



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**USO DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA
ALFABETIZACIÓN ECOLÓGICA EN EL CUIDADO DE LA PLAYA
MALECÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021**

AUTOR:

JOFFRE JAIRO TORRES TOMALÁ

TUTORA:

ECON. LILIBETH ALEXANDRA ORRALA SORIANO, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA:

LCDO. GONZALO JAVIER VERA VERA, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA:

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022

TEMA

**USO DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA
ALFABETIZACIÓN ECOLÓGICA EN EL CUIDADO DE LA PLAYA
MALECÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021**

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado día a día en impartir sus enseñanzas en el transcurso de mi preparación académica. Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a sus ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha regido, he logrado cumplir importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi proyecto de investigación con éxito y tener una afable titulación profesional.

A la docente Econ. Lilibeth Orrala. Mgtr, por su apoyo constante y asesoría en el presente trabajo de investigación. Agradezco a los miembros de la Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad, pescadores artesanales del sector quienes me brindaron su ayuda en la participación de este trabajo.

Al Lcdo. Elvis Lindao Suárez. Mgtr y al Blgo. Ángel Bacilio Guale por la apertura y ayuda como especialistas en el proceso investigativo.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por la formación constante de los educandos.
A todos los miembros del tribunal por su paciencia y aliento en el logro del trabajo de investigación para su materialización.

Joffre Jairo Torres Tomalá

DEDICATORIA

A mi especial y querida madre: Verónica, así como también a mi hermano por su constante apoyo moral y espiritual. Y un especial agradecimiento a mi abuela Dominga. A todos ellos por ser los pilares fundamentales y fuentes permanentes de mi educación y de mi vida.

A mis compañeros de estudio quienes empezaron conmigo durante esta larga y agradable experiencia académica formadora.

Este trabajo de investigación, el cual ha requerido de mucho esfuerzo, dedicación, largas horas de trabajo, mismo que no hubiese sido posible su culminación tras la ayuda de muchas personas que me ofrecieron su apoyo incondicional en la elaboración de este proyecto de investigación, mismas a quienes dedico el presente trabajo de titulación.

Joffre Jairo Torres Tomalá

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 26 de julio de 2022

Doctora
Lilian Susana Molina Benavides
Directora de la Carrera de Comunicación
En su despacho. –

En calidad de tutora asignada por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **JOFFRE JAIRO TORRES TOMALÁ**, con cédula de identidad N° **2400147928**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el REGLAMENTO DE TITULACIÓN DE GRADO Y POSTGRADO DE LA UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor: El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor: **JOFFRE JAIRO TORRES TOMALÁ**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **USO DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA ALFABETIZACIÓN ECOLÓGICA EN EL CUIDADO DE LA PLAYA MALECÓN LA LIBERTAD, AÑO 2021**. Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.
Docente tutora
Trabajo Integración Curricular II
CI: 0924540701
Correo Institucional: lorryalas@upse.edu.ec
Cel:0967735133

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

**DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



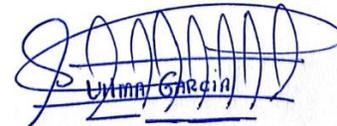
Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgr.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgr.

**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgr.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Torres Tomalá Joffre Jairo

ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **JOFFRE JAIRO TORRES TOMALÁ** con **C.C: 2400147928**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo que el trabajo de titulación: **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, presentado ante la **UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (UIC)**, cuyo tema es: **USO DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA ALFABETIZACIÓN ECOLÓGICA EN EL CUIDADO DE LA PLAYA MALECON LA LIBERTAD, AÑO 2021**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Joffre Jairo Torres Tomalá

CI: 2400147928

Correo Institucional: joffre.torrestomala@upse.edu.ec

Cel: 0996315300

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	V
DERECHOS DE AUTORÍA.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES.....	I
RESUMEN	I
ABSTRACT.....	II
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Formulación del problema	4
1.3 Preguntas de investigación	4
1.4 Justificación.....	4
1.5 Objetivos	5
1.6 Hipótesis.....	6
1.7 Variables (independiente, dependiente).....	6
1.8 Variables (Operacionalización)	7
2 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Antecedentes (ubicación del objeto de estudio).....	8
2.2 Marco conceptual (en base a libros académicos y artículos de investigación)	11
2.2.1 Estrategias comunicacionales	11
2.2.2 Productos comunicacionales	12
2.2.3 Comunicación.....	13
2.2.4 Público objetivo.....	14
2.2.5 Alfabetización ecológica	15
2.2.6 Cambio social	16
2.2.7 Persuasión colectiva	17
2.2.8 Percepción ambiental.....	18
2.3 Marco Legal.....	19

3	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	23
3.1	Tipo de investigación	23
3.2	Enfoque de la investigación	23
3.3	Diseño de la investigación	24
3.4	Métodos de investigación	24
3.5	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	25
3.6	Universo, población y muestra	26
4	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1	Procesamiento de la información	29
4.2	Análisis e interpretación de los resultados	29
4.3	Discusión	36
5	CONCLUSIONES	40
6	RECOMENDACIONES	42
7	BIBLIOGRAFÍA	44
8	ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	
Los videos, flyers y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social.....	30
Tabla 2	
Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a su público objetivo generan cambios en la opinión pública.....	30
Tabla 3	
La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales.....	32
Tabla 4	
La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno.....	33
Tabla 5	
Análisis de resultados de guía de preguntas estructuradas a expertos.....	34

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

Figura 1

Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social..... 30

Figura 2

Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a las personas generan cambios en la opinión pública..... 31

Figura 3

La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales..... 32

Figura 4

La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno..... 33

RESUMEN

El objetivo de este trabajo investigativo estuvo focalizado en profundizar de qué manera la identificación de una estrategia comunicacional eficaz representa ser un eje influyente en la formación de actitudes, percepciones, hábitos y prácticas ambientales propias en la construcción de una alfabetización ecológica para las personas incidiendo en la aportación de mejoras para la calidad de vida de los habitantes del Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena, en donde se pudo observar mediante la aplicación de técnicas con base a la recolección de información; encuesta, entrevista y mediante la narrativa transmedia de fotografías la ausencia de corresponsabilidad individual y social referente al cuidado y aseo integral de la playa Malecón La Libertad, en donde una de las principales actividades que genera mayor contaminación en esta zona costera de la provincia es la pesca artesanal y toda actividad que conlleva a producirla, práctica desarrollada en el sector La Caleta, por tanto, se precisa el diseño de una estrategia comunicacional de información, persuasión y sensibilización direccionadas al desarrollo de competencias ecológicas de estos actores sociales; comerciantes, pescadores y ciudadanía libertense. Es necesario no solo enfocarse en la adquisición de conocimientos en la parte cognitiva, sino también en los contextos actitudinales y participativos en relación a despertar esa corresponsabilidad en el cuidado de la playa y el mejor manejo de los recursos que provee la zona costera de la provincia.

Palabras claves: Estrategias comunicacionales, alfabetización ecológica, corresponsabilidad social

ABSTRACT

The objective of this research work was focused on deepening how the identification of an effective communication strategy represents an influential axis in the formation of attitudes, perceptions, habits and environmental practices in the construction of an ecological literacy for people influencing the contribution of improvements to the quality of life of the inhabitants of the Canton La Libertad of the Province of Santa Elena, where it was observed through the application of techniques based on information collection; survey, interview and through the narrative through photographs, the absence of individual and social co-responsibility regarding the care and cleanliness of the beach Malecón La Libertad, where one of the main activities that generates more pollution in this coastal area of the province is artisanal fishing and all activity that leads to produce it, practice developed in the sector La Caleta, therefore, it is necessary to design a communication strategy of information, persuasion and awareness aimed at developing ecological skills of these social actors; traders, fishermen and citizens of La Libertad. It is necessary not only to focus on the acquisition of knowledge in the cognitive part, but also in the attitudinal and participatory contexts in relation to awaken that co-responsibility in the care of the beach and the better management of the resources provided by the coastal zone of the province.

Keywords: Communication strategies, ecological literacy, social co-responsibility

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación pretende evidenciar la importancia de idear nuevas formas comunicativas estratégicas eficaces para el fortalecimiento de las competencias ecológicas de la ciudadanía libertense favoreciendo de esta forma a su desarrollo integral, permitiendo la participación activa de los ciudadanos basada en actitudes ambientalistas y que contribuyan al cuidado de la playa Malecón La Libertad. Resulta apremiante la profundización de la temática planteada, así como la gestión de estrategias focalizadas hacia el cambio social y cultural enfatizando la necesidad de promover ideologías, prácticas y el involucramiento participativo del individuo que hace uso de este sector turístico del cantón.

Es evidente la ausencia de actitudes ambientalistas frente a los niveles de contaminación que existe en todos los sectores del Malecón La Libertad, sobre todo en el sector de La Caleta. Lugar que es utilizado para el desarrollo de actividades pesqueras artesanales misma que ha presentado un índice de crecimiento a nivel provincial y es una de las principales actividades causantes de la contaminación del borde costero. Lo establecido previamente estará realizado bajo el desarrollo de la correspondiente investigación de campo, así como la investigación documental bibliográfica.

Para la obtención de la información se recurre fundamentalmente a la implementación de los instrumentos aplicados con base a la encuesta al público objetivo y la entrevista a especialistas de las áreas tratadas en la temática planteada para la obtención de la información y que posteriormente será objeto de análisis en la investigación. El proyecto de investigación tiene como finalidad demostrar la incidencia del uso de estrategias comunicativas como un medio para el desarrollo de alfabetización ecológica sujeta a la participación por parte de la Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad, pescadores y la ciudadanía para la aplicación de actividades y hábitos ambientalistas.

El trabajo investigativo presenta cuatro capítulos detallados a continuación.

CAPITULO I: Formulación general del proyecto, está conformado por la descripción, formulación del problema, las preguntas de investigación, así como la justificación, objetivo general, objetivos específicos acompañados de la hipótesis y las variables dependiente e independiente bajo la finalidad de especificar y profundizar la problemática planteada en la investigación.

CAPITULO II: Marco teórico, se describen las principales fundamentaciones argumentadas como base teórica para el desarrollo de la investigación tales como los antecedentes, el marco conceptual con base a artículos de investigación y libros académicos, así como también el marco legal.

CAPITULO III: Metodología, se presenta el tipo de la investigación mediante el establecimiento del enfoque, diseño, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de la información que conlleva el desarrollo del proyecto de investigación finalizando este apartado con la delimitación del universo, población y muestra.

CAPITULO IV: Resultados y discusión, se establece el procesamiento de la información para posteriormente su análisis e interpretación de los resultados, así como también la discusión de los mismos.

Posterior a los cuatro capítulos detallados se finaliza con la descripción de las conclusiones y las recomendaciones del proyecto de investigación.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La falta de corresponsabilidad social en temas referentes al cuidado ambiental de las playas está basada principalmente en la ausencia de prácticas culturales y conductuales que ayuden a la sostenibilidad ecológica, misma que evidencia afectaciones en la vida de las especies marinas a causa de la contaminación generada por el vertimiento de desechos orgánicos, basura, residuos plásticos, y microplásticos en la playa, lugar que actúa como una fuente importante de biodiversidad vegetal y animal, así como también representa ser un atractivo turístico.

Al existir factores contaminantes en el agua de la costa, impacta directamente en la vida de la fauna marina debido a que muchas de estas especies ingieren estos contaminantes, especies que luego terminan siendo consumidas por el propio ser humano, por lo tanto, esta problemática representaría ser un detonante para dar origen a problemas en la salud de los habitantes y personas que hacen uso de esta zona turística. El poco interés de las personas y la falta de conciencia ambiental influye directamente en el aumento gradual de la contaminación en la playa Malecón del Cantón La Libertad, la presencia de desechos en el sector es proporcional a la ausencia de conocimiento que la comunidad tiene referente al cuidado del ecosistema marino costero.

Los actores involucrados en esta problemática interpretan de diferentes formas las pocas estrategias que se generan a partir de fundaciones, voluntarios, departamentos de instituciones públicas quienes no consolidan la estrategia pertinente para difundir y sobre todo concientizar a la población sobre la importancia que tiene el cuidado ambiental en este sector de La Libertad. El presente trabajo de investigación está basado en el estudio que se realizará en la playa Malecón La Libertad, en la cual se determinarán diversos factores que ponen en riesgo la sostenibilidad y el cuidado medioambiental del perfil costero, además de evaluar y analizar la influencia ante la aplicación de diferentes estrategias comunicacionales que aporten a la ciudadanía enseñanzas y prácticas ecológicas que contribuirán al cuidado ambiental de la playa logrando así un cambio cultural a nivel individual y social.

1.2 Formulación del problema

Bajo este contexto el investigador se plantea la siguiente formulación del problema:

¿Cómo influye el uso de estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cómo identificar estrategias comunicacionales para los usuarios de la playa del Malecón La Libertad?
- ¿Para qué se debe determinar los factores que inciden en la alfabetización ecológica y corresponsabilidad social en los habitantes del Cantón La Libertad
- ¿Por qué se debe definir los componentes de una estrategia comunicacional efectiva en la comunidad libertense?

1.4 Justificación

El Cantón La Libertad es considerado como la capital comercial dentro de la provincia de Santa Elena, denominado como el centro económico pues se generan diversas actividades relacionadas al comercio formal e informal, instituciones bancarias tienen sucursales en la avenida principal, empresas dedicadas a la producción de bienes y organizaciones que brindan servicios generan trabajo y fomentan el desarrollo económico en este sector de la provincia. A la par de estas actividades existe el desequilibrio en los contextos ambientales, pues toda actividad económica tiene su perjuicio al medio ambiente.

El presente trabajo de investigación está concebido bajo la necesidad de oportunamente lograr un cambio de culturalización social en la preservación del medio ambiente y el aseo integral de la playa Malecón perteneciente al Cantón La Libertad, ubicada en la provincia de Santa Elena. Su importancia radica en crear y difundir conciencia en toda la ciudadanía libertense, con el propósito de que sean parte de la solución a esta problemática que cada día toma mayor fuerza y repercute negativamente en el ecosistema marítimo y en la salud de los habitantes. Es relevante y pertinente el objetivo de la investigación por cuánto se requiere mediante estrategias

comunicacionales persuadir la conciencia ciudadana e inducirlos a mejorar su forma de vida con miras a una nueva cultura en el cuidado ambiental.

Gracias al surgimiento de innovadoras plataformas y herramientas digitales se han obtenido y aplicado formas estratégicas de llevar a cabo el proceso de comunicación, de allí la importancia de hacer uso de estos recursos comunicativos para la transmisión de información que generen un cambio social y que mediante esta se promueva la alfabetización ambiental en un mayor alcance con el público. La educación ambiental dentro de este proyecto tendrá un alcance e impacto positivo en los ciudadanos, de esta manera se inculcará a las personas en mantener limpio el Malecón de La Libertad y que a su vez se conviertan en promotores del cuidado de las playas. Los beneficiarios de este trabajo de investigación serán miembros de las diferentes asociaciones de trabajadores del Malecón La Libertad, los pescadores, la ciudadanía libertense y el público en general, mismos que bajo su participación activa garantizarán el éxito del propósito de este proyecto investigativo.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Conocer las estrategias comunicacionales efectivas para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad a través de la elaboración de productos comunicacionales

1.5.2 Específicos

- Identificar estrategias comunicacionales para los usuarios de la playa del Malecón La Libertad.
- Determinar qué factores inciden en la alfabetización ecológica y corresponsabilidad social en los habitantes del Cantón La Libertad
- Definir los componentes de una estrategia comunicacional efectiva para el cambio social de la comunidad libertense en el cuidado de la playa del cantón.

1.6 Hipótesis

La aplicación de estrategias comunicacionales mejora significativamente la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad.

1.7 Variables (independiente, dependiente)

1.7.1 Variable independiente: Estrategias comunicacionales

Se conoce con anterioridad el significado de una estrategia comunicacional y lo que ésta representa. Navarro et. al. (2019) concuerdan citando:

Las estrategias comunicacionales son establecidas como acciones, alternativas o herramientas enfocadas a la integración en la cultura organizacional, misma que es utilizada para proyectar la organización, también para afianzar relaciones entre la misma organización y el público objetivo con el fin de promover confianza entre los participantes” (p. 80).

Para la presente investigación, las estrategias comunicacionales representan acciones realizadas con la finalidad de integrar, interrelacionar y coordinar diferentes aspectos y medios adecuados para alcanzar las metas y objetivos de una organización.

1.7.2 Variable dependiente: Alfabetización ecológica

La alfabetización ecológica enmarca aquella manera de cultivar nuestra inteligencia emocional, educar con valores, conocimientos y experiencias a las personas para construir una estrecha relación del individuo y el medio ambiente. Pulido & Olivera (2018) sostienen:

La educación ambiental, es llamada también como educación para el desarrollo sostenible, misma que es concebida como una tendencia de carácter educativo, que promueve la participación de la comunidad educativa; alumnos y docentes en el proceso

de enseñanza-aprendizaje con el único fin de generar conciencia en relación a la sustentabilidad del medio ambiente (p. 24)

La alfabetización ecológica constituye ser un principal aporte en el mantenimiento de la sostenibilidad ambiental de los diversos ecosistemas que lo conforman, generando conciencia sobre su cuidado e importancia del accionar emergente y necesario ante las consecuencias por las cuales el ser humano pasa en la actualidad.

1.8 Variables (Operacionalización)

Dicho apartado se encuentra establecido en el **Anexo 1**

2 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (ubicación del objeto de estudio)

Las diferentes problemáticas que afectan al planeta condicionan la permanencia de las especies y del propio ser humano y precisamente es este último que ha sido actor causante de una serie de atentados en contra de la naturaleza, este ámbito no solo se lo evidencia en el contexto local, regional, nacional, sino que ha llegado a esferas de órdenes internacionales.

Las estrategias de comunicación son herramientas establecidas mediante una planificación, en donde se toman a consideración aspectos elementales que contribuirán en la efectividad del acto comunicativo, así de manera sistematizada y coherente el mensaje establecido alcanzará de forma certera la transmisión de la información a su público objetivo. Chávez & Tapia (2018) sostienen lo siguiente:

La estrategia comunicacional es un recurso utilizado para gestionar acciones comunicativas de carácter interno, que ayudarán a reforzar y diferenciar ciertos procesos institucionales y que tienen un alcance externo, orientados a informar sobre el alcance y el avance de las diferentes estrategias, programas, planes o proyectos. Esta estrategia así mismo representará ser una promoción al empoderamiento comunitario de las iniciativas gubernamentales, bajo la dirección y el implemento de campañas cívicas y educativas y el posicionamiento de la imagen de la institución. (p.51)

Se considera a las estrategias comunicacionales como una orientación en la que su finalidad es contribuir y establecer cambios en la conducta de las personas frente a una situación específica. En ese sentido, una estrategia comunicacional representa el planteamiento y acción estratégica de procesos comunicativos con el manejo de los medios necesarios para ayudar en la toma de decisiones siendo específicos en el cuidado y preservación del medio ambiente.

Para la elaboración de una estrategia comunicacional es necesario contar con una planificación de por medio, misma en la que se deben tomar a consideración diversos aspectos en relación y que estén direccionados a la búsqueda del cumplimiento de los objetivos de la organización. Gonzáles (2018) concuerda manifestando:

La estrategia de comunicación es una herramienta de planificación cuya base es la sistematización de manera globalizada, integral y coherente de los indicadores, los recursos instrumentales, las técnicas, tácticas, el tiempo de acción, los objetivos planteados y sus actividades planificadas. Dicho periodo de tiempo estará operativizado por planes anuales que ayuden a la verificación de la obtención y el cumplimiento de los objetivos generales a través de los objetivos específicos y de esta manera se establezca un cronograma de actividades que serán desarrolladas.” (p.18).

El autor indica que las estrategias comunicacionales encierran una previa planificación que busca la integración colectiva, de esta manera el mensaje transmitido abarcará un mayor alcance, es por esto que se desea aportar con el presente tema de investigación a la cultura y al conocimiento relacionado con el cuidado del medio ambiente.

Se conoce la importancia que conlleva la aplicación de una estrategia comunicativa, generalmente son utilizadas en el ámbito empresarial e institucional, pero representan una buena base para ser tomada como el medio con el que se puede generar conciencia. Beltrán (2019) manifiesta lo siguiente: “La estrategia comunicativa es aquel plan construido para especificar quiénes somos, qué es lo que se ofrece y a que estamos predispuestos hacer para el público objetivo y que sea de manera distintiva, simple, clara, y persuasiva”. (p.151). La comunicación a través del tiempo se ha establecido como una herramienta estratégica que permite mejorar el desarrollo de una empresa u organización basándose en la persuasión, como la única forma de conseguir sus objetivos.

Es evidente la necesidad de lograr persuadir a la ciudadanía direccionado al hacer conciencia y cambios en el comportamiento de la sociedad, en la búsqueda de promover la

alfabetización ecológica, remarcando como punto importante y necesario la protección del ecosistema. Lopera (2017) sostiene:

Resulta indispensable la promoción de actitudes en pro del medio ambiente, al mismo tiempo que se debe reconocer la importancia del aprendizaje de conocimientos disciplinares, como convicciones inseparables y que actualmente es considerado como uno de los esenciales fundamentos respecto a alfabetización científica, y formar parte de la entidad propia llamada alfabetización ambiental (p. 39).

Se considera oportuno y necesario promover actitudes pro ambientalistas dentro de una sociedad que poco o nada representa con sus procedencias activistas el defender y salvaguardar el estado de nuestro medio ambiente, así como la importancia de ejercer la práctica denominada corresponsabilidad social, pues es una noción del que mucho se habla pero que ha tenido poco protagonismo.

La educación ambiental debe ser visto como un proceso que incentiva a las demás personas a investigar sobre las problemáticas del ecosistema con la finalidad de actuar e involucrarse en emplear acciones resolutivas a dicha problemática. Rodríguez et. al.(2018) manifiestan:

La alfabetización ecológica obtiene ese nombre debido a que es utilizada por personas o grupos humanos, quienes no han trabajado con la temática ambiental previamente. La ecología para consigo mismo (mental) que debe ser asumido con responsabilidad por los miembros de la comunidad; La ecología por el visitante, de quien debe existir participación y estar involucrado durante las visitas para que pueda asumir un comportamiento como un miembro activo de la ecología social; y la ecología física, que es representada en la armonía surgida por los elementos de la naturaleza presentes (p. 78).

Bajo esta premisa se establecen tres áreas distintas que guardan una estrecha relación entre sí y remarca la participación activa en la que debe estar y basarse el individuo en conjunto con la colectividad, determinando roles activos continuos, enmarcados en el protagonismo de los diversos actores que conviven en una sociedad.

Los principios del hombre van acorde a su filosofía de vida, esto requiere la motivación propia a su comportamiento desde su visión más humanitaria, Vera (2016) sostiene lo siguiente:

Los esfuerzos y principios de la Educación ambiental son aquellos que comprenden necesariamente ser adoptados en la vida diaria de los individuos, y de esta manera aplicarlas, haciendo de esta una filosofía de vida, una nueva ideología concebida como una iniciativa interna personal, pensada y con bases en principios éticos en el cuidado ambiental (p.18).

En concordancia con lo mencionado por el autor, la consideración por el cuidado del entorno corresponde a una iniciativa propia de cada individuo en base a la solución de una problemática de su realidad, por tanto, la predisposición de las partes involucradas es fundamental en el cumplimiento por los intereses de un bien común.

2.2 Marco conceptual (en base a libros académicos y artículos de investigación)

2.2.1 Estrategias comunicacionales

Las estrategias de comunicación están basadas como enfoques comunicativos que proveen una mejor planificación en el tiempo de una manera organizada. Manrique & Esmerly (2019) sugieren: “Las estrategias comunicativas representan ser un sinnúmero de actividades planificadas y programadas, mismas que van a ser gestionadas a partir de ciertas necesidades e intereses, en un espacio y lugar determinado donde prevalece la interacción y participación humana” (p.33). Se las concibe como factores que facilitan y posibilitan correctamente el acto comunicativo dentro de una organización, mismas que mejorarán el alcance y cumplimiento de metas u objetivos planteados.

El objetivo de la realización de una estrategia comunicativa radica en la producción de una comunicación efectiva entre la organización y el público específico, que a su vez conforman ser actores de participación activa y constante en este intercambio de información. Vázquez (2019) afirma:

El estrategia comunicativo deberá tener la cualidad de encargarse, crear, reforzar o cambiar la imagen e identidad corporativa organizacional, basándose en los cambiantes procesos de transformación que la comunicación produce y en la actualidad representan ser un reto y una realidad por el involucramiento significativo en función de las TIC`s relacionadas con el mundo organizacional y sus sistemas de comunicación en donde se genera el acto comunicativo (p.32).

Sin duda alguna la correcta gestión de estrategias comunicacionales es de vital importancia sobre todo en este amplio mundo digital de infinitas posibilidades que permiten el desarrollo estratégico mediante la comunicación más innovadora y eficaz.

2.2.2 Productos comunicacionales

Los productos comunicacionales son recursos implementados en la realización de una estrategia comunicacional con el objetivo de influenciar y resolver una problemática social basándose en la exposición de mensajes comunicacionales de manera creativa, Intriago (2020) afirma:

Una estrategia esta precedida por un conjunto de acciones, herramientas o alternativas esenciales en las normas referidas para interactuar, intervenir e integrar; definidas en la cultura empresarial con el fin de proyectar la organización, de esta forma se logrará la fidelidad del público objetivo (p.12).

Desde el punto de vista de una organización y en este vasto mundo digitalizado los productos comunicacionales se convierten en actores esenciales como medios de transmisión de información, capaces de influenciar el pensamiento o las percepciones de las personas. Cuando estos corresponden a una razón social de la organización misma que refleja el compromiso social de todos se convierte en un punto de atracción.

Estas herramientas comunicativas son el resultado de las operaciones socio-semióticas de la producción, misma que hace referencia al estudio de los signos dentro de la sociedad. Vázquez (2019) afirma:

Los productos comunicacionales son la respuesta discursiva en este proceso socio-semiótico. Para enfocar el estudio de los productos comunicativos se debe diferenciar entre las estrategias discursivas y sus características tecno-comunicativas. De esta forma afirmaríamos que las características tecno-comunicativas de un medio definen el plano de la expresión del discurso, por otro lado, las estrategias discursivas se sitúan en el plano correspondiente a la forma del contenido (p.16).

En este proceso para lograr la difusión de un producto comunicativo se integran características, estrategias y técnicas discursivas que ayudarán a la construcción de un producto comunicacional de calidad que sea entendible y que promueva un mensaje estructurado.

2.2.3 Comunicación

El acto comunicativo promueve no solo la transmisión de un mensaje de un punto a otro extremo, se trata de un desenvolvimiento participativo y activo comunicacional, hablamos de una interrelación entre sus actores en este proceso de intercambio entre más características propias del ser humano y del mundo externo Syafruddin et. al. (2020) afirman:

Conocemos a la comunicación como el proceso de transitar mensajes de un individuo a otras personas con un objetivo el cual podría ser; establecer opiniones, adoctrinar actitudes o cambiarlas, generar opiniones o comportamientos, esto de manera directa; oral o de manera indirecta con los medios de comunicación. En este proceso comunicativo se necesita un pacto recíproco entre el envío y la entrega del mensaje con el o los destinatarios, en pocas palabras; comunicadores y comunicantes (p. 85).

La comunicación abarca habilidades y cualidades propias y exclusivas, entre las que más destacan está el manejo lingüístico, la capacidad cognitiva de nuestros pensamientos al interpretar y crear significados nuevos, todo con el fin de interrelacionarnos con los demás y el mundo.

La comunicación al ser un proceso es un sistema comprendido por fases, cuyos elementos están en constante actividad, cambios y efectos en donde se lleva a cabo mediante una interacción en el intercambio de mensajes o signos. La característica principal del acto comunicativo radica en ser un proceso social continuo mismo que también es dinámico por su naturaleza e inevitable. Foluke (2018) afirma:

De forma general la comunicación es aquello, un proceso interactivo dentro de un contexto social. El termino comunicación abarca por lo general un remitente (fuente) y también un receptor. Esto quiere decir que existe un involucramiento de varios interlocutores en donde se intercambian señales. Estas señales pueden ser verbal o gráficas, también pueden ser visuales o gestuales. En definitiva, la comunicación necesita de la implicación del uso de códigos que son realizados por nuestros ojos, con movimientos del cuerpo o en otros casos por propios sonidos de la voz, es decir, siempre existirá un proceso en el cual un individuo tiene una intención significativa para comunicarse con otra persona (p.113).

Es un hecho que las palabras no son el único recurso con el que el ser humano puede comunicarse, toda parte de nuestro cuerpo expresa inevitablemente algo. La expresión corporal o gestual es una forma básica de expresión de nuestras emociones o sentimientos.

2.2.4 Público objetivo

El público objetivo es considerado como ese target o grupo de personas a quién estará dirigido nuestro mensaje, es aquella focalización de un conjunto de individuos, de esta manera, la comunicación efectuada no será generalista ni equívoca. García & Dalyn (2019) afirman:

Se estructura de usuarios actuales o seguidores potenciales, aquellos que optan por tomar la decisión de compra o que también influyen en ella. Esto puede estar conformado por individuos, grupo de personas, diferentes audiencias o un público en general. Este mismo público es aquel que afecta de forma significativa en las decisiones del comunicador con

relación al contenido del mensaje a dar, al cómo se efectuará, donde se hará y quien lo hará (p.47).

Para una organización o empresa es necesario segmentar al público objetivo, de esta manera se logrará definir qué tipo de mensaje, de recursos o medio son los idóneos por el que se debe efectuar la transmisión del mensaje.

El éxito de la aplicación de una estrategia comunicacional radica indiscutiblemente en lo mucho que se conozca a la persona o público al que va dirigido el mensaje, partiendo de esto, es necesario saber y conocer sus características y cualidades para de esta forma direccionarse en base a sus objetivos y metas a las que se debe como organización. Gónzales & Aguas (2018) afirman:

Se debe reconocer al público objetivo, además de sus estilos de vida necesita conocer las tendencias culturales, así como identificar a quién o quiénes va a estar dirigido el mensaje para de esta forma poder definir la campaña. Hablamos de ¿Quién deseamos que responda a nuestra publicidad?, ¿Quiénes son nuestros consumidores que son indirectamente nuestra mejor fuente de ingresos?, y ¿Para quiénes posicionaremos nuestra marca? (p.42).

Es significativo conocer el público objetivo, además de ser el primer paso ante la creación de una estrategia comunicacional apertura el análisis sobre qué tipo de herramientas se podría implementar para el cumplimiento de un objetivo propio de la organización.

2.2.5 Alfabetización ecológica

La alfabetización ecológica es comprendida como una manera de cultivar la inteligencia emocional, social y ecológica, cuyo fin es generar conocimiento mediante el forje de habilidades y el fomento de valores esenciales para que una vida sea sostenible. Parra (2018) menciona:

Es un tipo de educación que promueve el gestionamiento de acciones que preparan a la niñez y a los jóvenes para que logren hacer frente a los desafíos ecológicos del siglo XXI,

enfocándose en una cultura educativa donde se promueva e involucre la inteligencia emocional, social y ecológica. Desde un punto de vista afectivo, pues de esta manera se promueve el cuidado de todo nuestro alrededor (p.121).

Se menciona de una construcción colectiva basada en la proyección de actitudes y aptitudes ecológicas que estén a favor de la sostenibilidad ambiental inculcada a una edad temprana.

El alfabetismo ambiental tiene un papel preponderante en la educación ambiental, es aquella que busca empoderar la consciencia y un cambio en el compromiso relacionado a las problemáticas medioambientales, misma que concierne ser una participación en conjunto. Parra (2018) sostiene:

La alfabetización ecológica comprende ser una experiencia pedagógica en donde hay protagonismo de un trabajo colaborativo. Permitiéndonos identificarnos como parte de un sistema dinámico, de una red estrechamente relacionada que conforman la vida en el planeta y en la que se dimensiona que las acciones positivas y negativas repercuten en el medio ambiente” (p.123).

Este trabajo relacional va más allá de las instituciones educativas, representa un aspecto que se involucra en el ámbito social, político, económico y que busca descubrir ese vínculo entre las comunidades ecológicas y las humanas.

2.2.6 Cambio social

El cambio social puede presentarse tanto como un proceso social, como una tendencia social o como una modificación coyuntural estructural, la cual indica una transformación en la estructura de una sociedad en relación a sus normas, valores, relaciones y políticas. Briggs et. al. (2020) afirman:

Para el cambio social es necesario una mayor y mejor conectividad de manera individual y colectiva dentro de una comunidad. Un valor de replanteamiento ideológico del dinero

y las cosas materiales a la conexión y la contribución de individuos que apoyen a las personas vulnerables y de esta forma se crea conciencia sobre la importancia de vivir en un espacio con aire limpio y ciudades más tranquilas (p. 841).

Un cambio a nivel social es principalmente representado por la participación colectiva, una contribución a nivel social enmarcada en el trabajo por un bien común, mismo que debe estar encaminado en la sostenibilidad del medio bajo los intereses y necesidades de la misma sociedad.

El cambio social se caracteriza por lograr efectos de cambios en una estructura social, misma que está conformada por normas, valores, costumbres, es decir, formas del comportamiento humano desde un punto general. Welch & Yates (2018) afirman:

El valor del cambio social debe ser visto desde un punto analítico; desde la transición social y el cambio social, de esta manera no se puede evaluar sin tomar en cuenta la actividad de los colectivos. Además, debe ser visto desde el aspecto ético- político siendo necesario la capacidad y responsabilidad de los involucrados y desde un punto de vista práctico con bases en el estudio del problema para el establecimiento de soluciones y la designación de actividades individuales y colectivas (p. 8).

El ecologismo ha sido una de las últimas ideologías en ser adoptadas como una de las preocupaciones de la sociedad, es necesario apostar por el cambio social, de tener corresponsabilidad para con el medio ambiente y buscar una estabilidad en el desarrollo sostenible del medio.

2.2.7 Persuasión colectiva

Se conoce a la persuasión como la utilización de técnicas comunicacionales con la finalidad de cambiar o reformar el pensamiento y las actitudes de las personas en base a la exposición de argumentos. Stacks (2019) afirman:

Directa o indirectamente, la persuasión colectiva es el primer peldaño de gran parte de la teoría y la investigación referente a la comunicación masiva y humana. La persuasión

abarca un sentido de estudio más amplio de la influencia social, por otro lado, la influencia social es definida como la creación, el cambio o el refuerzo de nuestras cogniciones, nuestros estados afectivos o las conductas propias y de las demás personas. La persuasión corresponde a un proceso comunicativo con intención de excluir la coerción y lograr la aceptación privada (p.46).

Este acto comunicativo implica la utilización del lenguaje verbal o gestual acompañado de emociones, sentimientos e inclusive razonamiento capaz de poner a prueba lo que sabes y lo que sientes para optar por acciones determinadas en un tiempo específico.

La característica principal de la persuasión es su finalidad, su objetivo es influir en las demás personas a nivel de pensamiento y del accionar, se conoce que para cambiar el pensamiento de una persona es necesario saber qué es lo que piensa. Dutta et. al. (2019) afirman “El persuadir es aplicar una argumentación, logrando entre dos personas intercambiar argumentos entrando en una fase de conflicto para de esta forma convencer a otras personas y así cambiar sus opiniones iniciales” (p. 2). Este proceso mental de cambio depende también de las probabilidades que existan en la recepción del mensaje, así mismo dependerá de la aceptación por parte del receptor o los receptores.

2.2.8 Percepción ambiental

La percepción ambiental comprende ser un proceso cognitivo entendido como la forma en la que cada persona concibe, entiende o percibe su entorno natural misma apreciación que incide en la toma de decisiones del hombre con respecto a problemas medioambientales. Casa et. al. (2019) afirman:

Es concebida como el proceso de estar consciente del medio ambiente a través de los cinco sentidos, en donde existe una intervención de las actitudes, mismos que son sentimientos favorables o desfavorables que el individuo o la colectividad tiene hacia las peculiaridades del ambiente (p. 45).

Esta concepción del entorno no es solo el resultado de un superficial proceso aditivo de sensaciones ambientales, más bien representa una percepción holística de su entorno del cual surgen percepciones significativas para el ser humano.

Existen diversas características relacionadas a la percepción ambiental, la más importante es el papel protagónico del ser humano en la ejecución de sus actos con la toma de decisiones sobre el medio ambiente. María & Samuel (2018) afirma:

La percepción ambiental es representada como: la manera en que todos los individuos perciben al medio ambiente y es a partir de esta percepción que se toman decisiones de acción respecto al medio. Estas decisiones son el producto de la interacción de un sistema de valores e ideologías de la realidad más la predisposición de los mismos individuos que al final los lleva a una toma decisiva, y aunque sean pequeñas decisiones representan modificaciones acumulativas en un plano con resultados a largo plazo y que poco a poco pueden ser transformaciones significativas en pro del medio ambiente (p.125).

El primer paso al cambio es la percepción ambiental, conocer en qué estado se encuentra nuestro entorno es necesario puesto que de esto dependerá el pronto accionar del ser humano ante problemáticas ambientales. El hombre desde sus inicios se ha abierto camino por la naturaleza, pero es precisamente ahora oportuno que la naturaleza se abra camino en el hombre.

2.3 Marco Legal

La investigación realizada se sustenta bajo el marco legal que disponen las diferentes Organizaciones Internacionales, Nacionales y Locales en medida de la disposición de sus Declaraciones, Normativas, Leyes, Acuerdos ministeriales y Ordenanzas Municipales, mismas que fueron establecidas para la prevención de la contaminación ambiental, de sus recursos naturales y culturales pertenecientes al sector; remarcándose en garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, así como también la prevención al daño ambiental con fines para la restauración de espacios naturales degradados.

2.3.1 ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU)

(Objetivos de Desarrollo Sostenible-ONU, Numeral 14.1, 2015)

De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluido los distritos marinos y la polución por nutrientes.

2.3.2 (Objetivo de Desarrollo Sostenible-ONU, Numeral 14.c, 2015)

Se propicia mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como recuerda en el párrafo 158 del documento “El futuro que queremos”.

2.3.3 (Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, Artículo 117, 2012)

Es deber de los Estados el adoptar medidas para la conservación de los recursos vivos de la altamar en relación con sus nacionales. Todos los Estados tienen el deber de adoptar las medidas que, en relación con sus respectivas nacionales puedan ser necesarias, o de cooperar con otros Estados en su adopción.

2.3.4 (Constitución del Ecuador, Artículo 14, 2008)

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la preservación del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

2.3.5 (Constitución del Ecuador, Artículo 83, 2008)

Son deberes de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley.

Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

2.3.6 (Constitución del Ecuador, Artículo 267, 2008)

Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley.

Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del medio ambiente.

2.3.7 (Código Integral del Medio Ambiente, Artículo 29, 2017)

Regulación de la biodiversidad. El presente título regula la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes. Asimismo, regula la identificación, el acceso y la valoración de los bienes y los servicios ambientales. La biodiversidad es un recurso estratégico del Estado, que deberá incluirse en la planificación territorial nacional y de los gobiernos autónomos descentralizados como un elemento esencial para garantizar un desarrollo equitativo, solidario y con responsabilidad intergeneracional en los territorios.

2.3.8 (Ley de Gestión Ambiental, Artículo 39, 2004)

Las instituciones encargadas de la administración de los recursos naturales, control de contaminación ambiental y protección del medio ambiente, establecerán con participación social, programas del monitoreo del estado ambiental en las áreas de su competencia, esos datos serán emitidos al Ministerio del ramo para su sistematización, tal información será pública.

2.3.9 (Ley de Gestión Ambiental, Artículo 40, 2004)

Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o estén produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deben adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

2.3.10 (Ley Orgánica de Municipales, Artículo 27, 2001)

En materia de población, salud y saneamiento ambiental son funciones de las municipalidades:

Normar y controlar las actividades relacionadas con el saneamiento ambiental.

Difundir programas de educación ambiental del territorio.

Normar y controlar el aseo, higiene y salubridad en establecimientos comerciales, industriales, vivienda, escuelas, piscinas, playas y otros lugares públicos.

Realizar programas de prevención y educación sanitaria y profilaxia local.

Ejecutar el servicio de limpieza pública, ubicar las áreas para la acumulación de basura y/o aprovechamiento industrial de desperdicios.

3 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El **tipo de investigación** aplicada en el trabajo investigativo es **básica**, misma que es identificada por Esteban(2018) como aquella que "Se realiza desde que el ser humano se relacionó con esa curiosidad científica por descubrir los misterios que encierran el origen de todos los fenómenos de la naturaleza aquellos que invaden a la sociedad y el pensamiento" (p.1). En este sentido, el estudio se concibe bajo la apremiante necesidad de generar y asumir actitudes de corresponsabilidad social ante la problemática que afecta la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental.

3.2 Enfoque de la investigación

El presente documento de investigación se direcciona bajo un **enfoque de carácter mixto**; Otero (2018) sostiene que el proceso de investigación mixta es: “Un método que simboliza un proceso de carácter sistemático, empírico y con fines críticos en el acto investigativo, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva respecto a la investigación cualitativa logran juntarse para dar respuesta a ciertos problemas humanos” (p. 19). Representa prioritario lograr determinar este tipo de enfoque investigativo.

El **enfoque cualitativo** que se aplicará permitirá determinar los factores relacionales que influyen en la generación de un cambio social y formación de una cultura ambiental en los ciudadanos que visitan la playa Malecón de La Libertad, mientras que su **enfoque cuantitativo** será aplicado para la obtención de información, misma que estará valorada mediante una tabla de frecuencia y su respectiva representación gráfica y a su vez será empleada para el correspondiente análisis y justificación del tema considerado necesario para su estudio.

3.3 Diseño de la investigación

En relación al **diseño** del correspondiente trabajo está enfocado en la investigación **descriptiva no experimental**. Burgo et. al. (2019) menciona que:

Las investigaciones que cuentan con un carácter descriptivo, comprenden ser en donde se observan y describen los fenómenos por tanto no requieren de la manipulación de las variables. Esta investigación se desarrolla con el objetivo de reconocer las características principales que bordean al fenómeno y todos sus factores relacionados al problema (p.38).

De esta manera se podrá abordar y explicar las variables utilizadas; estrategias comunicacionales y alfabetización ecológica, mismos tópicos que serán analizados en el tiempo establecido dentro del trabajo de investigación.

Se conocen las diferentes orientaciones que puede tener un proyecto de investigación, por otro lado, Álvarez (2020) sostiene lo siguiente:

La investigación de carácter no experimental, consiste en conceptos, sucesos y contextos en donde se observa el fenómeno de estudio enmarcados en su acontecimiento y en el origen de su naturaleza para posterior a esto, analizarlos, es decir, se realiza el proceso de la investigación sin que exista una intervención directa del investigador (p. 4)

En este estudio no experimental no se establecerá la construcción de una situación, por lo que, se estudiarán a profundidad las situaciones ya existentes en el sector con la finalidad de generar su correspondiente análisis.

3.4 Métodos de investigación

La **metodología** a utilizar será la **modalidad de investigación de campo**. Rivera & Odgers (2021) sostiene lo siguiente:

La práctica de la investigación social y el inicio de la investigación en campo requiere de un trabajo previo, no solo para la construcción de instrumentos metodológicos (guiones de entrevista, bitácoras para la observación en campo, mapas, redes y directorios de actores, entre otros) que permitan hurgar de forma sistemática en los procesos sociales que interesa conocer,

sino también para la construcción de marcos y referentes analíticos que serán puestos a prueba durante la aproximación empírica (p. 19)

Mediante la visita insitu al lugar se realizará el estudio del campo establecido en el proyecto de investigación, Malecón La Libertad ubicado en el Cantón correspondiente al mismo nombre.

Las fuentes para la obtención de la información serán empleadas mediante una **investigación documental y/o bibliográfica**. Ruiz & Alvarado (2020) sostiene que:

La investigación documental es técnica del acto investigativo cualitativo, misma que se encarga de la recolección, recopilación y por último la selección de información de las lecturas de diversas fuentes, tales como; documentaciones, revistas, libros, filmaciones, prensa, grabaciones, artículos, resultados de otras investigaciones, etc. También esta precedida por la observación y posterior al análisis de los datos. (p.1).

De esta forma los resultados obtenidos en esta investigación entrarán en un proceso de tratamiento, análisis y evaluación de los datos por la mano del investigador.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La correspondiente **técnica** a utilizar será la **encuesta**, misma que estará basada en la aplicación de un **cuestionario** como instrumento, en el cual se manejará la **escala de Likert**, donde se establecen los siguientes valores: Muy en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Muy de acuerdo (5). Carhuancho et all.(2019) mencionan “La principal característica de una encuesta es ser práctica y de solo una aplicación. Previamente el investigador debe de definir el día y hora para la aplicación del instrumento con el área del tema adecuado” (p. 66). Este instrumento será analizado y evaluado por una persona experta y especialista en la temática abordada por el investigador.

Así mismo se aplicará otra **técnica** para el levantamiento de información; **la entrevista** dirigida a dos especialistas, Sánchez (2022) sostiene que “La implicación de una entrevista comprende en dos personas; un entrevistado y un entrevistador, el primero realiza las preguntas de forma detallada al segundo, luego esta actividad comprende ser una especie de filtro para la

siguiente fase en la investigación” (p. 1). El instrumento a utilizar será mediante una **guía de preguntas estructuradas**, Dolores et. al. (2020) considera a este instrumento como “Entrevistas estructuradas, mismas en donde el entrevistador actúa sobre un banco de preguntas de carácter específico albergadas en una guía que previamente ha sido elaborada” (p. 20).

De igual manera el proyecto de investigación estará basada en la implementación de la **narrativa transmedia de fotografías** obtenidas en la visita al campo de estudio, Márquez & Serna (2018) sostienen:

La narrativa transmedia en esencia es una narrativa que se expande por medio de la combinación de multiplataformas ya sean analógicas y digitales. Se basa en aquellas narrativas o relatos que se producen de manera interrelacionada, pero a pesar de esto sostienen una narrativa independiente y con sentido completo, además, es entendida como una historia contada y detallada desde varias perspectivas según el medio que se utilice; libro, post, serie de televisión, comic o una fotografía (p.26)

Se conoce que el contenido audiovisual es una herramienta que aporta insumos para su posterior análisis en la obtención de conclusiones y hallazgos en la investigación. Es por ello que se recurre a este instrumento, el cual será aplicado a dos especialistas del tópico de investigación planteado.

3.6 Universo, población y muestra

Con el objetivo de la recopilación de los datos es pertinente definir las unidades de análisis del proyecto de investigación. Carhuancho (2019) menciona lo siguiente: “Se conoce al Universo como ese conjunto de individuos, u objeto de nuestro interés o también denominado como objeto de estudio, refiriéndose al universo como un todo y que se encuentra conformado de varias poblaciones” (p. 54) Para el presente proyecto se define como **universo** a la **provincia de Santa Elena**.

Cómo **población** definida para este trabajo investigativo está considerados los ciudadanos del Cantón La Libertad, con un aproximado de **95.942 habitantes**, esto según el **Instituto**

Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010. En relación a la muestra, Hernández & Carpio (2019) la define como:

Un subconjunto del universo o una pequeña parte que represente a la población, misma que está estructurada por unidades muestrales conocidas como aspectos elementales del objeto de estudio. La muestra es la base del muestreo como una herramienta de la investigación científica cuyo principal objetivo es establecer la parte de la población con la que se va a estudiar (p. 76).

En base a esto, se determina como **muestra a 30 personas** entre **10 comerciantes** que forman parte de la **Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad**, mismos que se encuentran distribuidos en la avenida Malecón y **20 pescadores artesanales**, quienes se encuentran ubicados en el sector La Caleta. Se aplicarán los correspondientes criterios de inclusión y exclusión: inclusión; abarcan los comerciantes y pescadores situados en el Malecón La Libertad debido a su permanencia en el sector; exclusión; abarcan los turistas y transeúntes que visitan la playa, puesto a que estas personas no conocen a profundidad la problemática planteada en la investigación.

Con respecto al **muestreo** que se aplicará corresponde al **muestreo no probabilístico por conveniencia**, según Vitaller (2018) este tipo de muestreo “Tiene la finalidad de conseguir una muestra de elementos convenientes. Esta selección de las unidades de muestreo se deja a consideración del entrevistador. De cierta manera los encuestados son elegidos debido a que se encuentran situados en tiempo y lugar perfecto” (p. 9). Con esto, se logrará emplear el trabajo investigativo con aquella muestra conformada por los casos disponibles a los cuales se tendrá acceso.

El trabajo investigativo cuenta con la **variable independiente** denominada **estrategia comunicacional**. Ríos et. al. (2020) menciona:

El diseño y la ejecución de las estrategias comunicacionales representan ser concebidas como una de las experiencias que más representatividad tiene un investigador o un experto en el acto investigativo. Mismas que están enfocadas en el ámbito organizacional,

sin embargo, estas se pueden estar muy bien presentadas bajo el contexto social y periodístico (p. 20).

Se conoce de la controversia que tiene la concepción del término Estrategia comunicacional, pero debería ser interpretado de manera unificada como la ejecución de elementos gráficos desarrollados bajo actividades comunicativas con un direccionamiento a la solución de problemáticas enmarcándose en un nivel de análisis del contexto comunicativo.

Partiendo de la variable independiente se analiza a su contraparte, la **variable dependiente de la investigación** se titula **alfabetización ecológica**. Pascuas et. al. (2021) sostienen que “El objetivo de la eco-alfabetización está en lograr reconocer lo importante que representa la protección de los ecosistemas por medio del promover actitudes y comportamientos que ayuden a determinar una relación con fines en la sostenibilidad del ecosistema” (p.1). El ser humano dimensionará la problemática cuando se dé cuenta de las consecuencias que ocasionan sus actos de allí la importancia de otorgarle coberturas a esta problemática global evocando y despertando el sentido de corresponsabilidad social y percepción ambiental de cada uno de las personas.

4 CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

La información obtenida mediante la aplicación de la encuesta fue realizada de manera presencial a 30 personas, entre las que conforman 10 miembros de la Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad, y 20 pescadores artesanales independientes que realizan dicha actividad en el sector La Caleta. Para ello se recurrió al sector de forma presencial con el objetivo de socializar el tema de investigación al presidente de dicha organización el Sr. Abraham Quimis Quimis y obtener el consentimiento y permiso necesario para la aplicación del instrumento de investigación.

Posteriormente a la culminación de este instrumento dirigido a un total de 30 personas del Malecón La Libertad, sus resultados fueron procesados a través del uso del programa Microsoft Excel con la finalidad de crear tablas para el registro y mejor manejo de los datos encuestados y obtener representaciones porcentuales mediante el diseño de gráficos de modelo en pastel que permitió el **análisis cuantitativo** de los resultados obtenidos.

En relación a los datos obtenidos por medio del segundo instrumento; la entrevista, se remitieron los correspondientes documentos a través de la red social de mensajería instantánea WhatsApp con un cuestionario conformado por cuatro preguntas a dos especialistas en el área del tópico planteado, solicitando el acceso a las entrevistas de manera virtual a través de la herramienta Zoom. Para el correspondiente **análisis cualitativo** de la información obtenida se creó un cuadro de doble entrada en el que se registraron las preguntas realizadas a los especialistas, el análisis general de los entrevistados y las observaciones con base a teóricos planteados de diversos autores en referencia a las respuestas obtenidas por las entrevistas.

4.2 Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, se evidencia los resultados de la encuesta, los cuales serán cuantificados para su posterior análisis por el investigador.

Tabla 1

Los videos, flyers y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	23%
De acuerdo	22	73%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	4%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

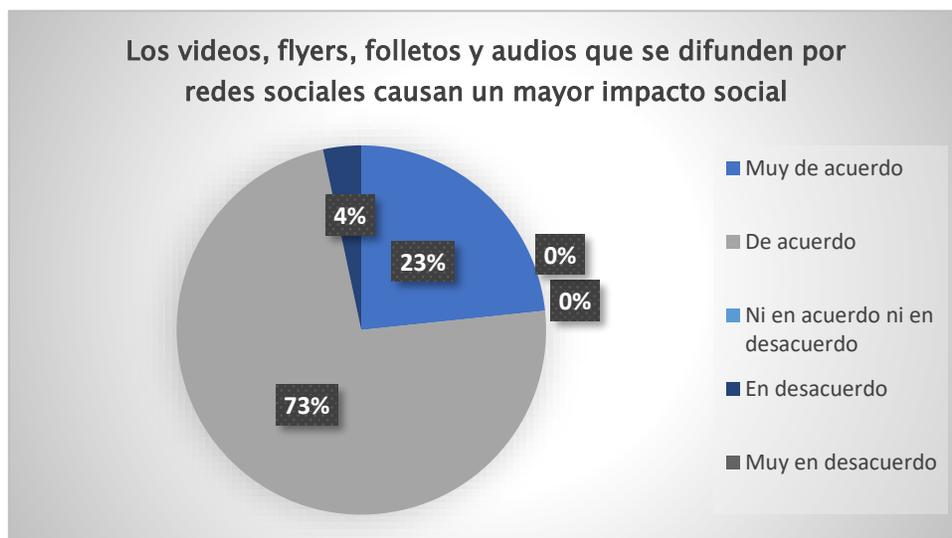
Fuente: Encuesta a 30 personas entre comerciantes y pescadores del Malecón La Libertad

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Figura 1

Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Análisis

Las 30 personas encuestadas en el Malecón La Libertad respondieron a la encuesta; Muy de acuerdo (7) corresponde al 23 %; De acuerdo (22) correspondiente al 73 %; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (0) 0 %; En desacuerdo (1) que corresponde al 4 % y finalmente Muy en desacuerdo (0) con un 0 %, en relación a la pregunta: Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social.

Tabla 2

Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a su público objetivo generan cambios en la opinión pública.

Escaja	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	20%
De acuerdo	18	60%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	30%
En desacuerdo	2	7%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta a 30 personas entre comerciantes y pescadores del Malecón La Libertad

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Figura 2

Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a las personas genera cambios en la opinión pública.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Análisis

Las 30 personas encuestadas en el Malecón La Libertad respondieron a la encuesta; Muy de acuerdo (6) corresponde al 20%; De acuerdo (18) correspondiente al 60%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (4) 13%; En desacuerdo (2) con el 7% y finalmente Muy en desacuerdo (0) con un 0%, en relación a la pregunta: Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a las personas generan cambios en la opinión pública

Tabla 3

La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	10%
De acuerdo	21	70%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	13%
En desacuerdo	2	7%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta a 30 personas entre comerciantes y pescadores del Malecón La Libertad

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Figura 3

La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Análisis

Las 30 personas encuestadas en el Malecón La Libertad respondieron a la encuesta; Muy de acuerdo (3) corresponde al 10 %; De acuerdo (21) correspondiente al 70%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (4) 13%; En desacuerdo (2) 7% y finalmente Muy en desacuerdo (0) con un 0%, en relación a la pregunta: La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales.

Tabla 4

La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	37%
De acuerdo	17	57%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

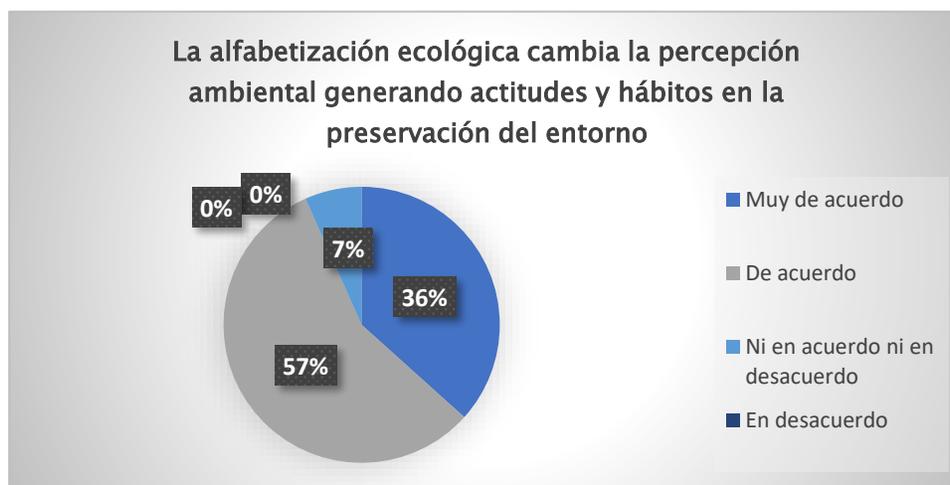
Fuente: Encuesta a 30 personas entre comerciantes y pescadores del Malecón La Libertad

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Figura 4

La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

Análisis

Las 30 personas encuestadas en el Malecón La Libertad respondieron a la encuesta; Muy de acuerdo (11) corresponde al 37%; De acuerdo (17) correspondiente al 57%; Ni en acuerdo ni en desacuerdo (2) con un 7%; En desacuerdo (0) 0% y finalmente Muy en desacuerdo (0) con un 0%, en relación a la pregunta: La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno.

A continuación, se detallará la otra **técnica** a implementar en la presente investigación como lo es la **entrevista**. López y Gonçalves (2018) sostienen que la entrevista es:

Una técnica muy empleada y una de las más importantes en el enfoque de estudio y comprensión del ser humano, la entrevista es ciertamente una forma donde hay interacción social en donde se valora el uso de códigos como; palabras, símbolos y del signo, aspectos privilegiados de las relaciones humanas, por medio de los cuales las personas buscan dar un sentido a la realidad que los rodea. (p. 45).

Para ello es necesario la implementación del instrumento: guía de preguntas, éstas serán estructuradas de acuerdo a las variables, dimensiones e indicadores y sus resultados serán analizados cualitativamente. Cabe mencionar que esta técnica será aplicada a dos expertos sobre la temática planteada.

Tabla 5
Análisis de resultados de guía de preguntas estructuradas a expertos

Entrevistador	Joffre Jairo Torres Tomalá	
Entrevistados	Elvis Lindao Suárez, Lcdo. Comunicación Social: Director de radio Salinas Ángel Bacilio Guale, Lcdo. en Biología: Especialista en Asistencia en Instituto de Investigación en Salud Pública Y Técnico en Consultorías Ambientales	
Preguntas	Análisis cualitativos	Observación
Variable independiente		
1. ¿Como estrategia comunicacional por qué se apuesta por la creación de productos comunicativos en la generación de conciencia social?	Los entrevistados sostienen que la creación de productos comunicativos con un mensaje correctamente estructurado y claro garantiza que el público a quien se transmita el mensaje no solo reciba la información, sino que también exista un entendimiento significativo y representativo, más aún si el	Vásconez (2017), sostiene que las estrategias comunicacionales deben estar basadas en acciones programadas y planificadas mismas que facilitarán el proceso comunicativo y representarán un impacto a nivel social, teórico que coincide con lo expuesto por los entrevistados.

objetivo es generar una conciencia social.

2. ¿A través de que medios las estrategias comunicacionales promueven una comunicación de mayor alcance?

Los entrevistados coinciden que la vía principal por el que mayormente existe un acaparamiento de grandes masas recae en el uso de las redes sociales, Facebook, WhatsApp, Tik Tok esto es debido al fácil acceso que el público tiene a estas herramientas y plataformas sumado al hecho de que no solo es una herramienta o medio de difusión de contenido, sino que también predomina la interacción entre el emisor y los receptores.

Intriago (2020) afirma que los productos comunicativos son una estrategia abarcada por acciones, recursos y demás herramientas enfocadas en generar y despertar estados de intervención, integración, e interacción en los públicos, coincidiendo con los entrevistados, mismos que mencionan a estos factores como los más predominantes en las redes sociales.

Variable dependiente

3. ¿La alfabetización ecológica recurre a la persuasión colectiva y ayuda en la toma de decisiones en la sostenibilidad del entorno?

Los especialistas entrevistados sostienen que la educación ecológica representa ser una alternativa clave con el que se llega a generar eventualmente acciones en el individuo y la colectividad mismas que son enfocadas hacia un cambio local y global, acciones cuyo objetivo será precautelar y asegurar la sostenibilidad del ecosistema.

Parra (2018), afirma especialmente que la educación ambiental promueve el desarrollo de acciones cuya finalidad es la generación de una inteligencia emocional enmarcada en el aspecto ecológico guiado hacia la preservación del entorno, coincidiendo con lo manifestado por los especialistas entrevistados.

4. ¿La alfabetización ecológica cambia la percepción

Puntualmente los entrevistados concluyen que

Briggs et. al. (2020) manifiesta la importancia de

ambiental promoviendo el éxito de proyectos la alfabetización ecológica actitudes y costumbres en la enmarcados en el empleo de como un realineamiento en la preservación del medio una alfabetización ecológica conciencia social que a su vez ambiente? dependerá significativamente representa una experiencia de como la sociedad capte el pedagógica en donde se mensaje y de cómo actúe involucra el trabajo individual posteriormente de manera y colaborativo, teórico que constante, y sobre todo en coinciden con lo expuesto estar conscientes de que es mediante las entrevistas a un proceso a largo plazo, especialistas. mismo que requiere de persistencia y paciencia.

Fuente: Tabla de doble entrada-Entrevistas a dos especialistas

Elaborado por: Joffre Torres

Fecha: 2022

4.3 Discusión

A partir de lo ya mencionado, en este apartado se realiza el análisis de los hallazgos encontrados, en donde se ha logrado determinar la influencia en el uso de estrategias comunicacionales como un medio para causar un mayor impacto social e inducir a los miembros de la Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad, a los pescadores del sector y a la ciudadanía sobre la alfabetización ecológica en relación al cuidado de la playa. Esto a través de la aplicación de encuestas y la ejecución de entrevistas a un público determinado, donde el porcentaje más alto fue 73% correspondiente a la escala denominada “ De acuerdo” que refiere a que las Estrategias comunicacionales bajo el empleo de productos comunicativos causan un mayor impacto social, mientras que el porcentaje menor obtenido es el equivalente al 0% en relación a la escala “Muy en desacuerdo” información que corroboran la respuesta con base a la pregunta de investigación científica planteada.

Con base a la evaluación que tiene como objetivo la validación de los resultados obtenidos de la técnica y los instrumentos aplicados, se determina lo siguiente: mediante los diferentes instrumentos se pudo conocer de manera objetiva la realidad del tema planteado, de esta manera los resultados responden de forma valedera y acertada al presente trabajo de investigación y a la triangulación de datos, donde se especifica con evidencia la relación que

existe entre las variables, el objeto de estudio, fundamentación teórica, resultados y la discusión obtenida.

A continuación, se describe el análisis cuantitativo de la encuesta aplicada a un total de 30 personas entre miembros de la Asociación de Comerciantes del Malecón La Libertad y pescadores artesanales del sector.

Respecto al correspondiente análisis de la primera pregunta; ¿Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social?, se especifica los siguientes datos; De acuerdo con un 73 % y Muy en desacuerdo con un 0 %. En relación a lo manifestado por Intriago (2020), establece la importancia de una estrategia comunicacional basada en el conjunto de acciones que se fundamentan en actos interactivos, de intervención e integración social.

En relación a la segunda pregunta; ¿Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a su público objetivo generan cambios en la opinión pública?, se obtuvo lo siguiente; De acuerdo con un 60% y Muy en desacuerdo con un 0%. Esto tal como lo menciona Miller (2019) afirma que la persuasión colectiva representa el pilar fundamental referente a la teoría y los procesos investigativos de la comunicación masiva y humana y como esta influye directa e indirectamente en el cambio o refuerzo del estado afectivo, racional y cognitivo para la adopción de ideologías o pensamientos de los individuos en su estado social activo.

Por consiguiente, el análisis de la tercera pregunta referente a; ¿La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales?, se especifican los siguientes datos; De acuerdo 70% y En desacuerdo con un 7%. Tal como lo menciona Pascuas et. al. (2020) el objetivo de la eco alfabetización es concienciar el estado de importancia que debe tener la protección del medio ambiente misma que contribuye a la reforma de actitudes y un cambio en el comportamiento de las personas enfocándose en la generación de una relación direccionada a la sostenibilidad del ecosistema.

En cuestión al análisis de la cuarta pregunta; ¿La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno, arrojaron los siguientes datos; De acuerdo con un 57% y Ni en acuerdo ni en desacuerdo con 7%. En referencia al criterio de Parra (2018) coincide que la alfabetización ecológica está precedida por el trabajo colaborativo en donde se reconoce la formación del ser humano con acciones positivas que influyen en el medio ambiente, en donde también es fundamental aprender a dimensionar la problemática planteada.

Posterior a la realización del trabajo investigativo y en relación al análisis a partir de los resultados obtenidos se considera lo siguiente; el uso de las estrategias de comunicación generan un impacto social y a su vez promueven la alfabetización ecológica como el medio idóneo para concientizar el cuidado y la preservación de la playa Malecón La Libertad, por el contrario se logró evidenciar que aproximadamente el 30% de los encuestados pertenecientes a un rango de edad mayor a los 40 años sostienen que la implementación de estrategias comunicacionales efectivamente logran ocasionar un impacto a nivel social pero no es lo suficientemente efectivo en la mayoría de los ciudadanos.

A continuación, se contrastará la información proporcionada por los entrevistados a fin de determinar la relación en la investigación con base a un análisis cualitativo de las entrevistas.

De manera general los entrevistados manifestaron en la primera pregunta lo siguiente; El empleo de productos comunicativos es un recurso ideal para la generación de una conciencia social, claro está que el cumplimiento del objetivo dependerá de lo bien estructurado que esté el mensaje que se va a comunicar así se garantizará que el público no solo recibirá el mensaje sino que también existirá un entendimiento significativo de lo transmitido, opiniones que coinciden con los puntos de vista de Vásquez (2017), quien sostiene que las estrategias comunicacionales son acciones programadas y planificadas que facilitarán el proceso comunicativo y representarán un impacto a nivel social, teórico que coincide con lo expuesto por los entrevistados.

Posteriormente en la segunda pregunta los especialistas manifestaron lo siguiente; El medio por el que acapara gran cantidad de audiencia es a través del uso de las redes sociales por

el fácil acceso que se tiene, el público cuenta con estas herramientas y plataformas sumado al hecho de que no solo es una herramienta de transmisión de contenido, sino que también predomina la interacción entre el emisor y los receptores, opiniones que coinciden con lo abarcado por Intriago (2020) quien afirma que los productos comunicacionales son una estrategia que abarca acciones, recursos enfocados en generar y despertar estados de intervención, integración, e interacción en los públicos.

En relación a la tercera pregunta los entrevistados afirman que la educación ecológica es una alternativa esencial con el que se llega a generar acciones en el individuo y la colectividad, mismas que condicionarán a las personas hacia el cambio social. Opiniones que coinciden con lo manifestado por Parra (2018), autor que afirma que la educación ambiental promueve el desarrollo de acciones para la generación de una inteligencia emocional relacionada en el aspecto ecológico y guiado hacia la preservación del entorno, coincidiendo con lo manifestado por los especialistas entrevistados.

Con respecto a la cuarta pregunta manifestaron lo siguiente: El éxito de proyectos realizados para el empleo de una alfabetización ecológica dependerá significativamente de la manera en cómo la sociedad capte el mensaje y a su vez de como actúe posteriormente de manera constante, y sobre todo en estar conscientes de que es un proceso a largo plazo, mismo que requerirá de persistencia y paciencia en cumplir el propósito colectivo. Opiniones que coinciden con lo mencionado por Briggs et. Al. (2020) quienes sostienen la importancia de la alfabetización ecológica como un cambio en la conciencia social.

5 CONCLUSIONES

- La radio es uno de los medios comunicacionales con mayor nivel de audiencia en la provincia de Santa Elena. Los pescadores, comerciantes y el ciudadano libertense tiende a identificarse con este medio de comunicación tradicional debido a que constituye ser un centro de información y formación para el público con el objetivo de entretener, informar y educar a la ciudadanía. Es por ello que resulta eficaz la divulgación de una estrategia comunicacional de información y persuasión con productos que alberguen y difundan contenido que contribuya al cuidado y la sostenibilidad de la playa bajo este medio masivo de comunicación.
- Desde cualquier canal de comunicación es posible generar conciencia sobre el cuidado y protección ambiental, y como sociedad esa responsabilidad debe ser asumida en su totalidad y estar conscientes de que comprende ser un proceso de gran alcance, pero que conlleva mayor tiempo. Es necesario apostar por contenidos ambientales que tengan una mayor atracción y acogida por el ciudadano, por cuanto se debe definir el mensaje, enfocando de mejor manera, los instrumentos, elementos y estilos narrativos proyectados en productos comunicativos testimoniales y campañas persuasivas con contenidos ambientalistas.
- La ausencia de contextos participativos mediante la activación de corresponsabilidades sociales de los comerciantes y pescadores del sector La Caleta están determinadas por el poco conocimiento que se tiene referente al riesgo de dejar desechos de la actividad pesquera en la playa, tales como: redes de pesca, indumentarias, llantas, contenedores plásticos, mascarillas que eran utilizadas dentro de las normas de bioseguridad por la pandemia, y demás entes contaminantes que no son atendidos en cuanto al manejo correcto de estos residuos que quedan a orillas de la playa y terminan siendo arrastradas mar adentro por las olas.

- La estrategia comunicativa eficaz direccionada a ser implementada por el medio masivo de comunicación con mayor audiencia en el Cantón La Libertad; la radio, tiende a ser un producto comunicativo de carácter testimonial cuya narrativa puede ser estructurada por cualquiera de los diferentes formatos tales como: radio novelas, dramatizados, spots persuasivos, cuñas radiales que promuevan contenidos del cuidado ambiental de la playa Malecón La Libertad bajo la utilización de componentes narrativos auditivos en base a la construcción de un mensaje que puede ser emitido en un diálogo entre personajes o actores que dramaticen una historia.

- En medios digitales la estrategia comunicacional efectiva está más focalizada a productos que manejen en gran medida el componente visual persuasivo y que sea capaz de generar un impacto a través de una imagen publicada en las historias, estados, pequeños productos audiovisuales, fotografías bajo la construcción de un mensaje, enfocándose en productos que pueden ser publicados en las diferentes redes sociales: Facebook, WhatsApp, Tik Tok, Instagram y que tenga la finalidad de no solo conectar con el interés del público, sino que también conecten y despierten emociones empáticas y el sentido de corresponsabilidad social participativo de las audiencias para el cuidado ambiental.

6 RECOMENDACIONES

- Se recomienda bajo los hallazgos encontrados la utilización de la radio como el medio comunicacional idóneo y efectivo para la implementación de estrategias comunicativas en la generación de alfabetización ecológica direccionada a los pescadores, comerciantes del sector La Caleta y la ciudadanía, esto debido a que la radio es el medio con mayor trascendencia en audiencia a nivel local, de igual manera se rescata lo apremiante que es aplicar productos comunicativos de información y persuasión para el ciudadano.
- Para la creación de una estrategia comunicativa que contribuya a generar conciencia en la protección de la playa se solicita analizar los insumos y herramientas que se dispongan tanto para la estructuración del producto y los elementos narrativos para la construcción del mensaje, es decir, un análisis a nivel de fondo y forma de la estrategia comunicacional.
- Se sugiere a la comunidad científica y académica el presente proyecto de investigación como un recurso accesible y referencial, mismo que será base para la obtención de criterios y aportaciones de hallazgos significativos posterior al análisis sobre la importancia de la utilización de estrategias comunicacionales para la culturalización de una alfabetización ecológica en materia del cuidado de las playas y para la formación de ciudadanos activos en la preservación ambiental.
- Para incidir en la generación de alfabetización ecológica se hace un llamado a la participación de la Asociación de Comerciantes Del Malecón La Libertad y los pescadores artesanales independientes del sector La Caleta en la realización de actividades de mingas portuarias en periodos semanales, esto previo a campañas de alfabetización ecológica referentes al correcto manejo de los residuos de las playas en coordinación con fundaciones, activistas y la participación del Gad Municipal De La Libertad, misma que representa ser la entidad encargada de establecer de forma clara

políticas medio ambientales y promover actividades con impactos positivos y significativos en la preservación del cuidado de la playa.

- Como estrategia comunicativa eficaz para concientizar sobre el cuidado de la playa a través de medios radiales se sugiere la creación de productos comunicativos testimoniales basados en una narrativa proyectada mediante una radio novela en la que se construyan personajes representados por una pareja o niños que emitan mensajes en pro del cuidado ambiental, así como también se recomienda el recurrir a spots ecológicos con un mensaje directo para la ciudadanía en la lucha en contra de la contaminación ambiental, productos en donde se aproveche el recurso del sonido y audio como un elemento narrativo completo y que evoque una experiencia entretenida, informativa y de enseñanza.
- En cuanto a medios digitales se recomienda que los componentes de la estrategia comunicativa eficaz, estén más proyectados a ese aspecto visual, a la estética y narrativa que impone una fotografía, una imagen, un video y que capte la atención total del usuario bajo su publicación en estados e historias de las diferentes redes sociales acompañados de un mensaje claro, preciso y con un lenguaje multimodal.
- Finalmente, también se sugiere como estrategia comunicativa la creación de un podcast ecológico, con formato audiovisual, en donde su narrativa sea predominada por un conversatorio entre expertos en el tema ambiental, turístico y de salud, así como también la participación de activistas, líderes de fundaciones, los mismos pescadores y comerciantes de la playa Malecón La Libertad y la ciudadanía. Un programa que fácilmente puede adaptarse y transmitirse por medios radiales y plataformas digitales.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez. (2020). *Repositorio Institucional de Lima*. Obtenido de Repositorio Institucional de Lima: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- ambiente, M. d. (10 de Septiembre de 2004). *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Obtenido de Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Ambiente, M. d. (12 de Abril de 2017). *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Obtenido de Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Beltrán, G. (Noviembre de 2019). *Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena : <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5159>
- Briggs, D., Ellis, A., Lloyd, A., & Telford, L. (2020). New hope or old futures in disguise? Neoliberalism, the Covid-19 pandemic and the possibility for social change. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 18.
- Carhuancho, I., Fernando, N., Luis, S., María, G., & Kelly, C. (Agosto de 2019). *Repositorio Digital UIDE*. Obtenido de Repositorio Digital UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Chávez, M., & Tapia, K. (2018). *Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Adres*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Adres: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24700/PG-818.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Dolores, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (02 de Diciembre de 2020). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500455
- Don, S., Salwen, M., & Eichhorn, K. (2019). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New York-U.S: Routledge.
- Dutta, S., Dipankar, D., & Tanmoy, C. (Julio de 2019). *Semantic Scholar*. Obtenido de Semantic Scholar: <https://www.semanticscholar.org/paper/Changing-Views%3A-Persuasion-Modeling-and-Argument-Dutta-Das/517377093690d0e2d75323ee035453a464306405>
- Esteban, N. (2018). *Repositorio Institucional USDG*. Obtenido de Repositorio Institucional USDG: <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Foluke, F. (Octubre de 2018). *Research Gate*. Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/337649561_What_is_Communication#:~:text=com

munication%20means%20speaking%20to%20or,text%20messages%2C%20body%20language%2C%20signs

- García, A., & Dalyn, D. (2019). *Repositorio Universidad Nacional de Trujillo UNT*. Obtenido de Repositorio Universidad Nacional de Trujillo UNT: <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/17218>
- González, D. (Agosto de 2018). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35882/1/FINAL%2009%2009%20D%20GONZALEZ.pdf>
- González, J., & Aguas, C. (2018). *Repositorio Universidad Autónoma de Occidente*. Obtenido de Repositorio Universidad Autónoma de Occidente: <https://red.uao.edu.co/handle/10614/10230>
- Hernández, C., & Carpio, N. (Febrero de 2019). *Alerta-Revista Científica Del Instituto Nacional De Salud*. Obtenido de Alerta-Revista Científica Del Instituto Nacional De Salud: <https://alerta.salud.gob.sv/introduccion-a-los-tipos-de-muestreo/>
- Intriago, G. (2020). *Repositorio Digital UTMACH*. Obtenido de Repositorio Digital UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16355>
- Irma, C. (agosto de 2019). *Repositorio de Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de Repositorio de Universidad Internacional del Ecuador: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Irma, C., Fernando, N., Luis, S., María, G., & Kelly, C. (Agosto de 2019). *Repositorio Digital UIDE*. Obtenido de Repositorio Digital UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Lopera, M. (2017). *Library*. Obtenido de Library: <https://1library.co/document/myj5666q-alfabetizacion-ambiental-profesionalizacion-docente-diseno-iteracion-modelo-formacion.html>
- Manrique, C., & Esmerly, Q. (2019). *Repositorio Institucional UNSA*. Obtenido de Repositorio Institucional UNSA: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9015/CCmafekc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manuela, C., Luz, C., & Lino, V. (2019). Percepciones sobre contaminación ambiental y actitudes en estudiantes universitarios. *Revista Innova Educación*, 9.
- María, D., & Samuel, O. (2018). Percepción del medio ambiente y del trabajo campesino: un relato de experiencia en La Virgen (Colombia) . *perifèria*, 29.
- Márquez, P., & Serna, C. (5 de Diciembre de 2018). *Repositorio Institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia: http://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/11041/3/2019_transmedia_crossmedia_hipermedia.pdf

- Nacional, A. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Asamblea Nacional: https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2019). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales-Universidad del Zulia* .
- Odalys, B., León, J., Cáceres, M., Coralia, P., & Eudalga, E. (Diciembre de 2019). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0138-65572019000500003&script=sci_arttext&tlng=en
- Otero, A. (Agosto de 2018). *Research Gate*. Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Parra, S. (2018). Eco-alfabetización. *Revista Universidad Distrital de Francisco José de Caldas*, 8. doi: 10.14483/16579089.11621
- Pascuas, Y., Perea, H., & García, B. (Febrero de 2021). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662020000401123
- Pulido, V., & Olivera, E. (2018). Aportes pedagógicos a la educación ambiental: una perspectiva teórica. *Revista Scielo Perú-Revista de Investigaciones Altoandinas*, 14.
- Ríos, E., Páez, H., & Barbos, J. (21 de Octubre de 2020). *REDIPE-Red Iberoamericana De Pedagogía*. Obtenido de REDIPE-Red Iberoamericana De Pedagogía: <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Rivera, L., & Odgers, O. (11 de Febrero de 2021). *Colef.mx*. Obtenido de Colef.mx: <https://www.colef.mx/noticia/articulo-la-investigacion-de-campo-en-tiempos-de-covid-19-entrevistando-a-migrantes-durante-el-confinamiento/>
- Rodríguez, J., Limones, K., & Villafuerte, J. (2018). Comunidad Playa de Oro en la provincia de Esmeraldas (Ecuador). Una experiencia exitosa de alfabetización ambiental. *Runae*, 22.
- Ruiz, R., & Alvarado, C. (2020). *Repositorio Digital Universidad Simón Bolívar*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Simón Bolívar: <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/6630>
- Sánchez, D. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 2. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepexi/article/view/7928/8457>
- Syafruddin, R., Selamat, R., & Zakaria, S. (2020). Islamic Communication Model in Therapeutic Communication. *SIASAT Journal of Social, Cultural and Political Studies*, 10.
- Unidas, N. (Diciembre de 2012). *Convencion de las Naciones Unidas*. Obtenido de Convencion de las Naciones Unidas: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/feb15_CONVENCION-DE-LAS-NACIONES-UNIDAS-SOBRE-EL-DERECHO-DEL-MAR-CONVEMAR.pdf

- Unidas, N. (Diciembre de 2018). *Repositorio Digital-CEPAL*. Obtenido de Repositorio Digital-CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Vázquez, S. (2019). *Repositorio Digital UTMACH*. Obtenido de Repositorio Digital UTMACH: http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15103/1/E-2247_VASQUEZ%20TIBILLIN%20SARA%20MARITZA.pdf
- Vitaller, C. (2018). *Research Gate*. Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Villaverde/publication/277925871_Co-director_and_statistical_supervisor_of_Final_Degree_Project_Work_Tecnicas_de_muestreo_y_elaboracion_de_encuestas/links/5a9d7af20f7e9be37969dd61/Co-director-and-statistical-sup
- Welch, D., & Yates, L. (2018). The practices of collective action: Practice theory, sustainability transitions and social change. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 17.

8 ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TEMA /TÍTULOS	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOES	ESCALA DE MEDICIÓN
Uso de estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad, año 2021.	Estrategias comunicacionales	La estrategia comunicacional es una herramienta diseñada para articular acciones comunicativas de orden interno, que contribuyan a consolidar procesos institucionales y de alcance externo. Orientados a informar sobre el alcance y el avance de los planes, programas, estrategias o proyectos. Chávez y Tapia. (2018)	La estrategia comunicacional es una herramienta diseñada para articular acciones comunicativas mediante la aplicación de productos comunicacionales que contribuyan a la comunicación orientadas a un público objetivo.	Productos comunicacionales	-Impacto social - Conciencia social -Función de productos comunicacionales	Escala de Likert Ordinal Es uno de los niveles de medición que nos otorga la clasificación y el orden de los datos.
				Comunicación	- Mayor alcance -Procesos de la comunicación -Envío y recepción de mensaje	
				Público objetivo	-Alcance de la estrategia comunicacional -Feddback -Opinión pública	

Anexo 2: INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario – Estrategia comunicacional

Tema: Uso estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad, año 2021.

Objetivo. Levantar información sobre la influencia de las estrategias comunicacionales en la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad.

Escala. Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

Variable Independiente: Estrategia comunicacional		1	2	3	4	5
1	Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social					
2	Los documentales, los reportajes, las crónicas relacionadas a problemas ambientales generan conciencia social					
3	Los contenidos de reportajes, imágenes, fotos son eficaces para el envío y recepción de la información					
4	Las estrategias comunicacionales promueven una comunicación de mayor alcance					
5	Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a las personas generan cambios en la opinión pública					
Variable dependiente: Alfabetización ecológica		1	2	3	4	5
1	La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales					
2	La educación ambiental es el camino para el dominio de la corresponsabilidad social ambiental					
3	La alfabetización ecológica recurre a la persuasión colectiva y ayuda en la toma de decisiones en el cuidado del entorno.					
4	La educación ambiental mediante la persuasión colectiva promueve el cuidado del medio ambiente					
5	La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno					



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0924540701

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	Uso estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad, año 2021
AUTOR:	Torres Tomalá Joffre Jairo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Estrategia comunicacional	Producto comunicacional	Impacto social	Los videos, flyers, folletos y audios que se difunden por redes sociales causan un mayor impacto social						X		X		X		X		
		Conciencia social	Los documentales, los reportajes, las crónicas relacionadas a problemas ambientales generan conciencia social						X		X		X		X		
	Comunicación	Envío y recepción de mensaje	Los contenidos de reportajes, imágenes, fotos son eficaces para el envío y recepción de la información						X		X		X		X		
		Mayor alcance	Las estrategias comunicacionales promueven una comunicación de mayor alcance.						X		X		X		X		
	Persuasión colectiva	Opinión pública	Las estrategias comunicacionales que logran persuadir a las personas generan cambios en la opinión pública.						X		X		X		X		

Variable Dependiente: Alfabetización ecológica	Cambio social	Costumbres ambientales	La alfabetización ecológica genera un cambio social en la adopción de costumbres ambientales.							X		X		X		X		
		Corresponsabilidad social	La educación ambiental es el camino para el dominio de la corresponsabilidad social ambiental							X		X		X		X		
	Persuasión colectiva	Toma de decisiones	La alfabetización ecológica recurre a la persuasión colectiva y ayuda en la toma de decisiones en el cuidado del entorno.							X		X		X		X		
		Cuidado ambiental	La educación ambiental mediante la persuasión colectiva promueve el cuidado del medio ambiente							X		X		X		X		
	Percepción social	Actitudes ambientales	La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental generando actitudes y hábitos en la preservación del entorno.							X		X		X		X		

Fecha, Santa Elena 22 de junio del 2022



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0924540701

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario–Estrategia Comunicacional

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 – 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN																						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	
8. Coherencia	Relación en																				100	

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	TORRES TOMALÁ JOFFRE JAIRO	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Uso estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad, año 2021.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario-Estrategia comunicacional	
Objetivo:	Levantar información sobre la influencia de las estrategias comunicacionales en la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad.	
Dirigido a:	Ciudadanos del Cantón La Libertad provincia de Santa Elena	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Soriano Orrala Lilibeth Alexandra	
Documento de Identidad:	0924540701	
Grado Académico:	Docencia Universitaria	
Especialidad:		
Experiencia Profesional (años):	9 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia: Aplicar encuesta		

Fecha: 22 de junio del 2022



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.

Juez Experto
C.I: 0924540701

Anexo 3
ISTRUMENTO

Técnica: Entrevista a especialistas

Instrumento: Preguntas estructuradas – Estrategia Comunicacional

Tema: Uso estrategias comunicacionales para la alfabetización ecológica en el cuidado de la playa Malecón La Libertad, año 2021.

Instrumento: Entrevista

Entrevistados:	1.Elvis Darío Lindao Suárez, Lcdo. Comunicación Social. 2.Ángel Leonel Bacilio Guale, Lcdo. Biología.
Cargo:	1.Director de radio Salinas 2.Especialista en Asistencia en Instituto de Investigación en Salud Pública, Técnico en Consultorías Ambientales
Especialidad:	1. Master en Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2. Biólogo de la Universidad Estatal de Guayaquil
Entrevistador:	Torres Tomalá Joffre Jairo

Preguntas
1. ¿Como estrategia comunicacional por qué se apuesta por la creación de productos comunicativos en la generación de conciencia social?
2. ¿A través de que medios las estrategias comunicacionales promueven una comunicación de mayor alcance?
3. ¿La alfabetización ecológica recurre a la persuasión colectiva y ayuda en la toma de decisiones en la sostenibilidad del entorno?
4. ¿La alfabetización ecológica cambia la percepción ambiental promoviendo actitudes y costumbres en la preservación del medio ambiente?



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.

Juez Experto
C.I: 0924540701

Anexo 4

Narrativa transmedia de fotografías

Entrevistados:	1. Elvis Darío Lindao Suárez, Lcdo. Comunicación Social 2. Ángel Leonel Bacilio Guale, Lcdo. Biología
Cargo:	1. Director de radio Salinas 2. Especialista en Asistencia en Instituto de Investigación en Salud Pública, Técnico en Entomología en Consultorías Ambientales
Especialidad:	1, Maestría en Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2. Asistencia en Instituto de Investigación en Salud Pública
Entrevistador:	Torres Tomalá Joffre Jairo

Preguntas-Entrevistado 1-Lcdo. Elvis Darío Lindao Suárez Mgtr.

1. ¿Cuáles son aquellas características propias y distintivas del medio de comunicación tradicional (radio) y los medios digitales?

2. Los pescadores, comerciantes, incluso toda ciudadanía libertense se identifica con la radio, la cultura en el cantón se evoca más a escuchar este medio de comunicación.

¿Cuál considera ser la estrategia efectiva para difundir mensajes con contenido ambiental a través de los diferentes programas en la radio? Y ¿Cuáles serían esos componentes?

3. ¿Cuál considera usted que deberían ser esas herramientas comunicativas que se deben plantear a través de los medios digitales para concientizar sobre la contaminación ambiental? y ¿Cómo lo estructuraría mediante la implementación de la siguiente imagen?





Preguntas-Entrevistado 2- Blgo. Ángel Leonel Bacilio Guale

1. A breves rasgos y con sus conocimientos técnicos ¿Qué riesgos ambientales visualiza a través de las siguientes fotografías obtenidas en el Malecón La Libertad?





2. ¿Cuáles considera debe ser la estrategia para alfabetizar ecológicamente a los pescadores sobre el riesgo de dejar desechos de pesca en la playa?





3. ¿Cuáles considera debe ser la estrategia para promover alfabetización ecológica a los comerciantes sobre la falta de atención al manejo idóneo de los residuos en la playa Malecón La Libertad?





Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 0924540701

Anexo 5

Encuesta realizada a comerciantes del Malecón La Libertad

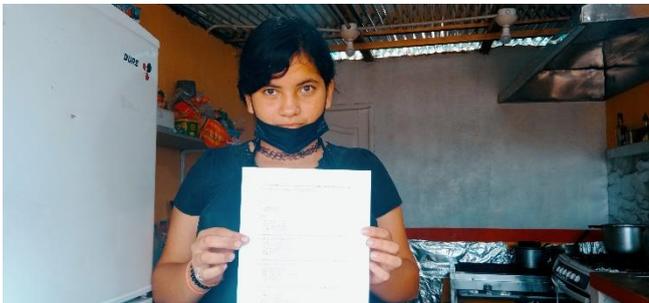


Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Encuesta realizada a comerciantes del Malecón La Libertad



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Encuesta realizada a pescadores del sector La Caleta Malecón La Libertad



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Encuesta realizada a trabajadores del sector La Caleta Malecón La Libertad



Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

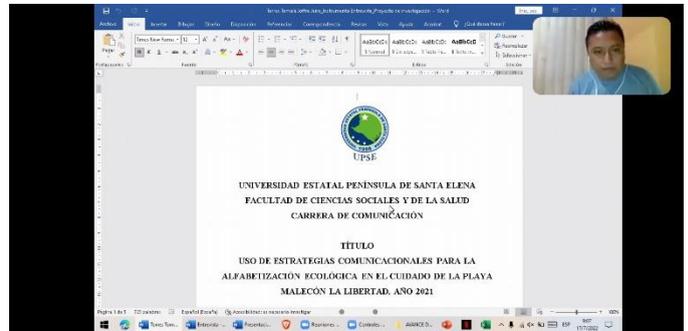


Fuente: Evidencias de aplicación de encuesta
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Entrevista realizada al Lcdo. Elvis Lindao Suárez, Mgtr.

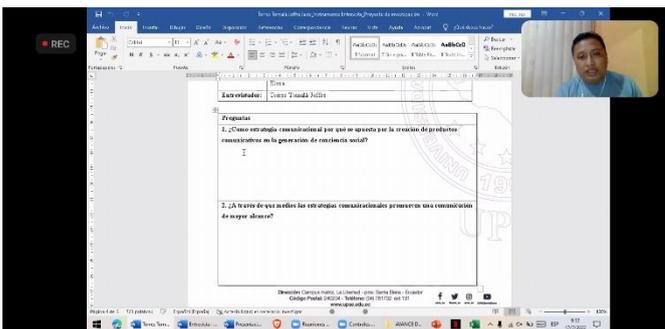


Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

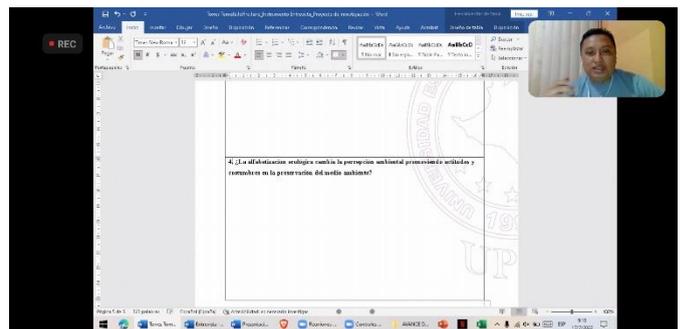


Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Aplicación del banco de preguntas al entrevistado



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

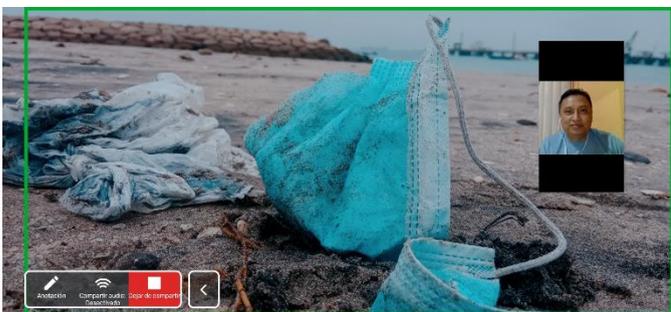
Presentación de las fotografías para la obtención de las narrativas transmedia por el especialista



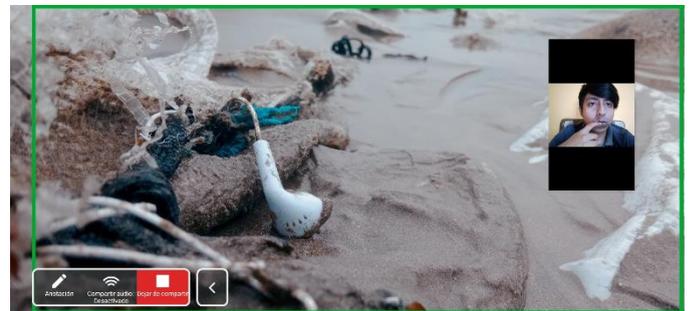
Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Entrevista realizada al Blgo. Ángel Leonel Bacilio Guale

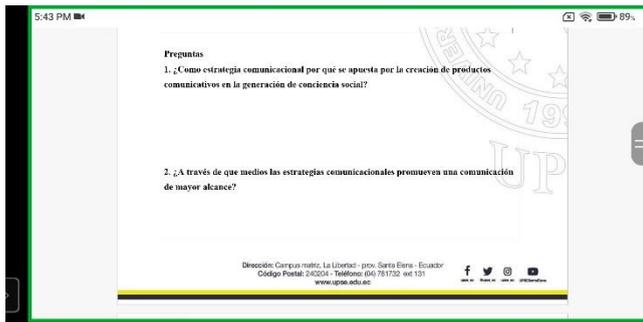


Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

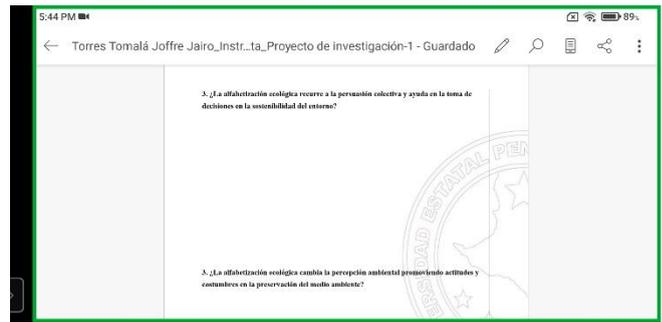


Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Aplicación del banco de preguntas al entrevistado



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022

Presentación de las fotografías para la obtención de las narrativas transmedia por el especialista



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022



Fuente: Evidencias de aplicación de entrevista a especialista
Elaborado por: Joffre Torres
Fecha: 2022