



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 el mal uso de los
residuos orgánicos**

Autor/s: Sebastian Alejandro Cueva Moran

Tutor: Mg. Eduardo Cadena

Fecha: Marzo 2025





Autor: Sebastian Alejandro Cueva Moran

Título a obtener: Tecnólogo superior en Producción

Multimedia

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: sebastian.cueva@ister.edu.ec

Matriz: Sangolquí -Ecuador



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

Sebastian Alejandro Cueva Moran

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, (13) 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, Sebastian Alejandro Cueva Moran declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Campaña Transmedia para la concientización ambiental de el mal uso de residuos orgánicos en el cantón Rumiñahui, 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,



Sebastian Alejandro Cueva Moran

C.I.: 1753398658

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:

SEBASTIAN ALEJANDRO CUEVA MORAN

TUTOR:

MG. EDUARDO CADENA

CONTACTO ESTUDIANTE:

0997200002

CORREO ELECTRÓNICO:

sebaztiancueva@gmail.com

TEMA:

CAMPAÑA TRASMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DE EL MAL USO DE
RESIDUOS ORGANICOS EN EL CANTON RUMIÑAHU

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El cantón Rumiñahui enfrenta un problema creciente debido al mal manejo de los residuos orgánicos, que representan más del 50% de los desechos generados en los hogares y comercios. Su disposición inadecuada genera contaminación ambiental, malos olores, proliferación de plagas y contribuye al cambio climático mediante la emisión de metano, un gas de efecto invernadero altamente perjudicial. A pesar de los esfuerzos municipales, no ha existido una campaña transmedia enfocada en educar de manera efectiva a la población, especialmente a la Generación Z, sobre la correcta gestión de estos residuos.

La mayoría de los residuos orgánicos terminan mezclados con la basura común y en vertederos, donde su descomposición sin control adecuado contamina el suelo, el agua y el aire. Además, el exceso de desechos reduce la vida útil de los rellenos sanitarios y genera costos adicionales para su manejo. Aunque el compostaje y la creación de huertas urbanas son soluciones accesibles y sostenibles, muchas personas desconocen su importancia y beneficios.

Ante esta problemática, es fundamental desarrollar una campaña transmedia dirigida a la Generación Z, utilizando narrativas digitales innovadoras para captar su atención. Esta estrategia incluiría contenido en redes sociales, videos cortos, realidad aumentada, gamificación y desafíos virales, incentivando a los jóvenes a aprender cómo transformar sus residuos en compost y crear huertas en casa.

El objetivo de esta campaña es concienciar a la Generación Z sobre la importancia del manejo adecuado de residuos orgánicos, impulsando su participación activa en la construcción de un futuro más sostenible. A través de un enfoque transmedia, se busca generar un impacto duradero en sus hábitos y convertirlos en agentes de cambio ambiental en Rumiñahui.

PALABRAS CLAVE:

TRANSMEDIA

HUERTAS

COMPOST

RESIDUOS ORGANICOS

MEDIO AMBIENTE

ABSTRACT:

The Rumiñahui canton faces a growing problem due to the mismanagement of organic waste, which accounts for more than 50% of the waste generated in households and businesses. Its improper disposal leads to environmental pollution, bad odors, pest proliferation, and contributes to climate change through the emission of methane, a highly harmful greenhouse gas. Despite municipal efforts,

there has not been a transmedia campaign focused on effectively educating the population, especially **Generation Z**, about the proper management of this waste.

Most organic waste ends up mixed with general trash in landfills, where its uncontrolled decomposition contaminates the soil, water, and air. Additionally, the excessive accumulation of waste shortens the lifespan of landfills and increases management costs. Although composting and urban gardening are accessible and sustainable solutions, many people are unaware of their importance and benefits.

Given this issue, it is crucial to develop a **transmedia campaign targeted at Generation Z**, using innovative digital narratives to capture their attention. This strategy would include content on social media, short videos, augmented reality, gamification, and viral challenges, encouraging young people to learn how to turn their waste into compost and create home gardens.

The objective of this campaign is to raise awareness among **Generation Z** about the importance of proper organic waste management, fostering their active participation in building a more sustainable future. Through a transmedia approach, the goal is to create a lasting impact on their habits and transform them into environmental change agents in Rumiñahui.

PALABRAS CLAVE:

TRANSMEDIA

URBAN GARDENS

COMPOST

ORGANIC WASTE

ENVIRONMENT

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 13 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: SEBASTIAN ALEJANDRO CUEVA MORAN, con C.I.: 1753398658 alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR PRODUCCION MULTIMEDIA.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1753398658

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 EL MAL USO DE LOS RESIDUOS ORGÁNICOS

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a los profesores de la carrera de Producción Multimedia del Instituto Rumiñahui, quienes con su enseñanza, orientación y apoyo han sido fundamentales en mi formación académica y profesional.

También al Municipio de Rumiñahui y a la Dirección de Gestión Ambiental, por su respaldo y colaboración en el desarrollo de este proyecto, impulsando iniciativas que promueven un cambio positivo en la comunidad.

A todos ustedes, gracias por su guía e inspiración a lo largo de este camino.

Agradecimientos:

Expreso mi más sincero agradecimiento a los profesores de la carrera de Producción Multimedia del Instituto Rumiñahui, por su dedicación y compromiso en mi educación, brindándome las herramientas necesarias para desarrollar este proyecto.

Agradezco al Municipio de Rumiñahui y a la Dirección de Gestión Ambiental, en especial a Mishel Pinto y a la directora de Gestión Ambiental, Claudia Fernández, por su apoyo, confianza y colaboración. Su compromiso con el medio ambiente y su disposición para contribuir con su conocimiento fueron clave en la realización de esta investigación.

A mi madre, quien me enseñó cómo estar preparado para la vida, y a mi padre, quien me enseñó a vivir la vida sin estar preparado.

A mis compañeros de trabajo, Junior Grijalva, quien con su conocimiento me ha permitido alcanzar logros que hace años creía imposibles, y Wendy Haro, quien me enseñó que siempre debo ver por mí mismo y salir adelante por mis propios medios.

A mi tío Gerardo, cuya vida ha sido una fuente de inspiración para mí, y a mi tío Edgar, a quien le envió un abrazo al cielo. Gracias a él estoy donde estoy hoy, y sé que algún día nos volveremos a ver para contarle todo lo que he logrado.

Resumen:

El cantón Rumiñahui enfrenta un problema creciente debido al mal manejo de los residuos orgánicos, que representan más del 50% de los desechos generados en los hogares y comercios. Su disposición inadecuada genera contaminación ambiental, malos olores, proliferación de plagas y contribuye al cambio climático mediante la emisión de metano, un gas de efecto invernadero altamente perjudicial. A pesar de los esfuerzos municipales, no ha existido una campaña transmedia enfocada en educar de manera efectiva a la población, especialmente a la Generación Z, sobre la correcta gestión de estos residuos.

La mayoría de los residuos orgánicos terminan mezclados con la basura común y en vertederos, donde su descomposición sin control adecuado contamina el suelo, el agua y el aire. Además, el exceso de desechos reduce la vida útil de los rellenos sanitarios y genera costos adicionales para su manejo. Aunque el compostaje y la creación de huertas urbanas son soluciones accesibles y sostenibles, muchas personas desconocen su importancia y beneficios.

Ante esta problemática, es fundamental desarrollar una campaña transmedia dirigida a la Generación Z, utilizando narrativas digitales innovadoras para captar su atención. Esta estrategia incluiría contenido en redes sociales, videos cortos, realidad aumentada,

gamificación y desafíos virales, incentivando a los jóvenes a aprender cómo transformar sus residuos en compost y crear huertas en casa.

El objetivo de esta campaña es concienciar a la Generación Z sobre la importancia del manejo adecuado de residuos orgánicos, impulsando su participación activa en la construcción de un futuro más sostenible. A través de un enfoque transmedia, se busca generar un impacto duradero en sus hábitos y convertirlos en agentes de cambio ambiental en Rumiñahui.

Palabras claves:

TRANSMEDIA

HUERTAS

COMPOST

RESIDUOS ORGANICOS

MEDIO AMBIENTE

Abstract:

The Rumiñahui canton faces a growing problem due to the mismanagement of organic waste, which accounts for more than 50% of the waste generated in households and businesses. Its improper disposal leads to environmental pollution, bad odors, pest proliferation, and contributes to climate change through the emission of methane, a highly harmful greenhouse gas. Despite municipal efforts, there has not been a transmedia campaign focused on effectively educating the population, especially **Generation Z**, about the proper management of this waste.

Most organic waste ends up mixed with general trash in landfills, where its uncontrolled decomposition contaminates the soil, water, and air. Additionally, the excessive accumulation of waste shortens the lifespan of landfills and increases management costs. Although composting and urban gardening are accessible and sustainable solutions, many people are unaware of their importance and benefits.

Given this issue, it is crucial to develop a **transmedia campaign targeted at Generation Z**, using innovative digital narratives to capture their attention. This strategy would include content on social media, short videos, augmented reality, gamification, and viral challenges, encouraging young people to learn how to turn their waste into compost and create home gardens.

The objective of this campaign is to raise awareness among **Generation Z** about the importance of proper organic waste management, fostering their active participation in building a more sustainable future. Through a transmedia approach, the goal is to create a lasting impact on their habits and transform them into environmental change agents in Rumiñahui.

Keywords:

TRANSMEDIA

URBAN GARDENS

COMPOST

ORGANIC WASTE

ENVIRONMENT

Índice de contenido

ANTECEDENTES.....	15
PROBLEMA	16
CONTEXTO	19
JUSTIFICACIÓN.....	21
OBJETIVOS.....	23
OBJETIVO GENERAL:	23
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	23
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SOLUCIÓN	24
ALCANCE	25
ALCANCE Y PROCEDIMIENTO:	26
• Video storytelling.....	26
• Contenido para redes.....	26
• Material editorial.....	26
• Recorrido virtual 3D	26
• Portal Web	27
• Producto AR	27
MATERIALES Y MÉTODOS	27
IMPACTO	30
Ámbito ambiental.....	30
Ámbito político	30
Ámbito social	31
Ámbito cultural	31
Ámbito económico	31
Ámbito legal.....	31
BENEFICIARIOS	32
Beneficiarios directos	32

Beneficiarios indirectos:	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
ANEXOS.....	35

ANTECEDENTES

El manejo inadecuado de los residuos orgánicos en el cantón Rumiñahui representa un reto ambiental, sanitario y social. Estos residuos constituyen una parte importante de los desechos sólidos generados en la región, pero su gestión es aún deficiente. Frecuentemente, los desechos orgánicos se combinan con otros tipos de residuos, lo que complica su aprovechamiento y termina en vertederos no controlados. En estos lugares, los residuos se descomponen de manera anaeróbica, liberando metano, un gas de efecto invernadero que contribuye al cambio climático. Además, la acumulación de residuos genera lixiviados que contaminan el suelo y las fuentes de agua, afectando la biodiversidad y ocasionando problemas sanitarios. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), alrededor del 60% de los residuos sólidos en Ecuador son orgánicos, y solo una pequeña fracción recibe un tratamiento adecuado (Paredes & Velásquez, 2022). Esto resalta la necesidad de implementar estrategias de gestión que no solo mitiguen los impactos ambientales, sino que también transformen los residuos en recursos útiles como el compost.

Las causas de esta situación en Rumiñahui son variadas. Una de las principales es la limitada infraestructura para la gestión de residuos orgánicos. Aunque la Empresa Pública Municipal de Residuos Sólidos (EPAR) ha puesto en marcha proyectos para mejorar el manejo de estos desechos, los recursos técnicos y presupuestarios son insuficientes para satisfacer la demanda. Otro factor importante es la falta de conciencia ambiental entre los ciudadanos, lo que se traduce en prácticas inadecuadas, como no separar los residuos en su origen. A esto se suma la carencia de programas educativos sostenidos que fomenten hábitos responsables en la gestión de residuos desde la infancia. Estudios recientes indican que las campañas de educación ambiental pueden aumentar significativamente la participación ciudadana en prácticas sostenibles (González & López, 2023).

especialmente en áreas rurales y periféricas, donde el acceso a información y recursos es más limitado. Las consecuencias de un mal manejo de los residuos orgánicos son alarmantes. Desde el punto de vista ambiental, la descomposición anaeróbica de estos desechos produce gases de efecto invernadero y lixiviados tóxicos, que contaminan tanto el suelo como las fuentes de agua. Esto tiene un impacto negativo en la biodiversidad y en la calidad de los recursos hídricos disponibles para la población. En el ámbito de la salud, los residuos acumulados sin un tratamiento adecuado se convierten en focos de infección, favoreciendo la proliferación de vectores como roedores y moscas, lo que aumenta la incidencia de enfermedades. Desde una perspectiva económica, la falta de un manejo adecuado representa una pérdida de recursos, ya que los residuos orgánicos pueden transformarse en compost de alta calidad, beneficiando a los agricultores locales. Además, la gestión ineficiente conlleva mayores costos municipales para la recolección y disposición de desechos. Sin embargo, experiencias exitosas en otras regiones han demostrado que el compostaje de residuos orgánicos no solo reduce los impactos negativos, sino que también genera beneficios económicos y sociales, como empleos verdes y seguridad alimentaria (Ramírez & Flores, 2023). Por lo tanto, es fundamental implementar campañas de concientización que fomenten la separación en la fuente, el reciclaje y el uso sostenible de los residuos orgánicos en Rumiñahu.

PROBLEMA

"El inadecuado manejo de los residuos orgánicos ha sido una problemática ambiental que ha perdurado durante décadas. En ocasiones la problemática se agudiza por la cuestión del crecimiento urbano y la falta de la infraestructura necesaria para un manejo sostenible de los residuos. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), los residuos orgánicos constituyen, a nivel mundial, el 44% de los residuos sólidos, y en América Latina el porcentaje se eleva por encima del 50%. En el caso de Ecuador, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) ha

informado que el 56% de los residuos sólidos urbanos era orgánico en 2020. Los residuos orgánicos, termina en los vertederos donde la descomposición anaeróbica produce metano, un gas que tiene un impacto climático más de 25 veces mayor que el del dióxido de carbono. Los lixiviados que se generan también terminan contaminando suelos y fuentes de agua, lo que afecta la biodiversidad y la salud pública. La ausencia de políticas públicas y educación medioambiental dando lugar a las prácticas no sostenibles. Las estrategias de economía circular como el compostaje pueden transformar los residuos orgánicos en recursos para la agricultura y reducir el impacto medioambiental de esto. Pero estas propuestas son limitadas y desiguales. Las comunidades rurales no tienen acceso a tecnologías o información necesaria para un correcto manejo de los residuos y las comunidades urbanas tienen limitaciones logísticas que dificultan la recolección y clasificación de los residuos. Se requiere de una mirada integral que articule el avance de las infraestructuras, la educación y políticas públicas que prioricen la sostenibilidad y permitan la puesta en marcha de ciudadanía."

Se han desarrollado varias campañas sobre el manejo deficiente de los residuos orgánicos en el Ecuador. En el año 2020, el Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE) llevó adelante el "Manual de aprovechamiento de los residuos orgánicos municipales", el cual tiene como objetivo promover la economía circular a través del compostaje y de la disminución de residuos de origen municipal, siendo este manual acompañado con capacitaciones de formadores para líderes de los barrios y de las administraciones de los gobiernos locales, junto con materiales didácticos y guías técnicas que fomenten el conocimiento técnico del área de gestión de residuos. En 2022, fue lanzada la campaña "Juntos a reciclar" en la ciudad de Loja, que incitaba a la separación de residuos orgánicos de los residuos inorgánicos desde su origen. Esta campaña promovió además la realización de talleres, actividades por casa y difusión en las redes sociales para abarcar diferentes segmentos de la población; las dos campañas

representan avances hacia una gestión de residuos orgánicos más sostenible. Sin embargo, estas campañas detectaron también algunos problemas; por ejemplo, se menciona la falta de seguimiento de las actividades y su continuidad en el tiempo (logrando un cierto impacto en las ejecutorias puntuales). También la ausencia de un financiamiento estable que permita ampliar las campañas y llegar a las comunidades más vulnerables, donde las consecuencias del mal manejo de residuos son más evidentes. A pesar de esta limitación, las campañas muestran los vínculos de colaboración entre las administraciones públicas, las organizaciones no gubernamentales y las organizaciones de la sociedad civil para generar un cambio cultural que dirija la gestión de residuos en otras prácticas más sostenibles.

Si bien se han hecho algunos esfuerzos, variable ha sido la efectividad de campañas de manejo de residuos orgánicos y quedan pendientes muchas condiciones. Un análisis realizado en la ciudad de Quito por Noroña Negrete (2023) indicaba que hacer uso de herramientas digitales o audiovisual interactivo puede generar una mayor participación en iniciativas sobre residuos, sin embargo, estas estrategias deben acompañarse de un marco independiente y general de seguimiento y evaluación para evidenciar la efectividad de las mismas. Para tener un impacto en la sostenibilidad de la campaña es fundamental que esté acompañada de políticas públicas, incentivos y financiamiento así como mejoras de la infraestructura. Además, las campañas deben acompañarse de un desarrollo ambiental por medio de la educación a lo largo de la vida, comenzando desde la niñez para formar nuevas generaciones que se comporten en pro de la separación y el reciclaje. Por otro lado, aprovechar los residuos orgánicos como insumos para la producción de compost y de energía renovable podría constituir una alternativa económica y ambiental, reduciendo la dependencia de fertilizantes químicos, mejorando la productividad agrícola y reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero. Las experiencias en otras partes del mundo han indicado que las campañas más efectivas son las

que tiran de una fuerte inversión inicial acompañada de implementación de mecanismos de seguimiento que permitan contrastar resultados a lo largo del tiempo. De todos modos, estas acciones deben guiarnos hacia un trabajo coordinado entre las autoridades locales, las organizaciones no gubernamentales y las propias comunidades para que las campañas de sensibilización sean un instrumento más de transformación cultural y conservación ambiental.

CONTEXTO

Los residuos orgánicos constituyen un tipo de residuos biodegradables, de origen animal o vegetal que pueden ser descompuestos de forma natural, dando lugar a materia orgánica. Dentro de ellos se pueden incluir los restos de comida, la poda de los jardines u otros materiales de características similares. Una correcta gestión de los residuos orgánicos nos permitirá valorizarlo: el compostaje producirá el abono orgánico que podemos emplear para enriquecer suelos agrícolas y jardines, que mejorará su estructura y su fertilidad. Además, mediante digestión anaerobia, los residuos orgánicos también representan otra opción de valorización: la producción de biogás, la cual nos permitirá generar energía renovable y nos ayudará a reducir la dependencia de combustibles fósiles. Por el contrario, si no gestionamos de manera correcta los residuos orgánicos y los depositamos en un vertedero, su descomposición anaerobia producirá metano, un gas de efecto invernadero que posee un potencial de calentamiento global muy superior al dióxido de carbono actual. Este metano térmico contribuye al cambio climático y su producción es un desperdicio de recursos que podríamos aprovechar. Además, esta acumulación de residuos orgánicos en vertederos puede dar lugar a la producción de lixiviados que contaminarán suelos y cuerpos de agua, dañando así ecosistemas y la salud de las personas. Por lo tanto, es preciso implementar prácticas de separación en origen y de compostaje doméstico e industrial; otras formas de valorización reducirá el impacto que los residuos orgánicos pueden tener en nuestro entorno y permitirá aprovechar los beneficios que pueden

darnos. En este punto, la educación y la conciencia ciudadana desarrollaran una parte muy importante dentro de este proceso: debemos llegar a instaurar hábitos responsables que contribuyan con la sostenibilidad del medio ambiente. Al poner en práctica las estrategias de separación en origen y compostaje, también lograremos disminuir la aportación de residuos a los vertederos y, por tanto, desarrollar una economía circular, donde los residuos se conviertan en recursos, los ciclos sean cerrados y la presión que ejercemos sobre los ecosistemas se reduzca. Así, pues, debemos reconocer que los residuos orgánicos tienen un valor en sí mismos, que si llegamos a gestionarlos correctamente, protegeremos el medio ambiente y fomentaremos un desarrollo sostenible.

En el Ecuador la comunicación digital ha ido en aumento estos últimos años. El crecimiento del uso de Internet, redes sociales, medios alternativos de comunicación, etc., lo evidencian. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) para julio del 2024, el 77,2 % de la población ecuatoriana usaba Internet, cifra que se ha visto incrementada desde el 69,7 % en julio de 2022. Este incremento se ha producido gracias a la expansión de la infraestructura tecnológica y de la accesibilidad de dispositivos móviles en el país. Por otra parte, en el año 2023, en Ecuador existían 14,72 millones de usuarios de redes sociales, alcanzándose el 81,3 % de la población total durante el mes de enero. Esto suponía un importante aumento del 8,2 % con respecto al año anterior, incorporado 1,1 millones de nuevos usuarios respecto a las plataformas utilizadas. Las redes sociales utilizadas son Facebook, Instagram y Twitter, que han llegado a convertirse en las principales para la comunicación, la circulación de información y para realizar actividades de comercio electrónico. Conjuntamente a las redes sociales de esta tipología han ido apareciendo medios alternativos de comunicación digital como blogs, podcasts y canales de YouTube, que enriquecen con su presencia el ecosistema mediático ecuatoriano, que proporciona contenido especializado y mayor

participación ciudadana en la generación y el consumo de información. La penetración de Internet y la generalización de las tecnologías digitales han modificado el modo de comunicación, acceso a la información o hacer las actividades diarias de los ecuatorianos, indicando una tendencia de digitalización y uso de dichas tecnologías en ámbitos diversos de la sociedad.

JUSTIFICACIÓN

Desde una óptica epistemológica, la elaboración de una campaña de sensibilización para el tratamiento de los residuos orgánicos mediante la producción multimedia supone una valiosa aportación al conocimiento que nos proporciona la comunicación y la sostenibilidad. La producción multimedia posibilita la integración de distintos elementos visuales, sonoros y narrativos que favorecen la transmisión de contenidos complejos, mejorando la aprehensión y la sensibilización del público acerca de la problemática medioambiental. En efecto, la producción multimedia no sólo transmite información, sino que además transforma la concepción de los receptores mediante la unión de datos científicos que se generan en el espacio académico, junto con historias y experiencias que son visualmente muy atractivas. También, la inclusión de plataformas digitales en esta campaña permite analizar los modos de recepción, de interacción y de participación de la ciudadanía y genera datos e información para saber cómo los medios inciden en la adopción de actitudes sociales sostenibles. Como se trata de un problema global, el uso de la multimedia tal como herramienta de formación, puede llevar a explorar nuevas formas comunicacionales y generar aprendizajes que puedan ser replicados en otros contextos. En consecuencia, esta campaña no busca sólo resolver una problemática local, sino contribuir a generar conocimiento en educación ambiental y la producción de contenidos digitales con fines sociales.

A partir de una óptica técnico-restrictiva, la posibilidad de desarrollar una campaña de sensibilización social que se sirve de la producción multimedia es viable gracias a la accesibilidad y versatilidad de las herramientas digitales actuales. Las plataformas redes sociales, páginas web y aplicaciones móviles digitales permiten la construcción de una infraestructura económica y fácilmente ampliable que contribuye al acceso de públicos diversos. Las herramientas de edición y diseño multimedia actuales son intuitivas y accesibles, lo que supone una significativa reducción de costes en lo que la producción se refiere. La multimedia permite comunicar mensajes complejos de una manera visualmente atractiva, lo cual mejora la capacidad de retención del público objetivo. Este tipo de campañas permite segmentar los públicos, adaptando el contenido de los mensajes específicos a determinados grupos según sus características demográficas y conductuales, lo cual supora un aumento de impacto, adaptando el contenido a las necesidades específicas de distintas audiencias. Los soportes digitales tienen un alcance prácticamente ilimitado, lo que va permitir unas estrategias de impacto local con potencialidad global. Estas características hacen que la producción multimedia sea una solución viable para trabajar problemas complejos, como la gestión de los residuos orgánicos y la maximización de los recursos para conseguir resultados medibles y sostenidos.

Desde un enfoque personal y profesional, los autores de la campaña están motivados por su compromiso con la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social. Esta problemática de los residuos orgánicos no solo afecta el medio ambiente sino también la calidad de vida de las comunidades, y revisar este tema es una buena oportunidad para conseguir un impacto positivo en ambas dimensiones. Profesionalmente, producir esta campaña implica la posibilidad de aplicar y mejorar las habilidades de comunicación, de diseño y de producción que han sido desarrolladas en el contexto de esta campaña.

multimedia y gestión de proyectos, y estando en proceso de impulso de comportamientos sostenibles, la experiencia que se obtendrá en este trajinar reforzará competencias del ámbito del análisis de audiencias, storytelling y plataformas digitales para la educación, áreas que seguramente tendrán una alta demanda en el mercado laboral en los próximos años. A nivel personal, el proyecto responde a unas ganas de poner un granito de arena en la solución de problemas medioambientales desde un enfoque creativo e innovador, evidenciando que la educación y la tecnología pueden ser potentes herramientas para el cambio social. Esta campaña no solo quiere resolver una problemática local, sino también hacer que otras personas y profesionales lleguen a incorporarse en el proceso de construcción de unas soluciones sostenibles que demuestran que la combinación del conocimiento técnico y la pasión puede provocar un impacto duradero.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar una campaña comunicativa transmedia de sensibilización y concienciación ambiental acerca de La mala gestión de los residuos orgánicos en el cantón Rumiñahui.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir las características del problema ambiental de La mala gestión de los residuos orgánicos en el cantón Rumiñahui con la meta de poder identificar posibles necesidades y oportunidades de visibilizar su cambio potencial a través de productos de comunicación multimedia.
- Recopilar los requerimientos más relevantes del proyecto de comunicación transmedia para tener claros los instrumentos y los métodos a aplicar para el desarrollo de los productos integrados a la campaña comunicativa.

- Postproducir los contenidos visuales, audiovisuales e interactivos que van a formar parte de la campaña comunicativa de sensibilización y concienciación ambiental.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SOLUCIÓN

La narrativa transmedia, concepto acuñado por Henry Jenkins, se refiere a la distribución de elementos de una historia a través de diversas plataformas para crear una experiencia coherente y envolvente. Este método resulta ideal para nuestra campaña de concientización, ya que permite que cada medio contribuya de manera singular al desarrollo del mensaje, enriqueciendo así la comprensión y el compromiso del público.

Al aprovechar una variedad de plataformas, tenemos la oportunidad de abordar distintos aspectos de la problemática ambiental, ajustando el contenido al formato más adecuado para cada canal. De este modo, no solo se aumenta el alcance de la campaña, sino que también se profundiza la conexión con la audiencia, promoviendo una participación más activa y significativa.

Además, la narrativa transmedia facilita la creación de un universo narrativo cohesivo y atractivo, donde cada pieza de contenido se complementa mutuamente, ofreciendo una experiencia integral que refuerza el mensaje central. Esta estrategia ha mostrado su efectividad en diversas campañas de concientización social, en las que la multiplicidad de medios y narrativas enriquece el impacto del mensaje.

Un claro ejemplo de narrativa transmedia es "Desarmados", un proyecto colombiano que trabaja en la reconstrucción de la memoria del conflicto armado. Este proyecto amalgama diversos recursos narrativos y formatos para relatar historias de violencia y abogar por la construcción de la paz. Incluye un teaser introductorio, mapas interactivos sobre la historia del

conflicto y testimonios de las víctimas, lo que proporciona una experiencia inmersiva que permite a los usuarios explorar múltiples facetas de la narrativa.

La combinación de estos elementos genera una historia cohesiva que involucra al público en diferentes niveles, promoviendo así una comprensión más profunda y una mayor empatía hacia las historias presentadas. Este enfoque pone de manifiesto cómo la narrativa transmedia puede ser utilizada para tratar temas complejos y delicados, ofreciendo múltiples entradas y perspectivas que enriquecen la experiencia del usuario y amplifican el impacto del mensaje.

ALCANCE

La generación Z, (1995 y 2010), es la primera generación conocida como nativos digitales, tiene acceso a Internet y a las redes sociales y plataformas digitales desde una corta edad. Poseen un estilo de consumo altamente visual, recibiendo información en los formatos más breves y dinámicos, priorizando plataformas como Instagram, TikTok y YouTube. El informe de DataReportal (2023) sostiene que el 98% de los jóvenes ecuatorianos de edades entre 16 y 24 años se conecta a diario a la red de internet, y cuenta con una proporción del 87% de los jóvenes que tienen acceso a las redes sociales de manera ininterrumpida. La Generación Z es, además de ser una generación en contacto con la tecnología, una generación muy consciente de la problemática del cambio climático y la sostenibilidad. De acuerdo al estudio de IPSOS (2022), el 67% de los jóvenes de América Latina valora el consumo responsable, fijándose en la información que les proporcionan las redes sociales sobre acciones sostenibles. Para conectar con esta audiencia, una campaña tiene que ser: auténtica, visualmente atractiva y contemplar narrativas que hagan que los jóvenes se sientan identificados con sus valores. La clave para conectar con esta audiencia se basa en crear contenido dinámico y participativo que

lleve al intercambio, la viralización y el compromiso para la temática sobre el manejo adecuado de los residuos orgánicos.

Para poder alcanzar de manera efectiva la audiencia, la campaña tiene que ser multiplataforma y transmedia, combinando diversas estructuras de contenido y canales. La generación Z se informa y participa en las redes sociales, pero también consume contenido en los blogs, los podcasts y experiencias inmersivas. Hootsuite (2023), el 78% de los jóvenes prefieren las campañas que incorporan integración multimedia, es por esto que se vuelve indispensable diversificar estrategias. Combinaciones con vídeos cortos, infografías, testimonios interactivos y gamificación son los que mayor impacto producen y que van a retener el mensaje. Utilizar herramientas como la inteligencia artificial y la realidad aumentada en las campañas provoca un crecimiento del 45% en la participación, de acuerdo Forbes (2022). La narrativa a lo largo de los diferentes canales tiene que ser coherente para reforzar el mensaje original.

ALCANCE Y PROCEDIMIENTO:

- **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 plantea utilizar la metodología de diseño de Ambrose & Harris, la cual está basada en 4 etapas que se las ha designado como: comprensión, investigación, generación e interpretación. Cada una de estas etapas tiene sus propios pasos y sirven para elaborar un proyecto de comunicación de diseño partiendo de un proceso creativo sobre algo que nos ha aportado información.

La etapa de compresion es la etapa de entrada del primer contacto del profesional con el cliente donde se lleva a cabo la entrevista y se saca información y se elabora el brief y se describe las necesidades que estamos en la tarea de resolver. La etapa de investigación es la que investigaremos los temas planteados en el proyecto, para la cual se ha optado a repasar las principales bases de datos académicas de internet. La etapa de generacion es la que se ampliarán las ideas y propuestas, se elaboraran y se revisaran como prototipo para revisar

posteriormente cuáles son viables. Finalmente, la etapa de implementación los productos se darán a la dirección de protección ambiental para que se haga la publicación que le entra en el cronograma de medios (Ambrose & Harris, 2010) como se presenta en la siguiente tabla:

Tab. 1. Pasos que compone la metodología propuesta.

Etapas	Pasos	Descripción
Comprender	Definición de Brief Creativo	Reuniones con el personal del Educación Ambiental del GADMUR para 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 al

		GADMUR. 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

Ámbito ambiental

La campaña se enfocará en reducir los residuos orgánicos a través de la práctica de la creación de huertos caseros, compostaje y la separación de desechos en la fuente. Esta iniciativa no solo disminuirá las emisiones de metano (CH₄), un potente gas de efecto invernadero, sino que también contribuirá a mitigar la contaminación del suelo y el agua, protegiendo así la biodiversidad y mejorando la calidad del aire. En conjunto, estas acciones avanzarán hacia la sostenibilidad y el equilibrio ecológico.

Ámbito político

La sensibilización de la población puede ser un motor para la creación de políticas públicas que favorezcan una mejor gestión de residuos. Dicha concienciación estimulará a los gobiernos a implementar regulaciones más rigurosas, a ofrecer incentivos para el compostaje y a reforzar los programas de educación ambiental. Además, propiciará la colaboración entre municipios, entidades e individuos para elaborar estrategias que reduzcan la contaminación y promuevan un tratamiento sostenible de los residuos.

Ámbito social

La campaña alentará la participación activa de los ciudadanos y la adopción de hábitos sostenibles utilizando redes sociales y plataformas digitales. A través de la educación sobre el medio ambiente, se fortalecerá la responsabilidad compartida, impulsando iniciativas comunitarias dedicadas al reciclaje, huertos caseros y al compostaje. Este enfoque fomentará un cambio cultural hacia prácticas ecológicas, motivando a diversos sectores a comprometerse activamente en la gestión de residuos y a disminuir su impacto ambiental.

Ámbito cultural

La narrativa transmedia permitirá establecer conexiones con el público joven mediante contenidos digitales interactivos. La reutilización de residuos se puede convertir en una práctica habitual que transforme la percepción del consumo y a la vez aliente hábitos sustentables. Asimismo, la educación ambiental impulsada por la campaña facilitará la incorporación de prácticas ecológicas en la cotidianidad, promoviendo un estilo de vida más sostenible.

Ámbito económico

Una gestión adecuada de los residuos contribuirá a reducir los costos municipales asociados con la recolección y disposición de desechos. La campaña fomentará el compostaje y su aplicación en la agricultura sostenible, lo que generará empleos en las áreas de reciclaje y educación ambiental. Al impulsar una economía circular, se apoyarán pequeños emprendimientos y se reducirán los costos de producción agrícola, beneficiando así el desarrollo económico local y promoviendo un consumo responsable.

Ámbito legal

La concientización facilitará el cumplimiento de normativas ambientales, incentivando prácticas sostenibles en hogares y empresas. También puede impulsar nuevas regulaciones para reducir residuos y fomentar la economía circular. Además, promoverá el uso responsable de

recursos, aumentando la fiscalización sobre el manejo de desechos orgánicos y fortaleciendo la legislación ambiental vigente en el país.

Esta campaña generará un impacto positivo en el ambiente, las políticas públicas, la cultura y la economía, promoviendo un modelo de desarrollo sostenible.

BENEFICIARIOS

Beneficiarios directos:

- GADMUR
- Universitario Rumiñahui
- Estudiantes en proceso de titulación
- Docentes en proceso de investigación

Beneficiarios indirectos:

- Comunidad de Rumiñahui
- Fauna
- Turistas

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Fundamentos del diseño gráfico: Proceso creativo y metodología*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili. Recuperado de <https://ggili.com/fundamentos-del-diseno-grafico>
- Banco Mundial. (2020). *Gestión de residuos sólidos: Estadísticas globales y regionales*. Banco Mundial. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management>
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Ecuador*. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ecuador>
- Forbes. (2022). *El impacto de la inteligencia artificial y la realidad aumentada en las campañas de concienciación*. Forbes Technology. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/05/18/the-impact-of-ai-and-ar-in-awareness-campaigns/>
- González, R., & López, S. (2023). *Impacto de la educación ambiental en la participación ciudadana: Un análisis regional*. Revista de Estudios Ambientales, 15(2), 45-60. Recuperado de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/article/view/6297/6321>
- Hootsuite. (2023). *Tendencias de redes sociales y multimedia en jóvenes: Informe anual*. Hootsuite Inc. Recuperado de <https://hootsuite.com/resources/digital-trends>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). *Residuos sólidos urbanos en Ecuador: Informe estadístico 2020*. INEC. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Ambientales/Residuos_Solidos/2020/Informe_Residuos_Solidos_2020.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2024). *Uso de internet y redes sociales en Ecuador: Informe semestral*. INEC. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-de-internet-y-redes-sociales-en-ecuador/>
- IPSOS. (2022). *Juventud y sostenibilidad en América Latina: Estudio regional de hábitos de consumo responsable*. IPSOS Research Group. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-ec/juventud-y-sostenibilidad-en-america-latina>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press. Recuperado de <https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture/>
- Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE). (2020). *Manual de aprovechamiento de residuos orgánicos municipales*. Quito, Ecuador: MAAE. Recuperado de

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/12/Manual-de-Aprovechamiento-de-Residuos-Organicos-Municipales.pdf>

- Noroña Negrete, P. (2023). *El papel de las herramientas digitales en la gestión de residuos: Un estudio de caso en Quito*. Revista de Tecnología y Medio Ambiente, 9(1), 23-37. Recuperado de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19315/2/TFLACSO-2023JAEN.pdf>
- Paredes, L., & Velásquez, M. (2022). *Gestión de residuos sólidos en Ecuador: Retos y oportunidades*. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Municipios_2022/Residuos_Solidos/Presentacion_GIRS_2022vFINAL.pdf
- Ramírez, J., & Flores, T. (2023). *Compostaje como herramienta de desarrollo sostenible: Beneficios económicos y sociales*. Revista Latinoamericana de Sostenibilidad, 12(4), 78-92. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/364806279_Gestion_integral_de_los_residuos_organicos_hacia_la_sostenibilidad

ANEXOS

CRONOGRAMA																						
NOMBRE DEL TRABAJO:			Campaña transmedia sobre la concientización de el mal uso de residuos orgánicos																			
AUTORES:			Sebastian Cueva																			
TUTOR:			Ing. Eduardo Cadena Mg.																			
FECHA:			28 – 02 - 2025																			
ACTIVIDADES	SEMANAS																				%	PRESUPUEST
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	VALORACION	O
Objetivo 1: Describir las cualidades del problema ambiental de el mal uso de residuos orgánicos con el fin de identificar sus posibles necesidades y oportunidades para visibilizar su potencial de cambio a través de productos de comunicación multimedia.				x																	28%	
Planteamiento del problema y sus antecedentes.	x																					

Planteamiento de la justificación y el contexto		x																				
Planteamiento de la descripción general de la solución, alcance y objetivos.			x																			
Planteamiento de Materiales y métodos, impacto del proyecto y beneficiarios del proyecto.				x																		
Desarrollo de anexos, bibliografía y ajustes finales.					x																	
Objetivo 2: 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.						x														22%		

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									x											
Objetivo 3: Postproducir los contenidos visuales, audiovisuales e interactivos que serán parte de la campaña transmedia de concientización ambiental.													x						28%	

Desarrollo del producto audiovisual										X												
Desarrollo del producto audiovisual											X											
Desarrollo del producto editorial Desarrollo del producto AR												X										
Contenido de redes sociales													X									
Desarrollo del portal Web Desarrollo del recorrido 3D														X								

[illegible]

NOMBRE DEL TRABAJO: Campaña transmedia sobre la concientización de el mal uso de residuos orgánicos																								
AUTOR: Sebastian Cueva																								
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																								
	MAC STUDIO	1	7000	7000	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	4500	
	Cámara Sony Alpha 7 IV	1	3500	3500										x	x	x	x	x	x				3500	
	Camara DJI Osmo Pocket 3		700	700										x	x	x	x	x	x	x			700	

2. SOFTWARE																							
	Suit Adobe	1	50	50												x	x	x	x				50
	CapCut	1	10	10													x	x	x				10
3. MATERIALES Y SUMINISTROS																							
4. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS																							

5. VIÁTICOS Y MOVILIZACIÓN																							
6. OTROS																							

Ing. Eduardo Cadena Mg.
TUTOR DE FIRMA DEL PROFESOR

Ing. Marjoty Cortez Mg.
Cordinadora de la Carrera de Produccion Multimedia



Sebastian Alejandro Cueva Moran
ESTUDIANTE