



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 sobre
el Río Santa Clara**

Autor/s:

Gabriel Alejandro Cáceres Taco

Mario Jair Gray Narváez

Tutor: Mg. Eduardo Cadena

Fecha: Marzo 2025



Autor:



Gabriel Alejandro Cáceres Taco

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Producción Multimedia

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: gabriel.caceres@ister.edu.ec

Autor:



Mario Jair Gray Narváez

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Producción Multimedia

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: mario.gray@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

Gabriel Alejandro Cáceres Taco

Mario Jair Gray Narváez

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, (día) de (mes) de 2024

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, Mario Jair Gray Narváez declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Campaña Transmedia para la Concientización Ambiental del Río Santa Clara, 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,



Mario Jair Gray Narváez

C.I.: 1727120568

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, (día) de (mes) de 2024

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**

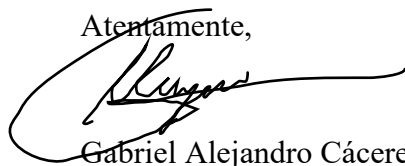
Presente

Por medio de la presente, yo, Gabriel Alejandro Cáceres Taco declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Campaña Transmedia por la Concientización Ambiental del Río Santa Clara, 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,



Gabriel Alejandro Cáceres Taco

C.I.: 1727957057

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:

Gabriel Alejandro Cáceres Taco

Mario Jair Gray Narváez

TUTOR:

MG. EDUARDO CADENA

CONTACTO ESTUDIANTE:

098 408 6510

096 335 2793

CORREO ELECTRÓNICO:

gabo.iam00@gmail.com

mariogrytng2003@gmail.com

TEMA:

CAMPAÑA TRANSMEDIA PARA LA CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL DEL RÍO
SANTA CLARA

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El río Santa Clara ubicado dentro del cantón Rumiñahui lleva enfrentando un grave problema desde hace muchos años: la contaminación. Ocasionado principalmente por el crecimiento constante de la urbanización, la mala gestión de residuos, desechos sólidos, aguas residuales y principalmente por la falta de conocimiento de los residentes cercanos al río, quienes desconocen la situación actual del río y el cómo su presencia afecta a este.

Como respuesta ante esta problemática nuestra campaña sigue una estrategia basada en la conexión directa con el público, en especial para concientizar a la Generación Alpha y la Z acerca de la importancia de cuidar y proteger el río. Mediante una campaña transmedia con contenido en redes sociales, material interactivo y educativo queremos llegar a generar una manera dinámica y efectiva para que mucha gente se sume al cambio.

El desarrollo de este proyecto se basa en la metodología de Ambrose & Harris, lo que permitió estructurar todo el proceso, desde sus inicios hasta la ejecución del mismo.

Este proyecto no solo pretende que se genera una conciencia sobre el problema que está ocurriendo en el Santa Clara si no de crear una comunidad que activamente participe en la limpieza y reconstrucción del río, con la ayuda de una estrategia digital y nuestras herramientas y conocimiento en producción multimedia, buscamos inspirar muchas más de estas acciones dentro del actuar de la gente para demostrar que son una actividad sostenible y que la tecnología puede ser una gran aliada para la protección ambiental.

PALABRAS CLAVE:

Transmedia

Comunicación

Contaminación

Cuidado Ambiental

Biodiversidad

ABSTRACT:

The Santa Clara River, located in the Rumiñahui canton, has been facing a serious problem for many years: pollution. This problem is primarily caused by the constant growth of urban development, poor management of waste, solid waste, and sewage, and, most importantly, by the lack of awareness among residents near the river, who are unaware of the river's current situation and how their presence affects it.

As a response to this problem, our campaign follows a strategy based on direct connections with the public, especially to raise awareness among Generation Alpha and Generation Z about the importance of caring for and protecting the river. Through a transmedia campaign with social media content and interactive and educational materials, we aim to create a dynamic and effective way for many people to join the change.

The development of this project is based on the Ambrose & Harris methodology, which allowed for a structured approach to the entire process, from its inception to its execution. This project not only aims to raise awareness about the problem occurring in the Santa Clara but also to create a community that actively participates in the cleanup and reconstruction of the river. With the help of a digital strategy and our tools and knowledge in multimedia production, we seek to inspire many more of these actions within the actions of the people to demonstrate that they are a sustainable activity and that technology can be a great ally for environmental protection.

PALABRAS CLAVE:

Transmedia

Communication

Pollution

Environmental Care

Biodiversity

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 14 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: Gabriel Alejandro Cáceres Taco, con C.I.: 1727954057 alumno de la Carrera Tecnología Superior en Producción Multimedia

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1727954057

SÓLO PARA USO DEL ISTER

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 14 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: Mario Jair Gray Narváez, con C.I.: 1727120568 alumno de la Carrera Tecnología Superior en Producción Multimedia

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1727120568

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable.

(EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez

DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín

COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

TEMA

Campaña Transmedia para la Concientización Ambiental del Río Santa Clara

Dedicatoria:

Dedicamos este trabajo a nuestra familia por habernos apoyado siempre, a nuestros amigos por brindarnos su ayuda y colaboración y a nuestros docentes por guiarnos durante todo el proceso.

Agradecimientos:

Gabriel Cáceres

Agradezco especialmente a mi madre Monserrat por ser un pilar importante en mi vida y siempre apoyarme con lo que necesito.

A mi pareja Luna Vásquez por prestarse para este proyecto, además de su ayuda y cariño incondicional durante todo este tiempo.

A mis amigos María y Andrei por ayudarnos a realizar y finalizar este proyecto, no habríamos podido lograrlo sin su apoyo.

Resumen:

El río Santa Clara ubicado dentro del cantón Rumiñahui lleva enfrentando un grave problema desde hace muchos años: la contaminación. Ocasionado principalmente por el crecimiento constante de la urbanización, la mala gestión de residuos, desechos sólidos, aguas residuales y principalmente por la falta de conocimiento de los residentes cercanos al río, quienes desconocen la situación actual del río y el cómo su presencia afecta a este.

Como respuesta ante esta problemática nuestra campaña sigue una estrategia basada en la conexión directa con el público, en especial para concientizar a la Generación Alpha y la Z acerca de la importancia de cuidar y proteger el río. Mediante una campaña transmedia con contenido en redes sociales, material interactivo y educativo queremos llegar a generar una manera dinámica y efectiva para que mucha gente se sume al cambio.

El desarrollo de este proyecto se basa en la metodología de Ambrose & Harris, lo que permitió estructurar todo el proceso, desde sus inicios hasta la ejecución del mismo.

Este proyecto no solo pretende que se genera una conciencia sobre el problema que está ocurriendo en el Santa Clara si no de crear una comunidad que activamente participe en la limpieza y reconstrucción del río, con la ayuda de una estrategia digital y nuestras herramientas y conocimiento en producción multimedia, buscamos inspirar muchas más de estas acciones dentro del actuar de la gente para demostrar que son una actividad sostenible y que la tecnología puede ser una gran aliada para la protección ambiental.

Palabras claves:

Transmedia

Comunicación

Contaminación

Cuidado Ambiental

Biodiversidad

Abstract:

The Santa Clara River, located in the Rumiñahui canton, has been facing a serious problem for many years: pollution. This problem is primarily caused by the constant growth of urban development, poor management of waste, solid waste, and sewage, and, most importantly, by the lack of awareness among residents near the river, who are unaware of the river's current situation and how their presence affects it.

As a response to this problem, our campaign follows a strategy based on direct connections with the public, especially to raise awareness among Generation Alpha and Generation Z about the importance of caring for and protecting the river. Through a transmedia campaign with social media content and interactive and educational materials, we aim to create a dynamic and effective way for many people to join the change.

The development of this project is based on the Ambrose & Harris methodology, which allowed for a structured approach to the entire process, from its inception to its execution. This project not only aims to raise awareness about the problem occurring in the Santa Clara but also to create a community that actively participates in the cleanup and reconstruction of the river. With the help of a digital strategy and our tools and knowledge in multimedia production, we seek to inspire many more of these actions within the actions of the people to demonstrate that they are a sustainable activity and that technology can be a great ally for environmental protection.

Keywords:

Transmedia

Communication

Pollution

Environmental Care

Biodiversity

Índice de contenido:

Problema.....	16
Antecedentes	17
Contexto	18
Justificación	19
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos	20
Descripción general de la solución	20
Alcance	21
Materiales y Métodos.....	22
Impacto.....	23

Problema

El río Santa Clara, ubicado dentro del cantón Rumiñahui enfrenta una contaminación descontrolada y que únicamente va en aumento, esto no solo amenaza su ecosistema sino también a las comunidades que viven en las cercanías del río. Esta situación es una consecuencia directa del incremento demográfico de las urbanizaciones y de actividades no reguladas en Sangolquí y en todo el cantón Rumiñahui, además de esto las principales fuentes de contaminación también se encuentra en el creciente nivel de aguas residuales domésticas, industriales y agrícolas que son vertidas al río sin un tratamiento adecuado, casi asegurando la destrucción de las áreas naturales afectando la biodiversidad del cantón, por otro lado la acumulación de desechos sólidos también empeora la situación, obstruyendo los cauces y deteriorando la calidad del río. Según estudios recientes, los parámetros de calidad del agua superan los límites establecidos por la normativa ambiental ecuatoriana, el oxígeno disuelto y los niveles de coliformes fecales son algunos de los temas a considerar que más preocupan a los ambientalistas, lo que lleva a clasificar esta agua entre regular y mala en la mayoría de sus tramos (Canchignia & Carvajal 2022). Esta situación refleja una falta de gestión y cumplimiento de las regulaciones ambientales y a su vez, mantiene el deterioro del río y de los servicios ecosistémicos que se proveen. (Sarmiento Alvarado, 2020)

La alteración del ecosistema del río Santa Clara tiene consecuencias ecológicas significativas. Los análisis recientes muestran una disminución en la biodiversidad acuática debido a la reducción del oxígeno y la presencia de contaminantes químicos y biológicos. Esto afecta tanto a las especies locales como a las que utilizan el río como hábitat temporal, interrumpiendo ciclos naturales esenciales. (Canchignia & Carvajal 2022). Asimismo, se han identificado fenómenos de eutrofización, lo que contribuye al crecimiento descontrolado de algas y la reducción de luz y oxígeno disponibles para las especies acuáticas. Las comunidades humanas también enfrentan riesgos, ya que las aguas contaminadas no solo son inadecuadas para consumo humano, sino que representan una fuente de enfermedades, como infecciones gastrointestinales, debido al contacto con patógenos presentes en el agua (Sarmiento Alvarado, 2020). Estos impactos resaltan la necesidad urgente de acciones correctivas.

Las implicaciones sociales y económicas de esta problemática son igualmente preocupantes. La contaminación ha reducido el atractivo del río como lugar recreativo y su capacidad para proveer agua limpia a actividades agrícolas y domésticas. Las poblaciones cercanas al río, muchas de las cuales enfrentan limitaciones económicas, dependen en gran medida de sus recursos para subsistir. Sin embargo, el deterioro del agua y la proliferación de desechos reducen la calidad de vida, incrementando la incidencia de enfermedades relacionadas con la contaminación. Aunque se han planteado proyectos para mitigar estos impactos, como programas de educación ambiental y jornadas de limpieza, su alcance ha sido limitado debido a la falta de recursos y coordinación interinstitucional (Canchignia & Carvajal 2022).

Antecedentes

El río Santa Clara, ubicado en el cantón Rumiñahui, ha enfrentado un deterioro ambiental progresivo durante las últimas décadas, especialmente debido al crecimiento poblacional y la urbanización acelerada en Sangolquí. Desde finales del siglo XX, el aumento en las descargas de aguas residuales sin tratamiento y el vertido de desechos sólidos han generado una alteración significativa en la calidad del agua del río. Según un informe de la Escuela Politécnica Nacional, la mayoría de los tramos evaluados presentan un Índice de Calidad del Agua (ICA) entre 40 y 50, indicando condiciones regulares a malas. Esto se debe principalmente a la presencia de coliformes fecales, un indicador claro de contaminación por aguas negras, así como bajos niveles de oxígeno disuelto que afectan la vida acuática. Estos parámetros exceden los límites establecidos en el TULSMA (2015), normativa ambiental ecuatoriana, mostrando una clara falta de control y regulación ambiental efectiva en el área.

En respuesta a la problemática, se han realizado esfuerzos puntuales para sensibilizar a la población sobre la importancia de preservar el río. En 2019, el municipio de Rumiñahui promovió talleres de educación ambiental dirigidos a comunidades cercanas al río, enfocándose en la clasificación de residuos y el reciclaje como estrategias clave para mitigar la contaminación. Sin embargo, la falta de continuidad y recursos ha limitado el impacto de estas iniciativas. Adicionalmente, se desarrollaron campañas como "Cuidemos el Río Santa Clara", que incluyeron jornadas de limpieza comunitaria y actividades escolares para concienciar a las nuevas generaciones. Estas actividades, aunque bien intencionadas, carecieron de difusión masiva y de un seguimiento que permitiera evaluar su efectividad a largo plazo, lo que evidencia una necesidad de mayor planificación y apoyo institucional.

Históricamente, la contaminación del río Santa Clara está estrechamente vinculada al proceso de urbanización del Valle de los Chillos. Antes de los años 80, el río mantenía una calidad aceptable gracias a una menor presión antrópica, pero el crecimiento de la población y las actividades industriales no reguladas incrementaron exponencialmente la contaminación. Un análisis de impacto ambiental realizado en 2021 destacó que el 80% de las aguas residuales en la zona aún no reciben tratamiento adecuado, contribuyendo a la degradación del ecosistema acuático. A pesar de las intervenciones realizadas, como la colocación de contenedores de basura en áreas cercanas al río, las acciones han sido insuficientes para mitigar la problemática. Esto subraya la necesidad de estrategias más integrales que incluyan el monitoreo constante, sanciones efectivas y un enfoque educativo más amplio para cambiar las prácticas actuales de manejo de residuos. (Repositorio ESPE, 2021)

Contexto

El río Santa Clara se localiza en el cantón Rumiñahui, dentro del Valle de los Chillos, en la provincia de Pichincha, Ecuador. Este río es parte importante de la cuenca hidrográfica interandina y se caracteriza por atravesar áreas urbanas y rurales, desempeñando un papel crucial en la provisión de agua para actividades agrícolas, industriales y domésticas. En términos demográficos, el cantón Rumiñahui alberga una población de aproximadamente 100,000 habitantes, cuya densidad y crecimiento acelerado han ejercido presión significativa sobre los recursos naturales, incluyendo el río Santa Clara (AME, 2020).

La región presenta una variedad de flora y fauna típica de los ecosistemas andinos. La vegetación incluye especies como alisos, capulíes y matorrales que contribuyen a la estabilidad de los suelos. La fauna incluye aves como colibríes y especies acuáticas como peces pequeños y anfibios, los cuales se han visto afectados por los cambios en la calidad del agua. Estas alteraciones son atribuibles a la contaminación generada por desechos industriales y domésticos, así como al uso no regulado de pesticidas en actividades agrícolas cercanas (ESPE, 2020).

En Ecuador, el contexto de la comunicación digital está marcado por un amplio acceso a internet y una significativa presencia en redes sociales. Según el informe "Ecuador Estado Digital 2021", el 78,7% de la población utiliza redes sociales diariamente, siendo Facebook, Instagram, TikTok y Twitter las plataformas más populares. Este uso es liderado por jóvenes de 18 a 24 años, seguidos por los de 25 a 34 años, lo que resalta la relevancia de las generaciones más jóvenes en el ecosistema digital. Además, el tiempo promedio en redes sociales alcanza los 18 minutos por día en Facebook, seguido por YouTube. Esto refleja una alta interacción en plataformas multimedia, clave para la diseminación de campañas sociales y ambientales. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2023)

El acceso a internet también ha crecido considerablemente, con un 80% de penetración nacional. De este grupo, el 91% utiliza teléfonos inteligentes para acceder a redes sociales, lo que subraya la importancia del contenido adaptado a dispositivos móviles. Adicionalmente, medios alternativos de comunicación, como blogs y páginas web independientes, han emergido como fuentes influyentes, complementando los medios tradicionales. Estos datos posicionan a Ecuador como un país con una infraestructura digital apta para estrategias transmedia, especialmente en proyectos que busquen un impacto amplio y diversificado. Primicias. (2021)

Justificación

La creación de una campaña de concientización sobre la contaminación del río Santa Clara tiene un importante valor epistemológico al aportar al desarrollo de nuevos enfoques en comunicación ambiental, específicamente mediante la producción multimedia. Este proyecto permite explorar cómo los recursos tecnológicos y creativos pueden transformar la percepción y el entendimiento de problemas ambientales, sensibilizando a la población a través de narrativas visuales impactantes y estrategias digitales accesibles. El diseño y ejecución de la campaña generarán herramientas prácticas y conocimiento académico que podrán replicarse en futuras intervenciones ambientales. Asimismo, documentar este proceso fortalecerá el entendimiento sobre la eficacia de las campañas multimedia en contextos específicos como el cantón Rumiñahui. Para los autores, el proyecto no solo es una contribución al ámbito académico y social, sino que, también valida la capacidad formativa del **Instituto Tecnológico Universitario Rumiñahui**, subrayando cómo los egresados pueden abordar problemas reales mediante un enfoque interdisciplinario.

La viabilidad técnica de este proyecto radica en la versatilidad y alcance de la producción multimedia, que ofrece múltiples herramientas para comunicar mensajes ambientales de manera eficiente. Las plataformas digitales, como redes sociales, permiten llegar a un público diverso y masivo con recursos interactivos, como videos, infografías y contenido transmedia. Estas estrategias son accesibles y económicamente factibles, optimizando recursos sin comprometer la calidad del mensaje. Adicionalmente, el uso de métricas digitales facilita el monitoreo del impacto en tiempo real, lo que garantiza ajustes oportunos para maximizar la efectividad de la campaña. Este proyecto no solo busca generar conciencia sobre la problemática ambiental, sino también poner en práctica las habilidades técnicas adquiridas durante la formación académica de los estudiantes. La creación de esta campaña constituye una oportunidad para que los autores demuestren su dominio en el diseño y gestión de proyectos de comunicación, lo que contribuye directamente a la culminación exitosa de sus estudios en el **Instituto Tecnológico Universitario Rumiñahui**.

La realización de esta campaña no solo responde a un compromiso personal y profesional con la protección ambiental, sino que también es un paso crucial para que los autores logren su meta de graduarse del **Instituto Tecnológico Universitario Rumiñahui**. Este proyecto no solo tiene un profundo significado académico, sino que también es indispensable para culminar su formación y obtener su título profesional. Personalmente, los autores están motivados por su conexión con el cantón Rumiñahui y por la urgencia de abordar un problema ambiental que afecta directamente a su comunidad. Profesionalmente, esta campaña les permite aplicar las competencias adquiridas en producción multimedia en un contexto real, integrando habilidades técnicas, creativas y de gestión. Más allá de cumplir un requisito académico, el proyecto representa una oportunidad para contribuir al desarrollo sostenible del entorno inmediato, demostrando que los egresados del instituto están capacitados para liderar iniciativas significativas que generen impacto social y ambiental positivo.

Objetivo general

- Crear una campaña transmedia de concientización ambiental sobre la contaminación del “Rio Santa Clara en Rumiñahui”

Objetivos específicos

- Describir las cualidades del problema ambiental de la contaminación de “Rio Santa Clara” 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 es una solución adecuada para la campaña de concientización ambiental porque permite involucrar a la audiencia a través de múltiples plataformas, generando un universo narrativo coherente e inmersivo. Este enfoque expande los contenidos de manera estratégica, aprovechando las fortalezas de cada medio para crear una experiencia integral. Según Jenkins (2006), el transmedia storytelling construye historias que se desarrollan a través de varios formatos, permitiendo que cada medio aporte elementos únicos que enriquecen la narrativa global. La capacidad de la audiencia para participar activamente es clave, ya que fomenta el compromiso y la viralización del mensaje. Ejemplos como el Universo Cinematográfico de Marvel demuestran cómo esta estrategia logra fidelizar a sus seguidores al ofrecer contenido complementario en diversos canales

Además, campañas transmedia como “Bohemian Rhapsody Experience” han demostrado cómo este enfoque puede adaptarse a temáticas complejas. En este caso, se

usaron redes sociales, contenido audiovisual y realidad virtual para promover una experiencia interactiva y emocional, aumentando significativamente la participación del público. Este tipo de estrategias no solo permite alcanzar una audiencia más amplia, sino también generar impacto a largo plazo. En el ámbito ambiental, utilizar transmedia es esencial para diversificar los mensajes y hacerlos accesibles a diferentes segmentos de la población, asegurando que la campaña sea relevante y efectiva. Su viabilidad se basa en la integración de herramientas digitales y recursos multimedia, que hoy son ampliamente accesibles

Alcance

El alcance de este trabajo está enfocado a la utilización de campañas transmedia que conecten emocionalmente con la Generación Z. Se busca promover el cambio conductual mediante acciones inclusivas y colaborativas, adaptadas a sus intereses y hábitos comunicativos.

La Generación Z, nacida entre 1995 y 2010, destaca por ser nativa digital y por su capacidad de interacción con múltiples plataformas simultáneamente. Crecieron en un entorno de alta conectividad, utilizando redes sociales como canales principales de comunicación y participación social. (Foro Económico Mundial, 2023). En el contexto ambiental, esta generación muestra un fuerte interés en temas de sostenibilidad, aunque enfrentan el desafío de convertir su conciencia en acciones tangibles. Valoran la autenticidad y el compromiso real de las marcas con prácticas sostenibles, rechazando lo que perciben como "postureo" ambiental. Su enfoque en la comunicación exige mensajes inclusivos, visualmente atractivos y adaptados a su lenguaje cotidiano, lo que subraya la necesidad de estrategias innovadoras para captar su atención y fomentar su involucramiento activo en causas como la protección del río Santa Clara (UOC, 2023).

Para alcanzar un impacto diversificado, la campaña debe integrar una estrategia transmedia que permita interactuar con esta audiencia en múltiples canales, aprovechando la narrativa adaptativa y los formatos multimedia. Esto incluye la creación de contenido en redes sociales, plataformas audiovisuales y eventos presenciales, garantizando una experiencia coherente y envolvente. (Verdes Digitales, 2022). Una campaña transmedia no solo amplifica el alcance, sino que también fomenta la participación activa, al permitir que los usuarios contribuyan y se sientan parte del mensaje. Ejemplos exitosos, como la campaña "La Hora del Planeta", demuestran cómo esta estrategia puede movilizar masivamente a través de narrativas que conectan emocionalmente con diferentes públicos. En este caso, se buscará promover el cambio conductual y la responsabilidad ambiental entre los jóvenes, adaptándose a sus preferencias comunicativas y fomentando su protagonismo en las soluciones propuestas (HETS, 2021).

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

En la etapa de comprensión se entra en un primer contacto del profesional con el cliente en donde se tiene la entrevista, se saca información, se crea el brief, y se describe las necesidades que estamos en la tarea de resolver. En la etapa de investigación se indagará a los temas planteados en el proyecto, para la que se ha optado a revisar en los principales repositorios académicos en internet. En la etapa de generación se amplificarán ideas y propuestas, se desarrollarán y se revisarán 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:

Pasos que compone la metodología propuesta.

Etapas	Pasos	Descripción
Comprender	Definición de Brief Creativo	Entrevistas con la población de Rumiñahui 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 Universitario Rumiñahui. 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

Esta campaña abordará los principales desafíos del río Santa Clara generando impactos significativos en los ámbitos ambiental, social, político, cultural, económico y legal. Promoverá conciencia, cohesión comunitaria, desarrollo sostenible y la implementación de soluciones concretas para proteger el río, involucrando a la Generación Z y fomentando acciones responsables en toda la comunidad.

- **Ámbito Ambiental:**

El principal impacto de esta campaña será el aumento de la conciencia ambiental en la comunidad local, especialmente en la generación Z, que muestra una creciente preocupación por el medio ambiente. A través de una campaña de concientización bien diseñada, se podría incentivar la adopción de prácticas sostenibles, como la reducción de residuos y el reciclaje. Además, la implicación

activa de los jóvenes en la problemática del río Santa Clara podría llevar a un cambio conductual positivo, alentando a la comunidad a involucrarse en iniciativas de limpieza y restauración del ecosistema fluvial. Como ejemplo, iniciativas como la campaña global “La Hora del Planeta” han demostrado que una campaña de este tipo puede generar una mayor sensibilización sobre el cambio climático (Foro Económico Mundial, 2023). De manera indirecta, se podría crear un círculo virtuoso donde la presión social sobre las autoridades locales fomente políticas públicas más rigurosas para la protección de los recursos hídricos.

- **Ámbito Político:**

En el ámbito político, esta campaña podría generar un impacto significativo en la agenda de los actores locales, como las autoridades municipales y organismos ambientales. Al movilizar a la comunidad y visibilizar la problemática de la contaminación en el río Santa Clara, se podría aumentar la presión sobre los políticos para que adopten medidas concretas de intervención. Un ejemplo de esto es el impulso de políticas ecológicas en ciudades que, tras campañas ciudadanas, han mejorado su legislación sobre la calidad del agua y el manejo de residuos. A través de esta campaña, se podría contribuir a sensibilizar a los líderes políticos sobre la importancia de tomar decisiones más sostenibles en beneficio del medio ambiente local (Soler & Rodríguez-Ardura, 2023).

- **Ámbito Social:**

Socialmente, esta campaña tiene el potencial de fortalecer el sentido de comunidad y responsabilidad colectiva. Al involucrar a los jóvenes y otros grupos sociales en actividades relacionadas con la protección del río, como jornadas de limpieza o plantación de árboles, se fomenta la cooperación y el trabajo en equipo. La campaña también podría reducir la brecha entre diferentes sectores sociales, uniendo a las personas en torno a un objetivo común. Esta cohesión social es crucial para enfrentar desafíos ambientales a nivel local, ya que la acción colectiva tiene un impacto mucho mayor que la acción individual (Verdes Digitales, 2022).

- **Ámbito Cultural:**

La campaña también podría generar un impacto cultural importante, promoviendo la revalorización de los ríos y recursos naturales como patrimonio cultural. Al integrar elementos de la identidad local y las tradiciones asociadas al río Santa Clara, se fomenta un sentimiento de pertenencia y respeto por el entorno natural. Además, esta campaña puede servir como vehículo para educar sobre las costumbres locales y las prácticas ancestrales relacionadas con la conservación

del agua, que podrían ser recuperadas y adaptadas al contexto contemporáneo. Por ejemplo, en campañas similares a nivel global, se ha demostrado que la integración de la cultura local en los esfuerzos de conservación ayuda a fortalecer la eficacia de la campaña (Sumell, 2023).

- **Ámbito Económico:**

Económicamente, la campaña podría tener un efecto positivo al incentivar el turismo ecológico en la región, dado que muchos turistas están cada vez más interesados en destinos sostenibles. Además, promover la limpieza y la protección del río podría mejorar la calidad del agua, lo que tendría beneficios para la agricultura y las actividades productivas locales que dependen de este recurso. De forma indirecta, también podría generar empleos en el área de gestión ambiental y en actividades de concientización. Ejemplos de iniciativas que han beneficiado económicamente a sus regiones gracias a la concientización ambiental incluyen los esfuerzos en comunidades que promueven el ecoturismo (Soler, 2023).

- **Ámbito Legal:**

En el ámbito legal, esta campaña podría contribuir a la creación o fortalecimiento de normativas que regulen la contaminación de cuerpos de agua y la gestión de residuos. La sensibilización generada por la campaña podría llevar a que los ciudadanos demanden mejores políticas de protección ambiental, creando un entorno más favorable para la implementación de leyes y regulaciones más estrictas. En países como Colombia y México, campañas de concientización sobre la contaminación han impulsado la creación de leyes más estrictas para la preservación de recursos hídricos (Soler & Rodríguez-Ardura, 2023).

Beneficiarios directos:

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

Beneficiarios indirectos:

- Comunidad del sector
- Fauna
- Flora

- Turistas

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME). (2020). *Cantón Rumiñahui*. Recuperado de <https://www.ame.gob.ec/>
- BCM Marketing. (2024). *Campaña transmedia: ¿qué es? y ejemplos*. Recuperado de <https://www.bcm.marketing>
- Canchignia Lema, D. J., & Carvajal Benítez, A. F. (2022). *Evaluación de la calidad del agua del río Santa Clara ubicado en el cantón Rumiñahui*. Escuela Politécnica Nacional. Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/22203>
- Diario La Hora. (2015). *Vecinos del río Santa Clara evitan dormir en sus casas*. Recuperado de <https://www.lahora.com.ec>
- Foro Económico Mundial. (2023). *La generación Z está preocupada por la sostenibilidad y está empezando a hacer que los demás sientan lo mismo*. Recuperado de <https://es.weforum.org>
- HETS. (2021). *El tiempo de cambio y la percepción de la «Generación Z» en la educación*. Recuperado de <https://hets.org>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Repositorio Digital UPSE. (2019). *Evaluación de impacto ambiental y desarrollo sostenible*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec>
- Repositorio ESPE. (2021). *Contaminación y manejo de residuos en el cantón Rumiñahui*. Universidad de las Fuerzas Armadas. Recuperado de <https://repositorio.espe.edu.ec>
- Sarmiento Alvarado, B. C. (2020). *Identificación molecular de adenovirus como indicadores de contaminación del río Santa Clara, cantón Rumiñahui*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Recuperado de <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/21661>
- Soler, M., & Rodríguez-Ardura, I. (2023). *La sostenibilidad y la preocupación por el medio ambiente en la generación Z: Implicaciones para las marcas*. Recuperado de <https://www.uoc.edu>
- Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. (2020). *Evaluación de la calidad del agua del río Santa Clara*. Recuperado de <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/21661>
- Universidad Internacional de La Rioja. (2024). *Las claves de la transmedialidad*. Recuperado de <https://www.unir.net>

- UOC. (2023). *La generación Z: características y comportamiento*. Recuperado de <https://www.uoc.edu>
- Verdes Digitales. (2022). *El compromiso ambiental por generaciones: realidades y desafíos*. Recuperado de <https://verdesdigitales.com>
- Verdes Digitales. (2022). *El compromiso ambiental por generaciones: realidades y desafíos*. Recuperado de <https://verdesdigitales.com>

ANEXOS

CRONOGRAMA																							
NOMBRE DEL TRABAJO:		Santa Clara Revive																					
AUTORES:		Mario Jair Gray Narváez Gabriel Alejandro Cáceres Taco																					
TUTOR:		Ing. Eduardo Cadena Mg.																					
FECHA:		28 – 02 - 2025																					
ACTIVIDADES	SEMANAS																				%	PRESUPUE STO	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	VALORACION		
Objetivo 1: Describir las cualidades del problema ambiental del río Santa Clara con el fin de identificar sus posibles necesidades y oportunidades para visibilizar su potencial de cambio a través de productos de comunicación multimedia.																						28%	0
Planteamiento del problema y sus antecedentes.	X																						

[illegible]

componen la campaña.																						
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%	2806
Desarrollo del producto audiovisual									X											
Desarrollo del producto audiovisual									X											
Desarrollo del producto editorial Desarrollo del producto AR										X										
Contenido de redes sociales											X									

[illegible]

Defensa y retroalimentación

NOMBRE DEL TRABAJO: Santa Clara Revive

AUTOR: Mario Gray, Gabriel Cáceres

TUTOR: Ing. Eduardo Cadena Mg.

FECHA: 24 – 11 - 2024

RUBROS					GASTOS POR SEMANA																		GASTO
Nº	DESCRIPCIÓN	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	

1. HARDWARE

	Laptop y PC para edición	2	700	1200	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	1.200
	Cámara (Lumix G100)	1	500	500	x	x	x	x	x	x	x												500
	Micrófonos (Rode NT1-A)	2	100	200									x	x	x	x	x	x					200

	Luces e Iluminación	2	75	150	x	x	x	x	x	x	x	X											150
	Backing para Estudio	1	75	75	x	x	x	x	x	x	x	x											75
2. SOFTWARE																							
	Licencia Adobe Creative Cloud	2	29.99/mes	120	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	120
	Licencia Artivate	1	20/mes	80	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	80
3. MATERIALES Y SUMINISTROS																							
	Fabricación de Marionetas	3	90	270	x	x	x	x	x	x	x	x											270
	Stickers	1	1	1																	x	X	1
4. RECURSOS GRÁFICOS Y BIBLIOGRÁFICOS																							
	Recursos Gráficos y Audiovisuales		100	100											x	x	x	x					100
	Recursos Bibliográficos		50	50	x	x	X	x															50
5. COSTOS DE PRODUCCIÓN																							
	Transporte y Organización		60	60																			60
PRESUPUESTO TOTAL																							2.806