuyendo así los niveles de contaminación en el cantón.
 - Conservación de ecosistemas: Con mayor conciencia, la población podría participar en iniciativas de reforestación y cuidado de áreas verdes, promoviendo la protección de la biodiversidad local.
 - Uso responsable de recursos: Al educar sobre el impacto del consumo excesivo, la campaña impulsará el uso eficiente del agua, la energía y otros recursos naturales.
- **Ámbito político**
 - Impulso a políticas públicas: Al sensibilizar a la población, se puede generar presión social para que las autoridades implementen o refuercen políticas ambientales, como la regulación de residuos y la protección de áreas naturales.
 - Participación ciudadana: La campaña puede motivar a los ciudadanos a involucrarse en la toma de decisiones, asistiendo a consultas públicas o participando en proyectos municipales.
 - Visibilidad para líderes ambientales: Se podría dar protagonismo a activistas y organizaciones locales, fortaleciendo su capacidad de incidir en las agendas políticas.
- **Ámbito social**
 - Transformación de hábitos: La difusión de información clara y accesible podría generar un cambio en los comportamientos cotidianos, como evitar arrojar basura en espacios públicos.
 - Fortalecimiento del tejido social: Las actividades colectivas, como talleres y jornadas de limpieza, pueden unir a la comunidad en torno a un objetivo común, fomentando la solidaridad.
 - Reducción de desigualdades: Una mayor educación ambiental puede llegar a grupos vulnerables, mejorando su calidad de vida mediante el acceso a conocimientos que los empoderen para cuidar su entorno.
- **Ámbito cultural**
 - Revalorización de tradiciones: La campaña puede rescatar prácticas ancestrales de respeto y cuidado por la naturaleza, integrándolas en la cultura moderna.
 - Cambio en la percepción del medio ambiente: Al destacar la importancia de los recursos naturales como parte de la identidad local, se puede fomentar un sentido de orgullo por la riqueza ambiental del cantón.
 - Creación de una nueva normalidad: Al sensibilizar a generaciones jóvenes, la campaña contribuirá a establecer la sostenibilidad como un valor fundamental en la cultura local.

- **Ámbito Económico**

- Reducción de costos municipales: La disminución de la contaminación podría aliviar la carga económica del manejo de residuos y limpieza de espacios públicos.
- Impulso al ecoturismo: Un entorno más limpio y atractivo puede posicionar al cantón como un destino turístico, generando ingresos y empleos para la comunidad.
- Fomento de negocios sostenibles: Al concientizar sobre el impacto ambiental, se puede incentivar la creación de empresas ecológicas, como recicladoras o productores de energía renovable.

- **Ámbito legal**

- Mayor cumplimiento de normativas: Con una población más educada, es probable que se respete mejor la legislación ambiental existente, reduciendo infracciones como la quema de basura o la contaminación de cuerpos de agua.
- Generación de nuevas leyes: El aumento de la conciencia podría motivar a las autoridades a implementar nuevas regulaciones o sanciones más estrictas para proteger el medio ambiente.
- Refuerzo institucional: La campaña podría evidenciar la necesidad de fortalecer instituciones encargadas de la gestión ambiental, dotándolas de más recursos y herramientas legales.

BENEFICIARIOS

Beneficiarios directos:

- Universitario Rumiñahui
- Estudiantes en proceso de titulación
- Docentes en proceso de investigación
- Unidad Educativa Levy Vygotsky

Beneficiarios indirectos:

- Comunidad del sector
- Fauna
- Turistas
- Deportistas que van al parque
- Moradores de la localidad de San Pedro de Taboada

BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, J., & Romero, S. (2023). "Recicla y Hazlo Bien": Un análisis de la campaña gubernamental sobre reciclaje y su impacto en la sociedad ecuatoriana.
- Cambridge Core. (2018). Estrategias de comunicación transmedia en campañas políticas: Los casos de Colombia y México en las elecciones presidenciales de 2018. *Latin American Research Review*.
- Deng, Q., Alvarado, R., Toledo, E., & Caraguay, L. (2020). *Greenhouse gas emissions, non-renewable energy consumption, and output in South America: the role of the productive structure*. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(13), 14477–14491. Disponible en: <https://revistas.unl.edu.ec>
- Ecológica. Recuperado de <https://www.ambiente.gob.ec>
- González, M. (2023). Análisis de la sostenibilidad de las campañas de conservación en el cantón Rumiñahui. *Revista Ecuatoriana de Educación Ambiental*, 9(2), 45-60.
- Ecuavisa. (2022). La contaminación de los ríos del Ecuador: Un desafío aún pendiente. Recuperado de <https://www.ecuavisa.com>
- Falconí, F., Burbano, R., & Cango, P. (2020). *La discutible curva de Kuznets*. FLACSO. Disponible en: <https://revistas.flacso.edu.ec>
- Gómez, R., & Ruiz, V. (2023). **Efectos de la contaminación hídrica en los ecosistemas de los valles andinos: El caso del río San Pedro en Sangolquí**. *Revista Ecuatoriana de Ecología*, 17(2), 47-61. Recuperado de <https://www.ecuador-ecologia.com>
- Pérez, L., & Martínez, S. (2022). **La contaminación en los parques urbanos de Ecuador y su impacto en la biodiversidad: Un análisis del Parque San Pedro en Sangolquí**. *Revista de Ciencias Ambientales y Naturales*, 31(4), 115-129. Recuperado de <https://www.cienciasambientales.ec>
- Guanoquiza Tello, L., & Antúnez Sánchez, A. (2019). *La contaminación ambiental en los acuíferos de Ecuador. Necesidad de su reversión desde las políticas públicas con enfoque bioético*. *Revista Iberoamericana de Bioeconomía y Cambio Climático*, 5(9), 1053–1102. Disponible en: <https://doi.org/10.5377/ribcc.v5i9.7946>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). **Encuesta Nacional sobre Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC**. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. Technology Review.
- Landázuri, H., & Jijón, C. (2020). *El medio ambiente en el Ecuador*. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. Disponible en: <https://ilas.edu.ec>

- MAATE. (2023). *Indicadores de calidad ambiental en Ecuador: Informe 2022*. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. Recuperado de <https://www.ambiente.gob.ec>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL). (2023). **91% de ecuatorianos utiliza las redes sociales en su teléfono inteligente**. Recuperado de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec>
- Ministerio del Ambiente (MAATE). (2022). *Informe sobre la calidad del agua en Ecuador y las políticas de conservación de ríos y parques nacionales*. Recuperado de <https://www.ambiente.gob.ec>
- *Revista de Gestión Ambiental*, 12(3), 77-93. Gobierno de Ecuador. (2021). *Informe de las campañas nacionales de concientización ambiental 2020-2021*. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586–594.
- Transmedia Journalism. (2013). What is transmedia storytelling? Recuperado de transmediajournalism.org.
- □ Falconí, F., Burbano, R., & Cango, P. (2020). *La discutible curva de Kuznets*. FLACSO. Disponible en: <https://revistas.flacso.edu.ec>
- □ Foro Económico Mundial. (2023). *How to help Gen Z turn climate anxiety into action*. Recuperado de <https://www.weforum.org>
- □ Gen-Z for Change. (2024). *Home*. Recuperado de <https://www.genzforchange.org>
- □ Guanoquiza Tello, L., & Antúnez Sánchez, A. (2019). *La contaminación ambiental en los acuíferos de Ecuador. Necesidad de su reversión desde las políticas públicas con enfoque bioético*. *Revista Iberoamericana de Bioeconomía y Cambio Climático*, 5(9), 1053–1102. Disponible en: <https://doi.org/10.5377/ribcc.v5i9.7946>
- □ Landázuri, H., & Jijón, C. (2020). *El medio ambiente en el Ecuador*. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. Disponible en: <https://ilas.edu.ec>
- □ Rodríguez-Guerra, A., & Cuví, N. (2019). *Contaminación del Aire y Justicia Ambiental en Quito, Ecuador*. *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 8(3), 13–46. Disponible en: <http://periodicos.unievangelica.edu.br/fronteiras>
- □ World Economic Forum. (2023). *How does digital media really affect us?*. Recuperado de <https://www.weforum.org>

ANEXOS

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Ing. Eduardo Cadena Mg.

TUTOR DE FIRMA DEL PROFESOR

Ing. Marjory Cortez Mg.

Coordinadora de la Carrera de Producción Multimedia



Isabella Arely Valladares Chiluisa

Estudiante

