



**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

**APORTES COMUNICACIONALES DEL PERIODISMO AMBIENTAL
DENTRO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO EN LA FANPAGE “ENTRE
PANAS”**

AUTOR

RICARDO FABIÁN TUMBACO FLORES

TUTOR

LCDO. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS, PHD.

DOCENTE ESPECIALISTA

ECON. LILIBETH ALEXANDRA ORRALA SORIANO, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022

TEMA

**APORTES COMUNICACIONALES DEL PERIODISMO AMBIENTAL
DENTRO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO EN LA FANPAGE “ENTRE
PANAS”**

AGRADECIMIENTO

A todos mis docentes de la carrera, por impartirme sus conocimientos en estos ocho semestres. A mi tutor de este proyecto de investigación, por su dedicación y compromiso en cada sesión de trabajo realizada. De la misma manera a la universidad UPSE quien se convirtió en mi segundo hogar en estos últimos cuatro años de aprendizaje.

A mis familiares por todos los consejos y ayuda que me brindaron; por ser ese pilar principal en lo que llevo de vida. Por último, pero no menos importante, a todos mis compañeros de carrera y amigos de vida, quienes me transmitían sus buenas energías y me recordaban mis anhelos por finalizar esta etapa.

Ricardo Fabián Tumbaco Flores

DEDICATORIA

A mi familia, que siempre ha querido darme lo mejor y acompañarme en la obtención de mis metas de vida. A mi madre Lucila Flores, quien desde el cielo ahora guía mis pasos y en su nombre cumplo su sueño: el verme convertido en un profesional en el área de la comunicación. A mi padre, Ricardo Tumbaco, quien ha cumplido con su deber y sueños de ver convertido a todos sus hijos en excelentes profesionales.

Mis hermanas, Addy y Liliana Tumbaco, que desde pequeño han contribuido en todas mis etapas de educación, por lo tanto este logro alcanzado también es de ellas.

Ricardo Fabián Tumbaco Flores

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, 22 de Julio de 2022

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

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **RICARDO FABIÁN TUMBACO FLORES**, con cédula de identidad N° **2400018467**, 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: **RICARDO FABIÁN TUMBACO FLORES**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **APORTES COMUNICACIONALES DEL PERIODISMO AMBIENTAL DENTRO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO EN LA FANPAGE “ENTRE PANAS”**.

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,

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Docente tutor
Trabajo Integración Curricular II
CI: 0913729257
Correo Institucional: amatamoros@upse.edu.ec

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



Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Econ. Lilibeth Alexandra Orrala Soriano, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcdo. Ángel Alberto Dávalos Matamoros, PhD.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Tumbaco Flores Ricardo Fabián
ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **RICARDO FABIÁN TUMBACO FLORES**, con C.C: **2400018467**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **APORTES COMUNICACIONALES DEL PERIODISMO AMBIENTAL DENTRO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO EN LA FANPAGE “ENTRE PANAS”**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Ricardo Fabián Tumbaco Flores

CI: 2400018467

Correo Institucional: ricardo.tumbacoflores@upse.edu.ec

Celular: 0988038622

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA.....	II
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	III
DERECHOS DE AUTORÍA.....	V
RESUMEN.....	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN.....	1
1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	4
1.1 Descripción del problema.....	4
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Preguntas de investigación.....	5
1.4 Justificación	5
1.5 Objetivos	6
General	6
Específicos	6
1.6 Hipótesis	6
1.7 Variables	6
Independiente	6
Dependiente.....	7

1.8 Variables (Operacionalización)	7
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes.....	8
2.2 Marco conceptual	10
2.2.1 Periodismo Ambiental	10
2.2.2 Responsabilidad social del comunicador.....	12
2.2.3 La educación	12
2.2.4 Periodismo con Educación Ambiental	13
2.2.5 Fomentación de la cultura ecológica	14
2.2.6 Comunicación	15
2.2.7 Tipos de Comunicación	15
2.2.8 Periodismo Digital.....	16
2.2.9 Redes Sociales.....	17
2.2.10 Utilización de las nuevas técnicas de información	17
2.2.11 Creación de proyectos audiovisuales para redes sociales.....	18
2.3 Marco legal	19
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	22
3.1 Tipo de investigación	22
3.2 Enfoque de la investigación	22
3.3 Diseño de la investigación.....	22
3.4 Métodos de investigación.....	23
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	24

3.6 Universo, población y muestra	24
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
4.1 Procesamiento de la información	26
4.2 Análisis e interpretación de resultados	26
4.3 Discusión de resultados	41
5. CONCLUSIONES	45
6. RECOMENDACIONES.....	46
7. BIBLIOGRAFIA	47
8. ANEXOS	51

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.....	27
Tabla 2 La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.	28
Tabla 3 La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.	29
Tabla 4 La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.	30
Tabla 5 La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas..	31
Tabla 6 Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.	33
Tabla 7 El periodismo digital no brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.	34
Tabla 8 Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales. ...	35
Tabla 9 La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.	36

Tabla 10 Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.....	37
Tabla 11 Guía de preguntas: Análisis cualitativo.....	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS, IMÁGENES

Figura 1 El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.....	27
Figura 2 La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.	28
Figura 3 La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.	29
Figura 4 La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.	30
Figura 5 La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas..	31
Figura 6 Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.	33
Figura 7 El periodismo digital no brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.	34
Figura 8 Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales. ...	35
Figura 9 La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.	36

Figura 10 Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.37

RESUMEN

La parroquia Manglaralto posee muchos atractivos turísticos en zonas que gozan de riquezas naturales propias de este sector y las cuales han sido utilizadas como fuentes de trabajo para una gran parte de la población. Sin embargo, el deterioro y destrucción de estos espacios por la actividad turística se ha transformado en una problemática social que no se le da prioridad. Por esta razón, el objetivo central de este proyecto es identificar los beneficios que proporcionarían la difusión de contenido audiovisual con temática ambiental, dentro de la Fanpage “Entre Panas”, en las zonas turísticas de la Parroquia Manglaralto. A su vez, conocer si: ¿Es posible que la creación de contenido periodístico ambiental, difundido a través de la Fanpage Entre Panas contribuya al cuidado y conservación de los espacios naturales dentro de la parroquia Manglaralto? Para conseguir este objetivo y despejar las interrogantes de la investigación, se utilizara una metodología de estudio con enfoque mixto, tomando como referencia dos técnicas de investigación: La encuesta; cuantitativa, y la entrevista; cualitativa. Posterior a ello, se analizan los resultados obtenidos y se los relacionará con los criterios emitidos por expertos establecidos en el marco conceptual de la investigación. Para finalizar, se pondrán en consideración las conclusiones y recomendaciones, acerca sobre la viabilidad y ejecución del proyecto de investigación.

Palabras clave: periodismo ambiental, aportes comunicacionales, educación, Fanpage.

ABSTRACT

The Manglaralto parish has many tourist attractions in areas that enjoy natural wealth typical of this sector and which have been used as sources of work for a large part of the population. However, the deterioration and destruction of these spaces by tourist activity has become a social problem that is not given priority. For this reason, the central objective of this project is to identify the benefits that would be provided by the dissemination of audiovisual content with environmental themes, within the Fanpage "Entre Panas", in the tourist areas of the Manglaralto Parish. In turn, to know if: Is it possible that the creation of environmental journalistic content, disseminated through the Entre Panas Fanpage, contributes to the care and conservation of natural spaces within the Manglaralto parish? To achieve this objective and clear up the research questions, a study methodology with a mixed approach will be used, taking two research techniques as a reference: The survey; quantitative, and the interview; qualitative. After that, the results obtained will be analyzed and related to the criteria issued by experts established in the conceptual framework of the research. Finally, the conclusions and recommendations will be considered, about the feasibility and execution of the research project.

Keywords: environmental journalism, communication contributions, education, Fanpage.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación presenta los aportes comunicacionales del periodismo ambiental dentro de la parroquia Manglaralto en la *Fanpage* “Entre Panas”

El presente trabajo se ampara bajo las líneas y sublíneas de investigación establecidas por la carrera de comunicación, además de seguir los parámetros y normativas que señala la Universidad Estatal Península de Santa Elena. El proyecto trabaja con los temas relacionados a los aportes comunicacionales del periodismo ecológico dentro de la FanPage “Entre Panas” tomando como base la aplicación de las mismas dentro de la Parroquia Manglaralto; Lugar donde en los últimos años se ha incrementado el trabajo del periodismo digital, sin tomar en cuenta los temas relacionados a las áreas naturales del sector. Los cuales son de mucha importancia para el desarrollo de actividades turísticas de todas sus comunas que conforman esta zona. Por esta razón, la aplicación de estrategias comunicacionales con temática ambiental, surge como una necesidad ante el descuido poblacional. La utilización de este tipo de técnicas, permitirá a la sociedad cuidar sus entornos naturales e incentivar a la conservación de estas áreas turísticas a sus visitantes y locales.

La metodología que se utilizó para la realización de este trabajo de investigación fue de tipo mixto. Con el enfoque cualitativo se reconocerán las posturas de expertos en el área de comunicación ambiental y digital sobre la aplicación de contenidos multimedia dentro de la Fanpage Entre Panas. El enfoque cuantitativo, medirá en porcentajes los niveles de aceptación por parte de los seguidores de la página de estudio, con respecto a la difusión del contenido ambiental dentro de su espacio digital.

El diseño empleado tiene un enfoque descriptivo, con la finalidad de analizar la variable independiente periodismo ambiental e dependiente aportes comunicacionales. La información recolectada en este trabajo corresponde a fuentes bibliográficas de libros, artículos académicos, entre otros trabajos de investigación relacionados a la temática a indagar.

La población estudiada corresponde a 2.500 seguidores de la FanPage Entre Panas. La muestra corresponde a 100 participantes activos dentro de la página. Se tomó en consideración los juicios de inclusión y exclusión. Por tales motivos se aplicará un muestreo no probabilístico intencional. La encuesta servirá como técnica para la búsqueda de resultados y a su vez se contará con un cuestionario con escala de Likert que corresponderá al instrumento de la investigación. La entrevista es utilizada como técnica de exploración con su respectiva guía de preguntas estructuras que ayudarán a analizar de mejor manera los objetivos de estudio.

Para finalizar se presenta el análisis y discusión de los resultados obtenidos, se contrastará la información recopilada de los teóricos con la finalidad de responder a las preguntas de investigación y verificar la veracidad de la hipótesis planteada,

El objetivo general que se estableció para este proyecto de investigación menciona: Identificar los beneficios que proporcionarían la difusión de contenido audiovisual con temática ambiental dentro de la FanPage “Entre Panas”, en las zonas turísticas de la Parroquia Manglaralto. De la misma manera se plantearon tres objetivos específicos: Determinar los niveles de aceptación entre los seguidores de la FanPage “Entre Panas” sobre la difusión de contenido ambiental en este espacio digital; Identificar cuáles serían las mejores estrategias para la aplicación y ejecución de un periodismo ecológico en las plataformas digitales y sugerir la aplicación de un periodismo poco utilizado en la zona, en una plataforma reconocida a nivel local, dentro de la parroquia Manglaralto.

El presente trabajo de investigación aporta con ideas innovadoras adaptadas al contexto actual con la finalidad de resolver una problemática local. La introducción proporciona una idea general de todo el proyecto de investigación, seguido del desarrollo del capítulo I, donde se describe el problema a tratar; buscando los aportes comunicacionales que podían proporcionar la difusión de contenido ambiental en la FanPage “Entre Panas” dentro de la parroquia Manglaralto. Por lo tanto, la formulación del problema, junto al surgimiento de preguntas de investigación, justificación, hipótesis, la definición de objetivos y el tratamiento de las variables resulta esencial para el completo desarrollo del trabajo.

Después se cuenta con un capítulo II, enfocado en el marco teórico. Por ello, la determinación de los antecedentes brindará una orientación realista de la temática estudiada, con enfoques internacionales, nacionales y locales que respalden la investigación. Además de contar con un marco conceptual, que expondrá los criterios de expertos en el área comunicacional y ambiental que sustenten la teoría del proyecto. Vinculado a esto, un marco legal, donde se demostrarán las base jurídicas que defiendan la veracidad de los argumentos expuestos y analizados en los objetivos planteados.

En ese mismo contexto, se expone el capítulo III, espacio metodológico del trabajo de investigación. Aquí se menciona el tipo de investigación, el enfoque, además de conocer el diseño de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos utilizados, para el tratamiento del universo, población y muestra que serán utilizadas para el desarrollo del estudio.

Finalmente los aportes encontrados en el capítulo IV, enfocados en los resultados y discusiones del proyecto. Para ello, es necesario el procesamiento de la información, para luego pasar a un análisis e interpretación de los contenidos encontrados. Verificar si los datos encontrados sustentan la idea principal de la investigación y analizar si la aplicación del mismo es factible o no.

1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

Los medios digitales encargados de la difusión de información dentro de la parroquia Manglaralto han obviado una temática comunicacional importante, tomando en consideración el sector turístico ambiental que tiene la zona norte de la provincia de Santa Elena. Las comunas que forman parte de este sector, se han caracterizado por la utilización de sus áreas naturales para potenciar el turismo y llevar el sustento diario a sus hogares.

Sin embargo, la necesidad por cumplir con la demanda del sector turístico, ha provocado el descuido en la conservación de los espacios utilizados en la actividad turística, playas, montañas, senderos, cascadas y ríos. Los visitantes que llegan cada fin de semana y de manera excesiva en los días de feriados, no cumplen las normas básicas de cuidado ambiental que se deberían tener en estos lugares al momento de ingresar.

Esto se debe a la limitada difusión de contenido comunicacional que se tiene en la zona; Contenido que debe estar ligado a la conservación de estas áreas naturales. Los gobiernos autónomos parroquiales, cabildos comunales han tratado de reducir la destrucción ambiental, pero las estrategias utilizadas no generan un impacto informativo y emocional dentro de cada uno de los moradores o visitantes que llegan a la parroquia.

1.2 Formulación del problema

Por esta razón surge la siguiente interrogante: ¿Es posible que la creación de contenido periodístico ambiental, difundido a través de la Fanpage Entre Panas contribuya al cuidado y conservación de los espacios naturales dentro de la parroquia Manglaralto?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cómo aceptarían los seguidores de la FanPage “Entre Panas” la difusión de contenido ambiental en este espacio digital?
- ¿Qué estrategias se podrían mencionar para la aplicación y ejecución de un periodismo ecológico en las plataformas digitales?
- ¿Por qué es factible la aplicación de un periodismo poco utilizado en la zona, en una plataforma reconocida a nivel local, dentro de la parroquia Manglaralto?

1.4 Justificación

Como justificativo, esta investigación motiva al desarrollo de una conciencia moral en los pobladores del sector y busca despertar el interés por el cuidado de sus espacios turísticos dentro de la parroquia Manglaralto; con la finalidad de aprovechar por un largo plazo de estos ambientes que gozan de riqueza natural.

La conservación de estos lugares, contribuirán a que la población Manglaraltense siga aprovechando estos recursos naturales que traen ingresos a sus hogares, y a no solo depender de labores como la construcción o pesca local. En tal sentido, convertirse en una potencia turística dentro de la provincia de Santa Elena, en los próximos años.

De la igual manera, resulta fundamental generar un espacio dentro de la FanPage mencionada, para difundir a los turistas las normas que deben cumplir al entrar dentro de las áreas recreativas que tengan un contexto ecológico. Se espera que el tema tenga un impacto local en los diferentes medios de comunicación digital de la zona, y comiencen a proporcionar dentro de sus espacios los mismos contenidos; posterior a ello alcanzar una mayor propagación de información ambiental y llegar a los medios más reconocidos a nivel provincial.

1.5 Objetivos

General

La presente investigación plantea: Identificar los beneficios que proporcionaría la difusión de contenido audiovisual con temática ambiental, dentro de la FanPage “Entre Panas”, en las zonas turísticas de la Parroquia Manglaralto.

Específicos

Como objetivos específicos constan los siguientes:

- Determinar los niveles de aceptación entre los seguidores de la FanPage “Entre Panas” sobre la difusión de contenido ambiental en este espacio digital.
- Identificar cuáles serían las mejores estrategias para la aplicación y ejecución de un periodismo ecológico en las plataformas digitales.
- Sugerir la aplicación de un periodismo poco utilizado en la zona, en una plataforma reconocida a nivel local, dentro de la parroquia Manglaralto.

1.6 Hipótesis

Los productos comunicacionales difundidos en la Fanpage “Entre Panas” ayudarán a la población local y visitantes a generar una conciencia ambiental, sobre el cuidado de las áreas naturales de la Parroquia Manglaralto.

1.7 Variables

Independiente

El periodismo ambiental se creó con la finalidad de generar sensibilizar a una sociedad sobre los cambios climáticos que se vive en los últimos años y el cuidado del ecosistema, sin embargo, Polo (2019) menciona que el periodismo ambiental es una de las especialidades periodísticas más amplias y completas, debido a que abarca aspectos que se relacionan con la sociedad y su desarrollo como tal.

Dependiente

Para establecer la variable dependiente se debe conocer uno de los objetivos de los **aportes comunicacionales** en la sociedad, González (2019) menciona que: La comunicación aporta con estrategias donde el emisor y el receptor comprenden un mensaje por igual. Buscan la transmisión exitosa del mensaje, donde el receptor explique el significado y el emisor la comprenda (p.2).

1.8 Variables (Operacionalización)

El siguiente apartado consta como Anexo I

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En la actualidad, el acelerado proceso de deterioro del medio ambiente a nivel mundial está generando un notorio desequilibrio en los diversos ecosistemas; atrayendo consecuencias para la salud y el bienestar del ser humano. Por esta razón el siguiente trabajo de investigación estudia los beneficios que traerían los aportes comunicacionales con la difusión de temas ecológicos en la FanPage “Entre Panas” dentro de la parroquia Manglaralto. A continuación se señalan trabajos investigativos con enfoques internacionales, nacionales y locales que enriquecen este trabajo, tomando como referencia los siguientes autores:

Aranzazu (2020) en su trabajo investigativo menciona el concepto del periodismo ambiental como:

Se identifica por ser un periodismo especialista, que ofrece información sobre la interacción de individuos dentro de un entorno. El periodismo ambiental requiere de una demandante gestión periodística a la hora de afrontar la temática, además, tiene una peculiaridad, y estimula, razona y crea grupos enfocados en un bien común (p. 11).

El periodismo ambiental, trabaja con el sentido moral y ético de las personas; sin embargo es considerado una labor de extrema complejidad debido a que debe tratar temas de manera rigurosa para generar los cambios esperados dentro de la población a la que se quiere llegar.

De la misma manera Pico (2019) proporciona las nuevas vertientes que trae el periodismo digital en los últimos años; conectando esta rama de la comunicación con la temática de este trabajo de investigación, mencionado que:

El entorno mediático digital ha ido transformando los alcances de difusión con contenidos ambientales y ha terminado con el cargo de difusión de noticias, trabajo ejecutado por periodistas en los medios. La comunicación se ha transformado en el cumplimiento de sus trabajos realizados a través de la web. El periodismo ciudadano, se ha especializado por su inmediatez y la interacción entre usuarios.

Este autor resalta los nuevos alcances que ha llegado a tener la tecnología con respecto al área informativa y habla sobre el periodismo ciudadano quien ha tomado fuerza debido a la fácil accesibilidad que se tiene en la web por parte de la población. Un tema de mayor interés por los conocedores del área comunicacional; determinada como una posible problemática si no se utiliza de manera correcta en la sociedad.

En un contexto nacional, tenemos a Polo (2018) quien en su proyecto de investigación proporciona la siguiente información:

Pese a la pluralidad ambiental del Ecuador y sus diferentes problemáticas, los temas ecológicos no eran parte de la inquietud ciudadana, por lo tanto los medios de comunicación en la década de los 70 y 80 no proporcionaban titulares relacionados con esta área. Por tales motivos se esperó hasta los años 90, donde el tema del medio ambiente alcanza mayor presencia mediática (p. 20).

En Ecuador los avances tecnológicos en las últimas décadas ayudaron a generar un cambio en la sociedad, para que temas de preocupación nacional comiencen a difundirse a través de todo el territorio. Entre ellos destacando la temática del impacto ecológico que comenzó a generar contenidos informativos acerca de algunos sectores que en la actualidad son áreas protegidas.

Dentro de este mismo contexto, tenemos a Castro et al., (2020) quienes dentro de su artículo mencionan que:

El estar en un proceso de adquisición de información constante, permitirá conocer el contexto real de la sociedad con el medio ambiente: muchas personas desconocen sobre el cuidado de las especies vegetales o animales que se encuentran en Ecuador. Se busca que la población tome conciencia ecológica, siendo cabecillas de los proyectos a favor del cuidado de los ecosistemas en todo el mundo.

La investigación reconoce el poco interés por parte de la raza humana, sin embargo no descarta la esperanza de generar un espacio donde la moral ciudadana tome conciencia y comience a luchar por causas justas y sobre todo por cuidar la riqueza natural que los rodea.

Rodríguez et al., (2014) en su tesis donde se relaciona el periodismo ambiental dentro del contexto de la ciudad de La Libertad, sostienen que:

Los dueños de los diferentes medios de comunicación, tienen que proporcionar espacios dirigidos únicamente a temas de cuidado ambiental, en donde los comunicadores se desplieguen, encaminando a la ciudadanía para que se interesen más en estas temáticas y así aumentar la participación en pro a la conservación de la naturaleza (p. 87).

Los medios de comunicación tienen que abordar y proporcionar información variada, y los periodistas deben recordar los principales objetivos de su labor, para llegar a cumplir su deber con la sociedad.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Periodismo Ambiental

El periodismo ambiental se creó con la finalidad de generar sensibilidad a una sociedad sobre los cambios climáticos que se vive en los últimos años y el cuidado de nuestro entorno, sin embargo, Polo (2019) menciona que el periodismo ambiental “es una

de las especialidades periodísticas más amplias y completas, pues abarca con igual énfasis los aspectos científicos, sociales, políticos, económicos, culturales, ambientales, y éticos”.

Dentro de esa misma rama, Bautista (2018) indica que el periodismo ambiental ha practicado una significativa labor en el progreso de la exploración y sensibilización ambiental, por lo tanto siempre priorizara los siguientes aspectos: Cuidado de la naturaleza, investigaciones para contribuir con su conservación y administración de áreas verdes.

El periodismo ambiental es tener la responsabilidad de informar a la sociedad sobre temas ambientales de impactos en la economía mundial.

Bajo ese mismo concepto Acosta (2017) proporciona un concepto similar con respecto al tema del periodismo ambiental, mencionando que:

El periodismo ambiental es no solo un estilo sino un ejercicio surgido de voces críticas para estimular la conciencia y hacer advertir a la sociedad la realidad del consumo inmoderado, así como incitar la capacidad para informar sobre el estilo de vida, advirtiendo a la sociedad de manera permanente, mediante mensajes educadores, basados en un contexto eco-amigable.

Sin embargo no se puede excluir el accionar de la sociedad con respecto a los trabajos desarrollados por el periodismo ambiental, es en ese punto donde Aranzazu (2020) Brinda un criterio formador que engloba tanto a la ciudadanía como al trabajo periodístico, él menciona:

El periodismo ambiental se convierte en un socio para ayudar a la subsistencia ambiental. Se entiende que el periodismo es un oficio y servicio para la comunidad. Más aun con el periodismo ambiental, donde el trabajo es más severo, ya que no solo se basa en informar: busca despertar un sentido moral en la ciudadanía por el cuidado del medio ambiente.

2.2.2 Responsabilidad social del comunicador

Los comunicadores cumplen un rol esencial en la difusión de información, como lo menciona Nieto (2017) quien argumenta que la búsqueda por un cambio social, representa una tarea primordial de los medios de comunicación, quienes junto a la educación inculcan valores en la sociedad e incentivan a un renacer individual y social (p. 153). Por tal razón, la persuasión que debe tener un profesional en el área comunicacional debe velar constantemente por generar cambios sociales que beneficien a los sectores vulnerables, en este caso el medio ambiente.

Otro de los argumentos significativos dentro de este mismo contexto es mencionado por Burgos (2018) quien aporta con la ideología de la Responsabilidad Social, y menciona que no se consigue estar dentro de este universo e ignorar las problemáticas que existan en el (p. 49). Por ello, es importante que los individuos que residen dentro de un mismo contexto, tomen en consideración los problemas ambientales de su zona y generar estrategias para su conservación.

2.2.3 La educación

La educación es un factor fundamental dentro de una sociedad, debido a que cumplen con roles esenciales, como las que menciona Diaz et al., (2019): Logran establecer que la ayuda, la compensación de pensamientos, ciencia y el progreso intelectual con bases pedagógicas, motiven al alumno y el docente a generar cambios dentro de su estructura social (p. 28). Los centros de educación en todos sus niveles, son los llamados a inculcar en sus alumnos los ideales de cambios.

Bajo esta misma línea se podría mencionar el testimonio de Carneiro et al., (2019) quien menciona que la educación es un servicio de moralidad en las personas y comunidades; la cual trabajaba por la inclusión de valores dentro de la población pensante (p. 18). Mediante la utilización de los conceptos educativos, se podrá generar impacto

social e inculcar los valores por el cuidado ambiental, esto sumado a los aportes comunicacionales y sus estrategias alcanzarían los resultados esperados.

2.2.4 Periodismo con Educación Ambiental

La educación es una de las ramas que fortalece o impulsa al desarrollo de una comunidad o entorno, sin embargo se debe conocer los aportes que se obtienen con la fusión de la temática ecológica dentro de este contexto. Por esta razón Cumba (2020) menciona que:

Los medios de comunicación en el paso de la historia se han caracterizado por su veracidad al momento de informar, transformar, generar espacios de opinión y distracción. En la era actual, es primordial que los medios de comunicación en la sociedad se conviertan en un elemento concluyente en un componente de la educación ambiental, ya que el aprendizaje es la base para la solidificación de una base que sostenga a una humanidad progresista.

Las principales causas al problema ambiental es la poca información que se proporciona de ella. Por lo tanto si la población no tiene conocimientos de estos tópicos desconocerá la manera correcta para actuar. Por esa razón Cumba (2020) resalta lo siguiente:

Es importante indicar que esta pauta del periodismo no sólo busca comunicar problemas ambientales, sino que logran como resultado crear en el público una acción positiva en relación a la preservación del ambiente, en una expresión comprensible y clara, donde se entienda las diferencias personales dentro de varios contextos.

La educación incentiva a la toma de decisiones para un bien común, dejando de lado las diferencias que caracterizan a un grupo determinado y poner como prioridad la ejecución de acciones o trabajos que contribuyan en un bien común.

Sin embargo Severiche et al., (2017) también contribuye con su postura dentro de este contexto, mencionando lo siguiente:

La educación ambiental es el instrumento primordial para que un grupo de personas obtengan un pensamiento moral y crítico sobre de la importancia de la conservación de su entorno y ejecutar modificaciones en sus valores, actitud y modo de subsistencia, para extender sus conocimientos e inducir a la lucha para erradicar las problemáticas actuales y las que surjan a futuro.

El periodismo ambiental junto a la educación aún están a tiempo para generar cambios que debieron surgir hace mucho tiempo, aun la población puede contribuir de manera positiva, ya se ha demostrado dentro de otros aspecto, que se puede lograr este objetivo.

2.2.5 Fomentación de la cultura ecológica

Entre los aportes del periodismo ecológico, se cuenta con una rama importante para conocer los rasgos culturales relacionados a la ecología y por ello se toma como referencia el testimonio de Yangali et al., (2021) quien menciona que la inquietud de la población con el quebranto ambiental a nivel mundial pone en marcha los trabajos de conservación por parte de organizaciones que combaten por la existencia en varios contextos humanos relacionados a áreas naturales.

Destacando de esta manera una lucha constante de varios grupos quienes no se han descuidado de esta problemática y siguen trabajando para tener resultados positivos a mediano y largo plazo.

2.2.6 Comunicación

A través de los años, la comunicación ha tenido una evolución extraordinaria, Yirda (2021) alude que la palabra comunicación surge del latín “communicare” el cual explica que los datos que uno posee, pueden ser compartidos. Es el respaldo de la comunicación, se lo puede tratar como el método o canal que por el cual se difunde la información. Contribuyendo de manera correcta con los objetivos principales de la comunicación.

A su vez, la comunicación ha compartido un rol importante en la vida de cada una de las personas, debido a que a través de ella se facilita el intercambio de ideas y expresiones, sin embargo, (Peiró, 2021) manifiesta que la comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto. Aporta significativamente en los ciudadanos debido a que permite intercambiar información.

Funciones de la Comunicación

La comunicación cumple varias funciones dentro de la sociedad, pero Peiró (2021) menciona las más importantes las cuales se indican a continuación: representativa, emotiva, apelativa, metalingüística y poética.

2.2.7 Tipos de Comunicación

Los tipos de comunicación representan las diferentes formas que se tiene para transmitir un mensaje. Según Peiró (2020) indica que estos tipos formatos tienen que ver con el modo de comunicarnos, los diferentes ámbitos o situaciones, entre ellos se encuentran:

- Comunicación Verbal
- Comunicación no verbal
- Comunicación dependiendo de la participación

- Comunicación según el canal utilizado
- Comunicación atendiendo al objetivo

2.2.8 Periodismo Digital

Salavarría (2019) menciona que “La expresión ‘periodismo digital’ acoge todas las representaciones de periodismo que acuden a herramientas digitales; no sólo los medios que utilizan la web o las redes móviles, ahora esto, también se expande a la televisión digital”. Como es de esperar la era digital no solo se enfoca en un solo objetivo, trabaja con todos sus elementos para brindar mejores resultados y el área de comunicación se ha visto influenciada bajo este concepto.

El avance de los últimos años ha generado diferentes cambios en el área comunicacional. En este punto se resalta el aporte brindado por León et al., (2018) quien menciona que: “El periodismo digital aprovecha los recursos que promete la tecnología, abriendo el desarrollo firme de información que la población recibe en cualquier territorio”. El instrumento tecnológico llamado “internet”, ayuda al periodismo digital a cumplir con las expectativas de la sociedad.

El periodismo digital es el resultado de la convergencia de los diferentes medios de comunicación en uno solo que es Internet, de la misma manera León (2021) alude que el periodismo digital “tiene la finalidad de utilizar todos los elementos y herramientas que brinda el internet con el objetivo de ampliar la información de manera inmediata”. No obstante, aunque usa recursos de la web y se publica en Internet, este tipo de periodismo tiene sus propios rasgos. Además el periodismo digital ofrece:

- Plataformas multimedia
- Hipertextualidad
- Interactividad
- Periodismo digital inmediato

2.2.9 Redes Sociales

Entre esta era digital aparecen las denominadas redes sociales. Concepto que es explicado por Aucay (2017) quien menciona que:

Las redes sociales y aplicaciones móviles han logrado, que la relación entre el uso y objetivos propuestos como: comunicación, publicidad, promoción y mejora de la imagen de la empresa; logren su objetivo, resaltando beneficios encontrados como: Inmediatez y difusión de información, mayor eficacia en la asistencia y un bajo presupuesto en comunicación.

Sin lugar a dudas las redes sociales han ayudado a resolver algunas limitaciones e inconvenientes presupuestarios que llegan como calmantes temporales y alcanzables dentro de un contexto de crisis presupuestaria que viven algunos países del mundo.

2.2.10 Utilización de las nuevas técnicas de información

Los comunicadores se han adaptado a las nuevas tendencias por esa razón Vizoso et al., (2021) recuerda lo siguiente:

El incremento en el consumismo de la tecnología y en la creación de elementos periodísticos aumenta a la par del contexto virtual que abre la posibilidad de trabajar en él. Incentivan a la producción de nuevos instrumentos periodísticos que cuentan de una manera más dinámica las historias, que no solo se centren en la explicación a través de una imagen. A su vez, llama al receptor de información a ser partícipe de la misma, debido a la interacción o identificación que pueda llegar a tener (p. 2).

Las herramientas gracias a la virtualidad están al alcance de todos, sin embargo saberlas ejecutar de una manera oportuna con el objetivo de captar la atención de la audiencia, resulta una tarea complicada. Por otro lado, no se deben olvidar uno de los

principales factores de la comunicación, la que responde al instinto de persuasión para generar cambios en la población.

Sin embargo la utilización de las nuevas técnicas de información debe procurar no caer en errores, como el llamado de atención que menciona Gómez de Ágreda et al., (2021):

Las personas con acceso a internet, y conocimiento mínimo en la manipulación en las redes sociales pueden ayudar a la difusión de contenidos periodísticos proporcionados por los medios de comunicación tradicionales o ser protagonistas de sus propios escritos informativos. Esta libertad por la transmisión de información no está libre de riesgos; gracias a la inmediatez establecida en el internet, la veracidad de la noticia se vulnera por los golpes de la mentira. Y es responsabilidad de los medios y profesionales de la comunicación, defender el valor de la información (p. 3).

Dentro de este contexto, se reconoce el trabajo profesional que se deben desarrollar en los medios digitales. Bajo la tutela de personas especializadas en el área de la comunicación, se pueden llegar a obtener grandes resultados que no vulneren los principios de la difusión de información, sin olvidar la adaptación a los nuevos mecanismos de comunicación.

2.2.11 Creación de proyectos audiovisuales para redes sociales

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se tomó como referencia la aplicación de estrategias comunicacionales dentro de la red social de Facebook, quien según Morejon (2020):

El 65% de reproducciones de contenido audiovisual dentro de esta plataforma, proceden a establecer su conectividad desde un dispositivo móvil (celular o tablet). Además resalta la importancia de difusión que se tiene con temas relacionados a

noticias, deportes, farándula, cultura, etc. Con la utilización de transmisiones en vivo, la reproducción de memes, publicidad y videos blogs (p. 7).

Los trabajos que se pueden presentar dentro de las páginas digitales, pueden ser variados, ya depende de los niveles de adaptación que tengan los administradores de las mismas, esto con respecto a la aplicación de las estrategias ligadas a captar la atención de su audiencia. Por lo tanto, la utilización de varias herramientas resulta esencial, para no caer en viejas monotonías que a largo plazo pueden aburrir a la sociedad.

Los espacios virtuales y el contenido audiovisual han tomado fuerza en los últimos años, como lo explica Gutiérrez (2020):

La lucha por captar audiencia, se transportó a todos los escenarios de contenidos audiovisuales online. La globalización, se convirtió en un elemento vital en la existencia humana, es un principal interés por parte de las grandes empresas de creación de contenido relacionado a imagen, video y audio. Por esta razón la aplicación de sus trabajos dentro del área digital se ha convertido en su más importante aliado.

Las nuevas tendencias en la actualidad están tomando el poder del consumismo del contenido que antes se podía escuchar u observar en los medios tradicionales de comunicación; ahora pueden acceder a ellos de manera más rápida y sencilla con un simple clic. Además poder generar interacción entre todos los participantes y no solo ser receptores de información pasivos.

2.3 Marco Legal

(Acuerdo de Paris, 2015)

Art 7.- Las Partes reconocen que la adaptación es un desafío mundial que incumbe a todos, con dimensiones locales, subnacionales, nacionales, regionales e internacionales, y que es un componente fundamental de la respuesta mundial a

largo plazo frente al cambio climático y contribuye a esa respuesta, cuyo fin es proteger a las personas, los medios de vida y los ecosistemas, teniendo en cuenta las necesidades urgentes e inmediatas de las Partes que son países en desarrollo particularmente vulnerables a los efectos adversos del cambio climático.

(ONU, 27 de junio de 2014)

Intensificar los esfuerzos encaminados a poner fin a la pérdida de diversidad biológica y luchar contra la desertificación, la sequía y la degradación de la tierra, entre otras cosas mediante la aplicación de los acuerdos ambientales vigentes, y velar por que los ecosistemas sean resilientes y sigan prestando sus servicios.

(Constitución de la República del Ecuador, Artículo 74-83, 2008)

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

Numeral 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

(Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Art. 2.- Contenidos en internet.- Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales

(Ley Orgánica del Uso Responsable de las Redes Sociales, Artículo. 1 – 3, 25 de febrero de 2019)

Art 1.- Objeto. La presente ley tiene por objeto normar el uso responsable de las redes sociales con el fin de garantizar una nueva forma de comunicación

responsable, ya que las redes no solo son fuentes de información sino medio de difusión de contenidos, y pueden contribuir al fortalecimiento de la institución y a la interacción con toda la ciudadanía del país y todo el mundo.

Art 3.- Naturaleza y finalidad. La ley para el uso responsable de redes sociales es una ley que pretende comprometer a los usuarios de las mismas que sean responsables con la información que publican o comparten por este medio, ya que dicha información es de rápida difusión y puede llegar a afectar a terceros incluso a poner en riesgo la estabilidad nacional.

(Ordenanza del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santa Elena, 11 de marzo de 2015)

Art 2.- El plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Santa Elena Busca el desarrollo socioeconómico de la localidad y una mejora en la calidad de vida; así como la gestión responsable de los recursos naturales, la protección del medio ambiente, y la utilización racional del territorio. Los objetivos proponen la aplicación de políticas integrales, capaces de abordar la complejidad del territorio, su población y promover nuevas normas de cohesión y redistribución, en el marco del reconocimiento de la diversidad. Los grandes objetos del plan son mejorar el nivel de ingresos o renta de la población mejorar la calidad de vida; y de trabajo y mejorar la calidad ambiental.

La creación de estas leyes, artículos, y ordenanzas amparan la importancia del trabajo de investigación realizado en este proyecto. Con respaldo legal a nivel internacional, nacional y local, brindarán un criterio fundamental para la aplicación de recursos comunicacionales con mensajes informativos de carácter ambiental, difundidas a través de un medio digital conocido dentro de la parroquia Manglaralto.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

Con respecto al propósito o finalidad del artículo académico, este responde a una investigación básica. Nieto (2018) menciona que el espíritu por el conocimiento respalda su motivación en base a la curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevas ciencias, como dicen otros, el amor de la sabiduría por la sabiduría (p.1). En este caso, se defiende el trabajo investigativo con referencia a los aportes que puede brindar a una población mediante su criterio o apreciación, tomando como referencia su contexto. A partir de esta forma de investigación se examinará la variable: aportes comunicacionales y su funcionalidad con la variable independiente, periodismo ambiental dentro de esta investigación.

3.2 Enfoque de la investigación

Este artículo académico presenta un enfoque o nivel de análisis mixto; Hernandez et al., (2014) manifiesta que las investigaciones mixtas recogen y reconocen datos cuantitativos y cualitativos y los resultados encontrados es producto de toda la información recolectada (p. 543).

En este proyecto es necesaria la aplicación de un enfoque cualitativo debido a que se identificarán los beneficios que traería la aplicación de un periodismo ecológico dentro de la parroquia Manglaralto, utilizando como canal de difusión la Fan Page Entre Panas, además, el enfoque cuantitativo, proporcionara información acerca los niveles de aceptación de esta propuesta de investigación por parte de los seguidores de la Fanpage que se está trabajando.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño de este trabajo, será de manera descriptiva, tomando como referencia el criterio de Arias (2012) quien la describe como la caracterización de un hecho, situación, individuo o conjunto, con el fin de instaurar su estructura o conducta, tomando como referencia su interacción dentro de un entorno (p. 24). Este concepto ayudará a la

especificación y tratamiento de las variable dependiente: Aportes Comunicacionales; y la variable independiente: el Periodismo ambiental, durante el tiempo que dure el desarrollo de este trabajo de investigación.

De la misma manera se trabajará con la clasificación no experimental, donde Grajales (2000) menciona que si el investigador se restringe a observar los sucesos sin mezclarse en los mismos, se denomina una investigación no experimental. De esta manera se analizarán los datos conseguidos de una manera correcta y real.

3.4 Métodos de investigación

El primer método utilizado en este trabajo es la investigación de campo, Soriano (2000) testifica que dentro de la aplicación de esta metodología se pueden encontrar elementos empíricos asociados a los objetivos planteados en la investigación y verificar si la hipótesis es verídica (p. 53). Por esta razón la aparición de datos favorables, en el análisis de los resultados del enfoque cuantitativo será esencial para sustentar las ideas planteadas en este proyecto.

De la misma manera, cuenta con un estudio bibliográfico y según Hidalgo (2020) este ayuda a crear un ambiente referencial; además de proporcionar información con respaldo científico, con temas que ayudarán a la formulación de conocimientos en el desarrollo del proyecto.

Se trabajará con el método deductivo, mencionado por Newman (2006) quien testifica que la deducción consciente en establecer la unión entre hipótesis e investigación para lograr demostrar la teoría y los alcances del trabajo de exploración. De esta manera las variables de estudio, junto el respaldo de criterios teóricos y especialistas sustentaran la hipótesis tratada en este trabajo.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La técnica que se utilizará será la encuesta, y como instrumento un cuestionario con la escala de Likert, donde se establecen las siguiente mediciones: Muy en desacuerdo; Desacuerdo; Ni de acuerdo, ni desacuerdo; De acuerdo; Muy de acuerdo. Según Westreicher (2020) indica que la encuesta es un instrumento para acumular información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Este instrumento de levantamiento de información será aplicada a la muestra establecida durante la tercera semana del mes de enero del año en curso, de esta manera se recolectará información acerca de las apreciaciones de los seguidores de la página y su postura ante la propuesta de esta investigación.

La segunda técnica a emplear, será la entrevista. Hernández et al., . (2014), afirma que se trata de “una plática donde el objetivo central será el intercambio de criterios entre un entrevistador, un entrevistado u otras personas (p. 403). Con respecto al instrumento a utilizar, se aplicarán una guía de preguntas estructuradas, Arias (2012) menciona que esta estructura recolecta el formulario de las interrogantes que serán presentadas al entrevistado y es utilizado como instrumento para respaldar las contestaciones del profesional (p. 73). La técnica de recopilación de información ayudará a conocer los aportes de tres profesionales en el área de comunicación digital y ambiental, junto al criterio de una experta en las áreas naturales, para contrastarlos con los resultados obtenidos.

3.6 Universo, población y muestra

El universo según Hernandez et al., (2017) es la unión de todos las materias o individuos que coinciden con establecidas características (p. 174). Por lo tanto el universo de estudio en este caso serán los habitantes de la parroquia Manglaralto, que cuenta con 17 comunas y 3 recintos.

Con respecto a la población Vara (2012) señala que la población es el agregado de individuos o cosas que tienen una o varias similitudes dentro de un mismo entorno, pero

están sujetas a cambios con el lapso del tiempo (pág. 221). Este trabajo de investigación receptorá la población que consta como seguidores de la Fanpage “Entre Panas” el cual corresponde a un número estimado de 2000 suscritores.

La muestra según Vara (2012) alude que es el grupo seleccionados dentro de la población, ya sea por alguna técnica racional u otro factor relevante dentro de la investigación (pág. 221). Por esta razón se eligió una muestra total de 100 personas, las cuales fueron seleccionadas según el número de suscritores que tiene la Fanpage “Entre Panas” se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión:

Inclusión, que responde a un número aproximado de los seguidores que se mantienen activos en relación al contenido que se sube en la página.

Exclusión, los demás seguidores no están considerados ya que postura es pasiva, es decir: solo se dedican a consumir los contenidos, sin interacción alguna.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

La recolección de datos se realizará en primera instancia con la utilización de una encuesta destinada al número de la muestra de 100 personas, establecida en este caso de estudio. En ella se analizará la postura y niveles de aceptación de los seguidores de la FanPage Entre Panas, con respecto a los temas ambientales que existen en la zona de la parroquia Manglaralto. La encuesta se realizará de forma virtual, con el servicio que ofrece el sistema de Google Forms. Posterior a la obtención de resultados, se examinarán los porcentajes recolectados en cada una de las interrogantes; serán tabulados y graficados para una mejor comprensión.

De la misma manera la utilización de la entrevista, servirá para la obtención de un criterio profesional sobre el caso de estudio. La guía de preguntas que servirá como instrumento de investigación, se aplicará a 3 especialistas en las áreas de: comunicación, periodismo digital y biología. Posterior a ello, se realizará un análisis general de las tres entrevistas para establecer sus posturas profesionales ante la temática estudiada, los cuales servirán para determinar si la propuesta de investigación es factible.

4.2 Análisis e interpretación de resultados

Para el respectivo análisis de los resultados, se tomarán en consideración datos cuantitativos y cualitativos, descritos a continuación:

Análisis cuantitativo

En esta sección se evidencian los datos cuantitativos recolectados de la investigación que para su efecto se realizó una encuesta a los seguidores de la Fan Page Entre Panas, para conocer la percepción que tienen acerca del periodismo ecológico en base a los aportes comunicacionales transmitidos en las plataformas digitales de la Parroquia Manglaralto.

Tabla 1

El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	7	7%
En desacuerdo	4	4%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	10	10%
De acuerdo	46	46%
Muy de acuerdo	33	33%
Total	100	100%

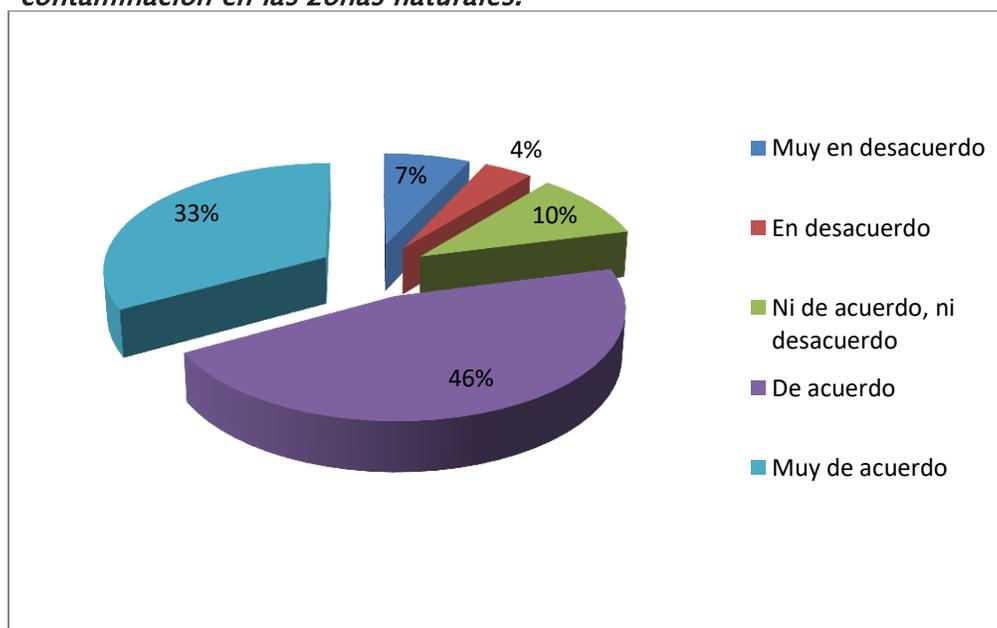
Fuente: Seguidores de la FanPage “Entre Panas”

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Figura 1

El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (7) equivalente al 7%; En desacuerdo (4) que corresponde al 4%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (10) con un porcentaje del 10%; De acuerdo (46) correspondiente

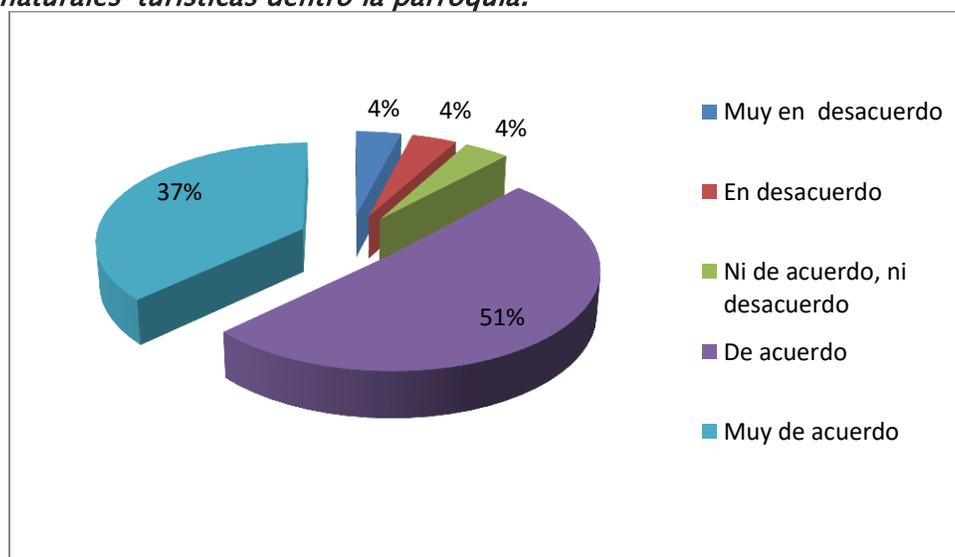
al 46% y Muy de acuerdo (33) perteneciente al 33%. Por lo tanto, tomando en consideración el porcentaje encontrado en la escala de medición: De acuerdo (46%). Se puede mencionar que la población relaciona el trabajo del periodismo ambiental, con la reducción de la contaminación en las zonas naturales.

Tabla 2
La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	4	4%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	4%
De acuerdo	51	51%
Muy de acuerdo	37	37%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la Fanpage "Entre Panas"
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Figura 2
La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.



Fuente: Tabla de frecuencia
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 4%; En desacuerdo (4) que corresponde al 4%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4) con un porcentaje del 4%; De acuerdo (51) correspondiente al 51% y Muy de acuerdo (37) perteneciente al 37%. Con el porcentaje obtenido en la escala: De acuerdo (51%), se comprueba que la población tiene conocimiento acerca de la responsabilidad que tienen con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.

Tabla 3

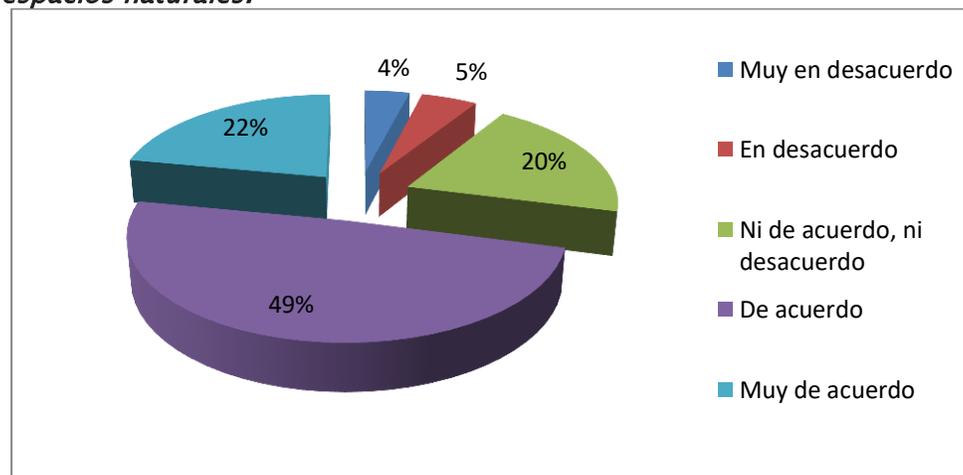
La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	5	5%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	20	20%
De acuerdo	49	49%
Muy de acuerdo	22	22%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la Fanpage "Entre Panas"
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Figura 3

La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.



Fuente: Tabla de frecuencia
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

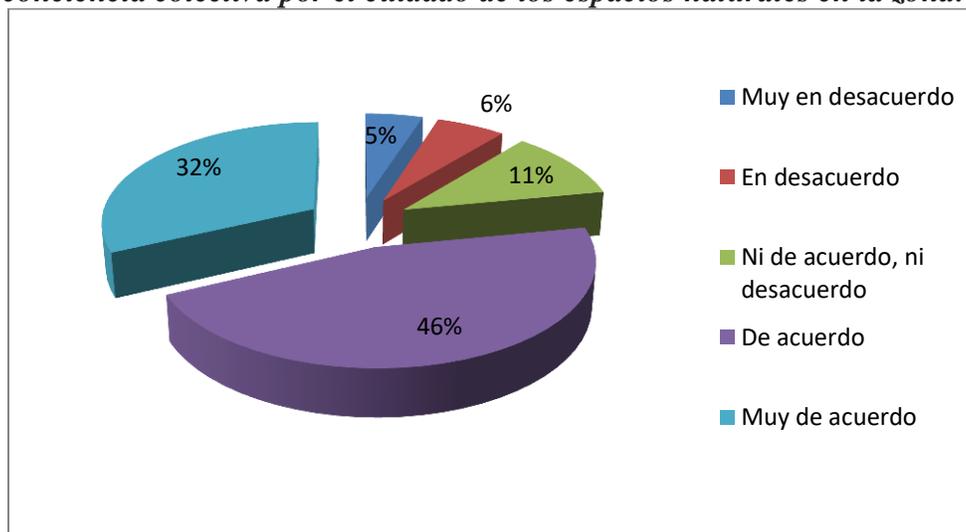
Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 4%; En desacuerdo (5) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (20) con un porcentaje del 20%; De acuerdo (49) correspondiente al 49% y Muy de acuerdo (22) perteneciente al 22%. Tomando como referencia el porcentaje mayor alcanzado, el cual corresponde a la escala de medición: De acuerdo (49%) se sustenta que la poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.

Tabla 4
La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	6	6%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	11	11%
De acuerdo	46	46%
Muy de acuerdo	32	32%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la Fanpage "Entre Panas"
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Figura 4
La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.



Fuente: Tabla de frecuencia
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (5) equivalente al 5%; En desacuerdo (6) que corresponde al 6%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (11) con un porcentaje del 11%; De acuerdo (46) correspondiente al 46% y Muy de acuerdo (32) perteneciente al 32%. El resultado con mayor porcentaje corresponde a la escala: De acuerdo (46%), y respalda el trabajo del periodismo ambiental junto a la educación, y las menciona como características para la creación de una conciencia colectiva dentro de la población, en relación al cuidado de las áreas naturales.

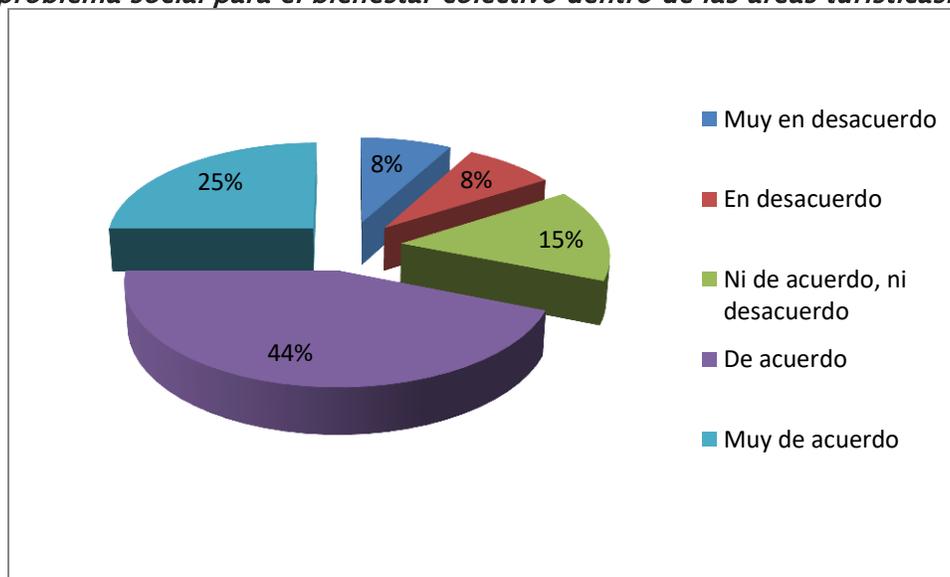
Tabla 5
La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	8%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	15	15%
De acuerdo	44	44%
Muy de acuerdo	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la FanPage "Entre Panas"
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Figura 5

La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas.



Fuente: Tabla de frecuencia
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (8) equivalente al 8%; En desacuerdo (8) que corresponde al 8%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (15) con un porcentaje del 15%; De acuerdo (44) correspondiente al 44% y Muy de acuerdo (25) perteneciente al 25%. Los datos obtenidos y tomando como referencia el porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (44%), se determina que la ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas. Destacando una de las principales funciones de nuestra variable independiente.

Tabla 6

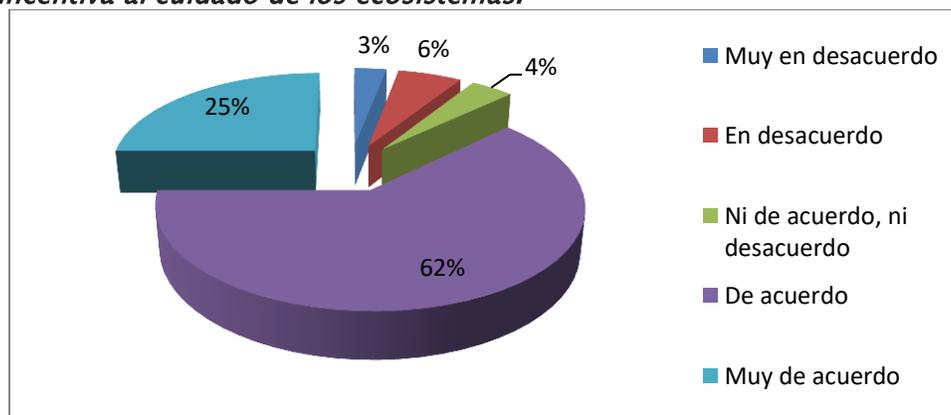
Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	6	6%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	4%
De acuerdo	62	62%
Muy de acuerdo	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la FanPage “Entre Panas”
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Figura 6

Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.



Fuente: Tabla de frecuencia
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (3) equivalente al 3%; En desacuerdo (6) que corresponde al 6%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (4) con un porcentaje del 4%; De acuerdo (62) correspondiente al 62% y Muy de acuerdo (25) perteneciente al 25%. Por lo tanto, el porcentaje mayor en la escala: De acuerdo (62%), respalda el trabajo de los aportes comunicacionales como generadores de un impacto moral para crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.

Tabla 7

El periodismo digital no brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	2%
En desacuerdo	5	5%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	10	10%
De acuerdo	59	59%
Muy de acuerdo	24	24%
Total	100	100%

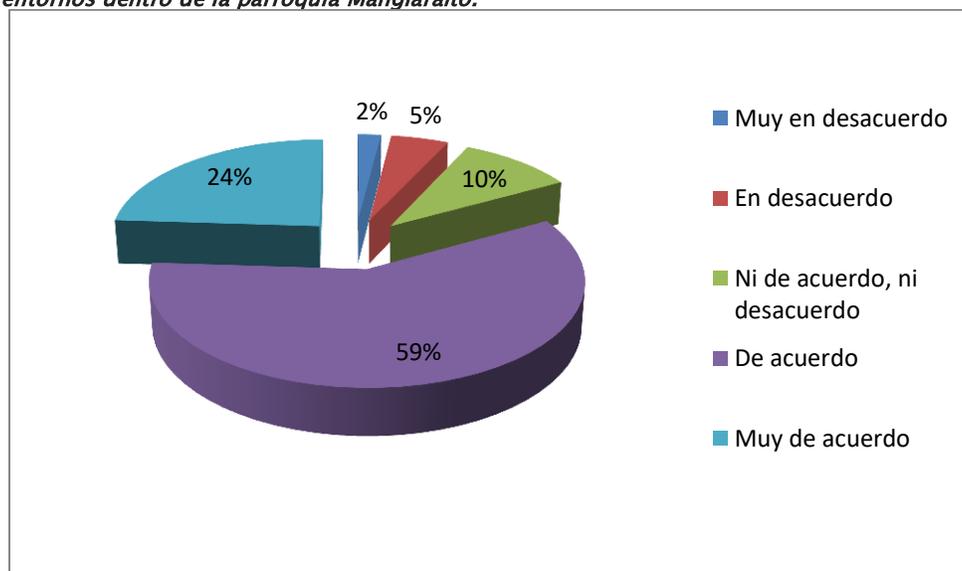
Fuente: Seguidores de la FanPage “Entre Panas”

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Figura 7

El periodismo digital no brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) equivalente al 2%; En desacuerdo (5) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (10) con un porcentaje del 10%; De acuerdo (59) correspondiente al 59% y Muy de acuerdo (24) perteneciente al 24%. Tomando como referencia la escala con mayor porcentaje: De acuerdo (59%) los pobladores reconocen que los medios

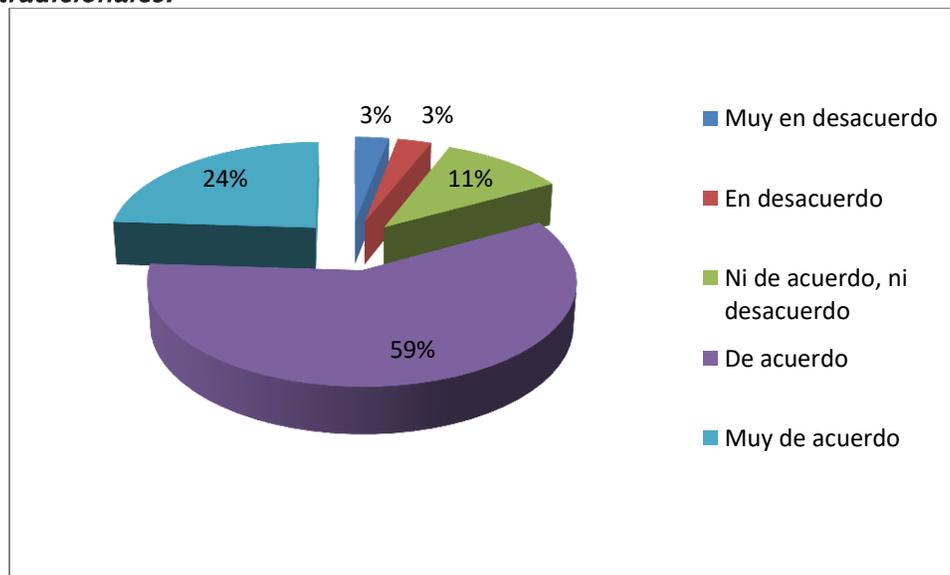
digitales de la zona no difunden contenido audiovisual referente a los entornos naturales de la parroquia.

Tabla 8
Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	3	3%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	11	11%
De acuerdo	59	59%
Muy de acuerdo	24	24%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la Fanpage "Entre Panas"
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Figura 8
Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales.



Fuente: Tabla de frecuencia
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (3) equivalente al 3%; En desacuerdo (3) que corresponde al 3%; Ni de

acuerdo, ni desacuerdo (11) con un porcentaje del 11%; De acuerdo (59) correspondiente al 59% y Muy de acuerdo (24) perteneciente al 24%. Con un porcentaje mayoritario en la escala: De acuerdo (59%), se respalda la participación de las redes sociales como los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales.

Tabla 9

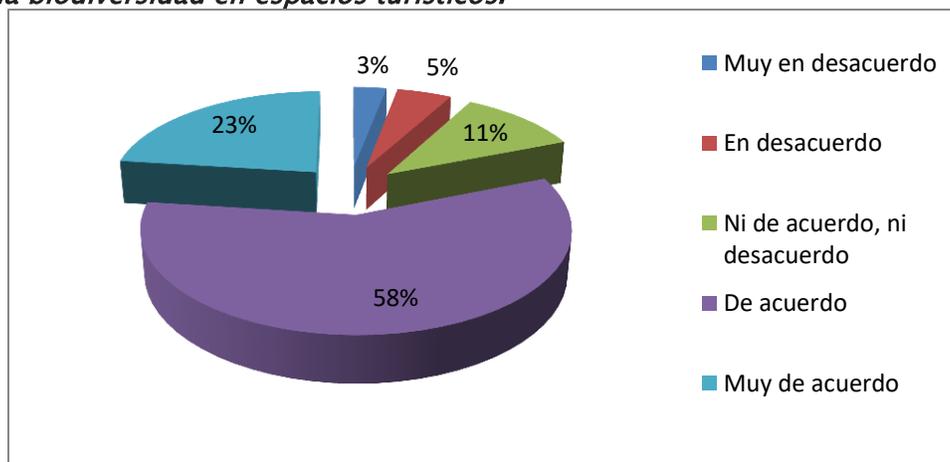
La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	5	5%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	11	11%
De acuerdo	58	58%
Muy de acuerdo	23	23%
Total	100	100%

Fuente: Seguidores de la FanPage “Entre Panas”
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Figura 9

La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.



Fuente: Tabla de frecuencia
 Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores
 Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (3) equivalente al 3%; En desacuerdo (5) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (11) con un porcentaje del 11%; De acuerdo (58) correspondiente al 58% y Muy de acuerdo (23) perteneciente al 23%. Con los datos recolectados en la escala De acuerdo con un 58% se sustenta que la utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos. Rescatando uno de los beneficios que traería la aplicación de este proyecto.

Tabla 10

Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	12	12%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	18	18%
De acuerdo	46	46%
Muy de acuerdo	20	20%
Total	100	100%

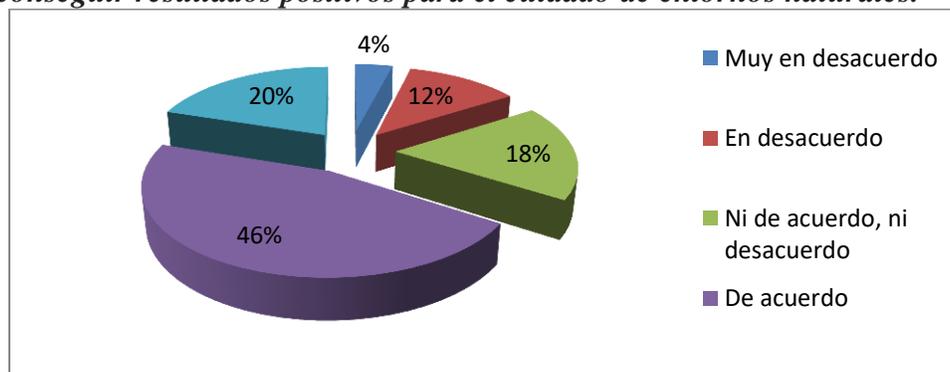
Fuente: Seguidores de la Fanpage "Entre Panas"

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Figura 10

Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores

Fecha: Marzo 2022

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 4%; En desacuerdo (12) que corresponde al 12%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (18) con un porcentaje del 18%; De acuerdo (46) correspondiente al 46% y Muy de acuerdo (20) perteneciente al 20%. Los datos obtenidos en la escala: De acuerdo (46%) respaldan la postura de la audiencia en donde se menciona otro de los aportes comunicacionales que se tendría con la aplicación de este trabajo. La población reconoce que los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.

Entrevista

Análisis Cualitativo: Entrevista

A continuación se detallará la otra técnica a implementar en la presente investigación como lo es la entrevista Hernández et al., (2014), afirma que se trata de “una plática donde el objetivo central será el intercambio de criterios entre un entrevistador, un entrevistado u otras personas (p. 403). Para ello es necesario la implementación del instrumento guía de preguntas, estas interrogantes serán estructuradas de acuerdo a las variables, dimensiones o indicadores y sus resultados serán analizados cualitativamente. Cabe mencionar que esta técnica será aplicada a tres expertos sobre la temática planteada (Comunicador, Master en Comunicación Digital, Biología).

Tabla 11 Guía de preguntas: Análisis cualitativo

Entrevistador: Fabián Tumbaco Flores

Entrevistado: **Lisette Gardenia, Licenciada en comunicación**

Gonzalo Vera, Maestría en Comunicación Digital

Beatriz Almonacil, Biología

Pregunta	Análisis Cualitativo	Observación
<p>1. ¿Cuáles son los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos, tomando en consideración la era digital que se está viviendo en la actualidad?</p>	<p>Tomando en consideración la era digital actual, es importante inculcar la importancia de la conciencia ecológica, ya que el mismo nos ayuda a tener una mejor comprensión acerca de la relación: sociedad – naturaleza. Sin embargo existe un gran desafío: El poder trabajar en el periodismo ambiental pero a modo hiperlocal; ya que los medios que son visualizados o sintonizados por nuestros pobladores, no reflejan el contexto o realidad ambiental que vive la provincia de Santa Elena.</p>	<p>En relación a las respuestas obtenidas en la primera interrogante. Se menciona que el criterio de los especialistas coincide con el aporte del autor Acosta (2017) donde se prioriza el incentivo por brindar información a la población acerca de temas ambientales. Generar la conciencia moral, despertando la interacción adecuada entre la sociedad y ambiente.</p>
<p>2. ¿Hasta qué punto se podría considerar que la poca presencia de trabajos periodísticos ecológicos, son parte del problema ambiental que se vive en la parroquia Manglaralto?</p>	<p>Los medios de comunicación pueden y deberían aprovechar su potencial para concientizar a la sociedad. La no existencia de medios de comunicación dedicados a temas ambientales en nuestra provincia, priva del derecho que tienen los ciudadanos de acceder a información que le permita formar una conciencia ambiental. De manera indirecta la población puede asumir que no es un tema urgente o realmente importante y por ello no se le da la importancia requerida.</p>	<p>Con respecto a las respuestas obtenidas en la segunda interrogante; El criterio coincide con la postura de Yangali (2021) quien asocia a todos los sectores de la población (Incluido los medios de comunicación) en el trabajo por la conservación ambiental. Desde las instancias comunicativas se podría mencionar que: la poca ejecución de proyectos comunicativos con temáticas ambientales atrae los problemas ecológicos en la parroquia.</p>

<p>1. ¿Cuál es la manera correcta que deberían considerar los medios digitales, para que los mensajes dirigidos a la sociedad generen intereses relacionados al cuidado del medio ambiente?</p>	<p>Se debería trabajar mediante campañas con una planificación que lleve a la acción y con una continua evaluación del impacto que está teniendo la misma con el público objetivo. Proponer dinámicas en las que las personas puedan participar con actividades como mingas, limpieza de playas, Challenge, entre otros; Actividades que están surgiendo ahora y qué son parte de herramientas digitales que encontramos en la web.</p>	<p>En relación a la interrogante 3, los entrevistados coinciden con el criterio de Aucay (2017) quien resalta el trabajo actual de las redes sociales catalogándolas como excelentes transmisores de propagandas considerando las tendencias actuales. En relación a este tema Morejón (2020) menciona la facilidad de la utilización de dispositivos móviles para captar la atención y participación de la audiencia. Además de relacionar las nuevas técnicas de entretenimiento que existen en el mundo digital y proporcionar información acerca de las herramientas que se tiene a disposición.</p>
<p>2. “Los medios digitales tienen la capacidad para generar cambios en la sociedad” ¿Cuáles serían los beneficios sociales que una Fanpage difunda contenido ambiental de la zona?</p>	<p>Necesitamos medios de comunicación que junto a un periodismo de servicio difundan soluciones a las problemáticas ambientales; no solamente noticias negativas. Proponerle a la ciudadanía alternativas que comiencen a generar cambios sociales a corto o largo plazo. Un nuevo estilo de vida en donde el cuidado por los ecosistemas sea una necesidad y no un deber.</p>	<p>Con respecto a las respuestas obtenidas en la interrogante 4, estas se asocian con el criterio de Nieto (2017) quien recuerda el compromiso del comunicador a buscar nuevas técnicas de persuasión para generar un cambio colectivo en sociedad, para conseguir un mundo mejor. De la misma forma Carneiro (2019), rescata la inclusión de valores primordiales que van de la mano por la conservación ambiental y desarrollo comunitario.</p>

Fuente: Entrevista a expertos en las área de comunicación, comunicación digital y biología.
Elaborado por: Ricardo Fabián Tumbaco Flores,
Fecha: Marzo 2022

4.3 Discusión de resultados

Luego de los datos recolectados en la encuesta, se ha podido determinar la importancia de la incorporación de Aportes comunicacionales del periodismo ambiental dentro de la parroquia Manglaralto en la Fanpage “Entre Panas”. La percepción de los encuestados, arrojó como el mayor porcentaje un 62% en relación a que los aportes comunicacionales y el periodismo ecológico ayudan a generar una mejor interacción entre la población y las áreas naturales; por el contrario de la escala Muy desacuerdo con un porcentaje menor al 2%, datos que corroboran al objetivo de la investigación.

En relación a la interrogante 1, El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales. Se encontraron los siguientes datos: 46% De acuerdo y 4% En desacuerdo, esto se relaciona con los criterios de Bautista (2018) quien dice que el periodismo ambiental ha desplegado un importante papel en el desarrollo de una sensibilización ambiental dentro de la población.

En la interrogante 2, La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia, arrojó los siguientes datos: 51% De acuerdo y 4% Muy en desacuerdo, esto se relaciona con los criterios Nieto (2017) quien responsabiliza a los medios de comunicación y periodistas la instrucción de valores en la sociedad para eliminar problemáticas que atenten contra el buen vivir.

Con respecto a la interrogante 3, La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales, debo los siguientes datos: 49% De acuerdo y 4% Muy en desacuerdo, esto responde al criterio de Carneiro et al., (2019) quien menciona que la educación debe velar por despertar el sentido moral de las comunidades y trabajar por el rescate de actividades que incentiven al cuidado ambiental y territorial.

Por igual la interrogante 4, La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en

la zona., se obtuvieron los siguientes datos: 46% De acuerdo y 5% Muy en desacuerdo, esto responde al criterio de Cumba (2020) donde resalta la importancia de indicar que el periodismo no sólo busca comunicar problemas ambientales, adicional a esto ejerce un cambio en el público con acciones positivas en relación a la preservación del ambiente.

En relación a la interrogante 5, La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas, arrojó los siguientes datos: 44% De acuerdo y 8% Muy en desacuerdo, esto se relaciona con los criterios de Yangali et al., (2021) quien destaca el trabajo realizado por otros países y organización con respecto a su labor por la conservación ambiental, esto debido al aprendizaje de valores ambientales en sus estructuras sociales.

Por consiguiente la interrogante 6, Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas; aquí se consiguieron los siguientes resultados: 62% De acuerdo y 3% Muy en desacuerdo, esto responde al criterio de Peiró (2021) por su parte testifica que la comunicación aporta significativamente a los ciudadanos en el intercambio de datos informativos. Además de tratar el tema de la función emotiva dentro de los contextos comunicacionales para generar cambios en la sociedad.

La interrogante 7, El periodismo digital no brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto: 59% De acuerdo y 2% Muy en desacuerdo, esto responde al criterio de León (2021) quien menciona que el periodismo digital utiliza todos los elementos del internet para ampliar todo tipo de información en varios contextos. Y en basándose en la situación de la parroquia Manglaralto y la problemática de estudio, esto representaría un inconveniente dentro del área comunicacional.

Con respecto a la interrogante 8, Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales, arrojó los siguientes datos: 59% De acuerdo y 3% Muy en desacuerdo, esto se

relaciona con los criterios de Aucay (2017) Las redes sociales y aplicaciones móviles han logrado, que la inmediatez y difusión de información, tengan una mayor eficacia en la demanda de información que existe en la sociedad, adaptando sus estrategias para captar la atención en varias áreas.

En relación a la interrogante 9, La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos. Se encontraron los siguientes datos: 58% De acuerdo y 3% Muy en desacuerdo, esto se relaciona con los criterios de Vizoso et al., (2021) quien explica que la tecnología y la creación de elementos comunicacionales bajo el contexto virtual, incentivan a la producción de nuevos trabajos periodísticos que capten la atención de la sociedad. A su vez, llama al receptor de información a ser partícipe de la misma.

Finalmente la interrogante 10, Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales, arrojó los siguientes datos: 46% De acuerdo y 4% Muy en desacuerdo, esto se relaciona con los criterios de Gutiérrez (2020) donde se menciona que la globalización, se convirtió en un elemento vital en la existencia humana, por lo tanto la creación de contenido con elementos comunicacionales (imagen, video y audio) dentro del área digital se ha convertido en su más importante aliado para persuadir a la audiencia y generar cambios colectivos.

De la misma forma, se van a analizar los criterios encontrados dentro de la entrevista, las cuales se relacionan con los conceptos establecidos en el marco conceptual del proyecto de investigación.

En relación a las respuestas obtenidas en la primera interrogante. Se menciona que el criterio de los especialistas coincide con el aporte del autor Acosta (2017) donde se prioriza el incentivo por brindar información a la población acerca de temas ambientales.

Generar la conciencia moral, despertando la interacción adecuada entre la sociedad y ambiente.

Con respecto a las respuestas obtenidas en la segunda interrogante; El criterio coincide con la postura de Yangali (2021) quien asocia a todos los sectores de la población (Incluido los medios de comunicación) en el trabajo por la conservación ambiental. Desde las instancias comunicativas se podría mencionar que: la poca ejecución de proyectos comunicativos con temáticas ambientales atrae los problemas ecológicos en la parroquia.

En relación a la interrogante 3, los entrevistados coinciden con el criterio de Aucay (2017) quien resalta el trabajo actual de las redes sociales catalogándolas como excelentes transmisores de propagandas considerando las tendencias actuales. En relación a este tema Morejón (2020) menciona la facilidad de la utilización de dispositivos móviles para captar la atención y participación de la audiencia. Además de relacionar las nuevas técnicas de entretenimiento que existen en el mundo digital y proporcionar información acerca de las herramientas que se tiene a disposición.

Con respecto a las respuestas obtenidas en la interrogante 4, estas se asocian con el criterio de Nieto (2017) quien recuerda el compromiso del comunicador a buscar nuevas técnicas de persuasión para generar un cambio colectivo en sociedad, para conseguir un mundo mejor. De la misma forma Carneiro (2019), rescata la inclusión de valores primordiales que van de la mano por la conservación ambiental y desarrollo comunitario.

5. CONCLUSIONES

- La difusión de contenido audiovisual en la página Entre Panas, permite que la población tome conciencia acerca de una problemática social dentro de su sector, y ofrece estrategias comunicativas para poder contrarrestarlo; esto según los criterios de teóricos y profesionales expertos en estas áreas.
- Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los seguidores de la FanPage Entre Panas, muestran una postura favorable ante la aplicación de contenido comunicacional relacionado con la temática ambiental que existe en la parroquia Manglaralto.
- Las nuevas estrategias comunicativas deben adaptarse a las nuevas tendencias que se siguen en las plataformas digitales, la creación de contenido audiovisual genera interés en los consumidores, a su vez: los Challenges, campañas, publicitarias, juegos o concursos virtuales; se han consolidado como buenas tácticas para la persuasión colectiva.
- El periodismo ecológico difundido a través de una plataforma digital, facilitara la adquisición de información; dentro de una población que no posee un mecanismo de comunicación comunitaria y mucho menos coberturas por parte de los medios tradicionales de la provincia o país.
- Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los seguidores de la página Entre Panas, junto a los criterios encontrados en la entrevista realizada a expertos en las áreas estudiadas; sustentan que la aplicación y difusión de contenido ambiental traería resultados favorables para las áreas turísticas-ambientales en la parroquia Manglaralto.

6. RECOMENDACIONES

- Aplicar contenido audiovisual dentro de la FanPage Entre Panas con contenido ambiental, traerá beneficios significativos dentro de la parroquia. Además convertirá a la página mencionada en un referente por la lucha de los entornos naturales de la zona, ganando más reconocimiento entre la población, gracias a la difusión de los contenido subidos a esta plataforma.
- En base a los resultados obtenidos en la encuesta; los criterios de la población sustentan la idea de la investigación de este proyecto. Por lo tanto su aplicación contara con el respaldo de los seguidores de la página y creara el impacto social esperado.
- Aplicar estrategias comunicacionales como: Challeng, campañas publicitarias, juegos, en vivos, concursos, documentales, videos, fotografías, etc. Siguiendo las nuevas tendencias del momento, generaran un impacto emocional dentro del espectador y los motivara a ser parte del cambio social, esperado.
- Generar un nuevo espacio de interacción dentro de la FanPage, para que la población pueda observar las problemáticas ambientales de su entorno; y adicional a esto, ofrecer un beneficio que no ha sido proporcionado por los medios tradicionales de la provincia.
- Aplicar las estrategias proporcionadas por expertos en el área comunicacional, con la finalidad de despertar el interés social dentro de la parroquia Manglaralto, por la conservación de sus áreas naturales. Recordar que las tácticas a utilizar deben llamar a la acción y generar el cambio esperado en las áreas ecológicas.

7. BIBLIOGRAFIA

- Constitucion de la Republica del Ecuador.* Articulo 74-83. (2008)
- Reglamento de la Ley Organica de Comunicación.* Articulo 2. (2013)
- Ordenanza del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Canton Santa Elena.*
Santa Elena: Articulo 2. (2015)
- Ley Organica del Uso Responsable de las Redes Sociales.* Articulo 1-3. (2019)
- Acosta, L. M. (2017). *Creación y estructuración de una red de periodismo ambiental*
Convenio: Corantioquia y Corporación Universitaria Lasallista. Producción+
Limpia.
- Aranzazu, M. J. (2020). *Periodismo ambiental en la prensa digital Latinoamerica.*
Cundinamarca: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica.*
. 6ta. Fidas G. Arias Odón.
- Aucay, E., & Herrera, P. (2017). *Nivel de uso de las redes sociales en el proceso de*
comunicación en las MIPES de Cuenca. . Cuenca: retos. Revista de Ciencias de la
Administración y Economía, 81-98.
- Bautista, J. (2018). *Periodismo ambiental en los portales del Universo y el Comercio.*
Quito: Universidad Tecnica Salesiana Sede Quito.
- Burgos, C. (2018). *La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el*
entorno y la comunicación. Retos. Revista de Ciencias de la Administración y
Economía, 8(16), 47-59.
- Carneiro, R. T. (2019). *Los desafíos de las TIC para el cambio educativo.* OEI.
- Corona, L., & Fonseca, M. . (2014). *Sistema de recomendaciones para mejorar la calidad*
de la entrevista médica: el abecedario técnico del interrogatorio. Medisur, 12(3),
488-494.
- Cumba, E. A. (2020). *La educación ambiental en los medios televisivos. Estudio de caso:*
Oromar TV. . Alteridad. Revista de Educación, 125-138.
- Nieto, E .N. (2018). *Tipos de investigación.*

- Gómez de Ágreda, Á., Feijoó, C. A., & Salazar, I. A. (2021). *Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial.* . El Profesional de la información, 30(2), 1-24.
- González, A. M., & Hernández, A. (2014). *Positivismo, dialéctica materialista y fenomenología: tres enfoques filosóficos del método científico y la investigación educativa.* Actualidades investigativas en educación, 14(3), 502-523.
- González, C. (2019). *La comunicación efectiva.*
- Grajales, T. (27 de Marzo de 2000). *Tipos de investigación.* Recuperado el 14 de Junio de 2022, de Tipos de investigación.: <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Gutiérrez, J. F., & Cuartero Naranjo, A. (2020). *El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil.* Ámbitos. Revista internacional de comunicación, 50, 159-175.
- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, P. (2017). *Selección de la muestra.*
- Hidalgo, V. (Noviembre de 2020). *Gestiopolis.* Recuperado el 12 de Marzo de 2022, de Gestiopolis: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Leon. (10 de Agosto de 2021). *Esneca Business School.* Recuperado el 13 de Junio de 2022, de Esneca Business School: <https://www.esneca.lat/blog/caracteristicas-periodismo-digital/>
- León, L., & Rivera, D. . (2018). *Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual.* . Milagro: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, 12.
- López, Xosé; Vizoso, Ángel. (2021). *“Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del.* A Coruña: Profesional de la información, v. 30, n. 3, e300301.
- Marín, V. &. (2019). *Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa.* Marín Díaz, V., & Cabero Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educacRIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 22 (2), 25-33.
- Morejon, L. A. (2020). *Estudio comparativo de los contenidos audiovisuales de entretenimiento dentro de las redes sociales y su incidencia en los estudiantes de la*

- carrera de Comunicación Social del periodo septiembre 2019-febrero 2020.*
 Babahoyo: Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2020.
- Newman, G. D. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales.* . Laurus, 12(Ext), 180-205.
- Nieto, B. G. (2017). *El papel del medio prensa en la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).* Sphera Publica, 1(17), 148-168.
- ONU. *Asamblea del Medio Ambiente del Programa de las Naciones Unidas.*(2014)
- ONU. *Acuerdo de Paris.* (2015)
- Peiró, R. (01 de Diciembre de 2020). *Economipedia.* Recuperado el 12 de Junio de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html>
- Peiró, R. (08 de Abril de 2021). *Economipedia.* Recuperado el 12 de Junio de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Picó, M. J. (2019). *LA DIVULGACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE A TRAVÉS DEL RELATO PERIODÍSTICO DIGITAL: Nuevos desafíos en la comunicación de la complejidad ambiental.* Revista Prisma Social.
- Polo, D. (2019). *Periodismo Ambiental.* Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Rodríguez, L. F. (2014). *El periodismo ecológico y su influencia en el cuidado ambiental del cantón La Libertad año 2014.* La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. 1-27.* Navarra: El profesional de la información.
- Salcedo, J. P. C., Barzola, P. S., & Samaniego, E. A. T. (2018). *Periodismo ecologico: revistas ambientales para un renovado campo laboral.* Revista Caribeña de Ciencias Sociales.
- Severiche, C. G. (2017). *La educación ambiental como base cultural y estrategia para el desarrollo sostenible.* . Telos, Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín.
- Soriano, R. R. (2000). *Métodos para la investigación social.* . Plaza y Valdés.
- Untiveros, F. M., Meza Westreicher, K. E., & Arancial Contreras, M. G. (2020). *Las Provisiones mínimas y su influencia en la Rentabilidad de las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos en la Provincia de Huánuco—año 2019.*
- Vara, E. (2012). *Metodología de la investigación.*(6ta ed.). Mexico: MCGRAWHILL.

- Yangali, J. S. (2021). *Comportamiento ecológico y cultura ambiental, fomentada mediante la educación virtual en estudiantes de Lima-Perú*. . Lima: Revista de Ciencias Sociales (Ve), 1-1.
- Yirda, A. (16 de Marzo de 2021). *Concepto Definición*. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de Concepto Definición: <https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

8. ANEXOS

ANEXO I: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TEMA / TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Aportes comunicacionales del periodismo ambiental dentro de la parroquia Manglaralto en la Fanpage “entre panas”	Independiente: Periodismo ambiental	Polo (209) menciona que el periodismo ambiental “es una de las especialidades periodísticas más amplias y completas, debido a que abarca con igual énfasis los aspectos científicos, sociales, políticos, económicos, culturales, ambientales, y éticos”.	El periodismo ambiental mediante sus trabajos audiovisuales despierta el interés por un cuidado ambiental; generando un interés moral en la población.	Ejercicio profesional Periodismo educativo Responsabilidad social	Conceptualización Responsabilidad Social La educación El periodismo con educación ambiental Fomentación de cultura ecológica	Ordinal Escala de likert

	<p>Dependiente: Aportes comunicacionales</p>	<p>Salavarría (209) menciona que “La expresión ‘periodismo digital’ acoge todas las representaciones de periodismo que acuden a herramientas digitales; no sólo los medios que utilizan la web o las redes móviles, ahora esto, también se expande a la televisión digital”.</p>	<p>Las nuevas áreas del periodismo en las redes sociales, ayudan a generar nuevas herramientas de alcance y persuasión de la sociedad.</p>	<p>Periodismo Digital</p> <p>Recursos audiovisuales</p>	<p>Comunicación</p> <p>Periodismo digital</p> <p>Redes sociales</p> <p>Utilización de las nuevas técnicas de información</p> <p>Creación de proyectos audiovisuales para redes sociales</p>	
--	--	--	--	---	---	--

ANEXO II: INSTRUMENTOS

CUADRO I ENCUESTA

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Guía de preguntas – Periodismo Ambiental – Aportes Comunicacionales

Tema: Aportes Comunicacionales del Periodismo Ambiental dentro de la Parroquia Manglaralto en la Fanpage “Entre Panas”

Objetivo. Evaluar los niveles de aceptación de los seguidores de la página Entre Panas, con los temas ambientales dentro de esta plataforma digital.

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

Variable Independiente: Periodismo Ambiental						
		1	2	3	4	5
1	El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.					
2	La población turística y local, no poseen una responsabilidad con las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.					
3	La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.					
4	La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.					
5	La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas.					
Variable dependiente: Aportes Comunicacionales						
1	Los aportes comunicacionales a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.					
2	El periodismo digital brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.					
3	Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales.					
4	La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información					

	para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.					
5	Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.					



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I:0913729257

CUADRO 2 ENTREVISTA

Entrevistado	Entrevistador	Cargo	Especialidad
Lcda. Lissette Gardenia	Ricardo Fabián Tumbaco Flores	Gerente de medio digital El Pacifico	Licenciada en Comunicación
Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.	Ricardo Fabián Tumbaco Flores	Relacionista Público y Docente de Periodismo Ecológico en UPSE	Maestría en Comunicación Digital
Biol. Beatriz Almonacil	Ricardo Fabián Tumbaco Flores	Coordinadora de proyectos ambiental	Bióloga

Fecha: Santa Elena, 21 de junio del 2022

Pregunta	Análisis Cualitativo	Observación
Variable independiente		
3. ¿Cuáles son los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos, tomando en consideración la era digital que se está viviendo en la actualidad?		
4. ¿Hasta qué punto se podría considerar que la poca presencia de trabajos periodísticos ecológicos, son parte del problema ambiental que se vive en la parroquia Manglaralto?		
Variable dependiente		
3. ¿Cuál es la manera correcta que deberían considerar los medios digitales, para que los mensajes dirigidos a la sociedad generen intereses relacionados al cuidado del medio ambiente?		
4. “Los medios digitales tienen la capacidad para generar cambios en la sociedad” ¿Cuáles serían los beneficios sociales que una Fanpage difunda contenido ambiental de la zona?		



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I:0913729257

CUADRO 3 MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	APORTES COMUNICACIONALES DEL PERIODISMO AMBIENTAL DENTRO DE LA PARROQUIA MANGLARALTO EN LA FANPAGE “ENTRE PANAS”
AUTOR:	RICARDO FABIÁN TUMBACO FLORES

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Periodismo Ambiental	Ejercicio profesional	Conceptualización	El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.						X		X		X		X		
		Responsabilidad Social	La población turística y local, no poseen una responsabilidad con sus las áreas naturales-turísticas dentro la parroquia.						X		X		X		X		
	Periodismo educativo	Educación	La poca conciencia sobre el cuidado ambiental inculcado desde las áreas educativas, provocan un aumento en el desinterés por la conservación de los espacios naturales.							X	X		X		X		
		El periodismo con educación ambiental	La fusión del periodismo ambiental y la educación ayudarían a crear una mejor conciencia colectiva por el cuidado de los espacios naturales en la zona.						X		X		X		X		
	Responsabilidad social	Fomentación de cultura ecológica	La ausencia de la cultura ecológica dentro de la parroquia Manglaralto, resulta un problema social para el bienestar colectivo dentro de las áreas turísticas.							X	X		X		X		
te: Aportes		Comunicación	Los aportes comunicaciones a través de sus diferentes formatos generan un impacto moral que crea un cambio positivo dentro de la población, el cual incentiva al cuidado de los ecosistemas.						X		X		X		X		

Periodismo Digital	Periodismo digital	El periodismo digital brinda información sobre los recursos naturales y el cuidado de estos entornos dentro de la parroquia Manglaralto.							X	X			X		X		
	Redes sociales	Las redes sociales son los mejores canales para la difusión de contenido ambiental en un contexto donde no existen medios de comunicación tradicionales.						X		X			X		X		
	Utilización de las nuevas técnicas de información	La utilización de las nuevas técnicas de comunicación en las áreas digitales, ofrecen una mejor de difusión de información para incentivar la conservación de la biodiversidad en espacios turísticos.						X		X			X		X		
	Recursos audiovisuales	Creación de proyectos audiovisuales para redes sociales	Los contenidos multimedia, proporcionan una estrategia entretenida y dinámica que genera el interés social dentro de una población, con la finalidad de conseguir resultados positivos para el cuidado de entornos naturales.						X		X			X		X	

Fecha, Santa Elena 22 de junio del 2022



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I:0913729257

CUADRO 4 FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Periodismo Ambiental – Aportes Comunicacionales

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excecente 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																				95	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				95	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				95	
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				90	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				90	
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				90	
7. Consistencia	Basado en aspectos																				90	

CUADRO 5 VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Ricardo Fabián Tumbaco Flores	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Aportes Comunicacionales del Periodismo Ambiental dentro de la Parroquia Manglaralto en la Fanpage “Entre Panas”		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas – Periodismo Ambiental – Aportes Comunicacionales	
Objetivo:	Evaluar los niveles de aceptación de los seguidores de la página Entre Panas, con los temas ambientales dentro de esta plataforma digital.	
Dirigido a:	Seguidores de la FanPage “Entre Panas”	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, Mgtr.	
Documento de Identidad:	0913729257	
Grado Académico:	Magister y Director	
Especialidad:	Educación	
Experiencia Profesional (años):	22	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		
Sugerencia: Aplicar encuesta		

Fecha: Santa Elena, 21 de junio del 2022



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I:0913729257

ANEXO III: APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Aportes Comunicacionales del Periodismo Ambiental dentro de la Parroquia Manglaralto en la Fanpage "Entre Panas"

Evaluar los aportes comunicacionales del periodismo ecológico de la Parroquia Manglaralto en la Fanpage "Entre Panas".

Nombre
Texto de respuesta corta

El conocimiento otorgado por el periodismo ambiental, ayuda a la reducción de la contaminación en las zonas naturales.

Muy en desacuerdo
 En desacuerdo
 Ni en acuerdo ni en desacuerdo
 De acuerdo
 Muy de acuerdo

100 respuestas

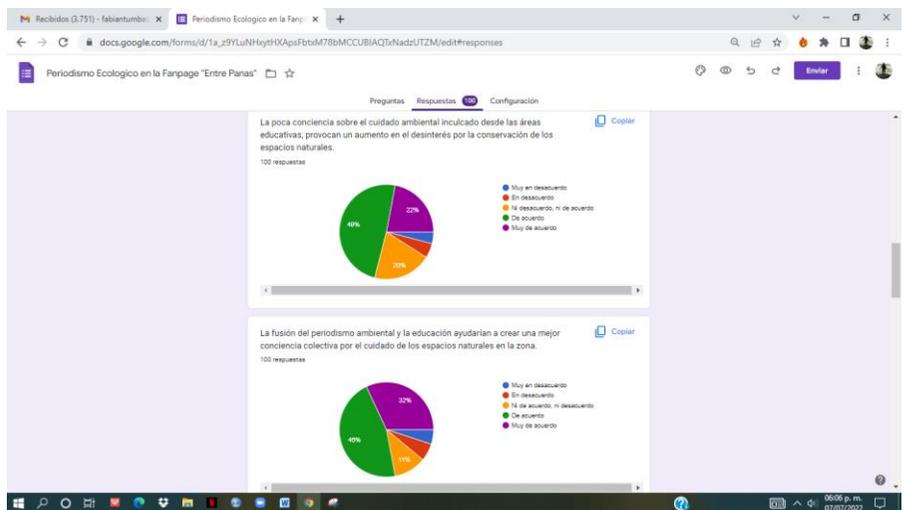
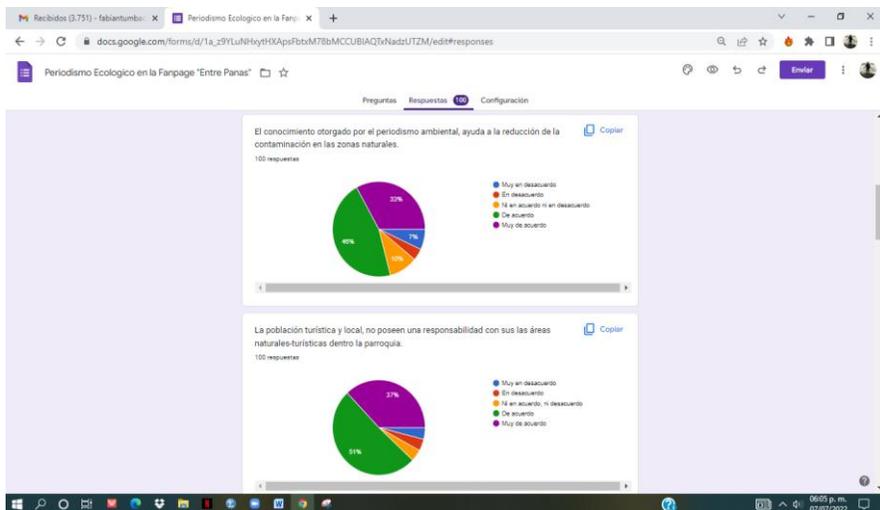
No se aceptan más respuestas

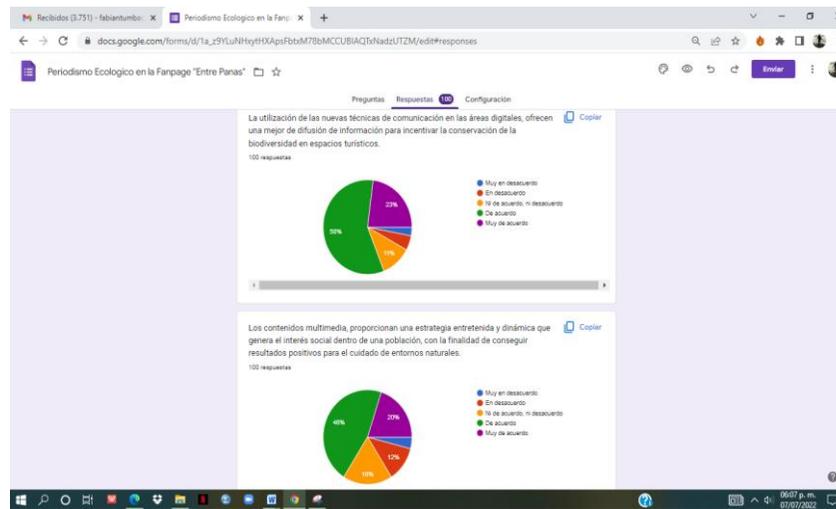
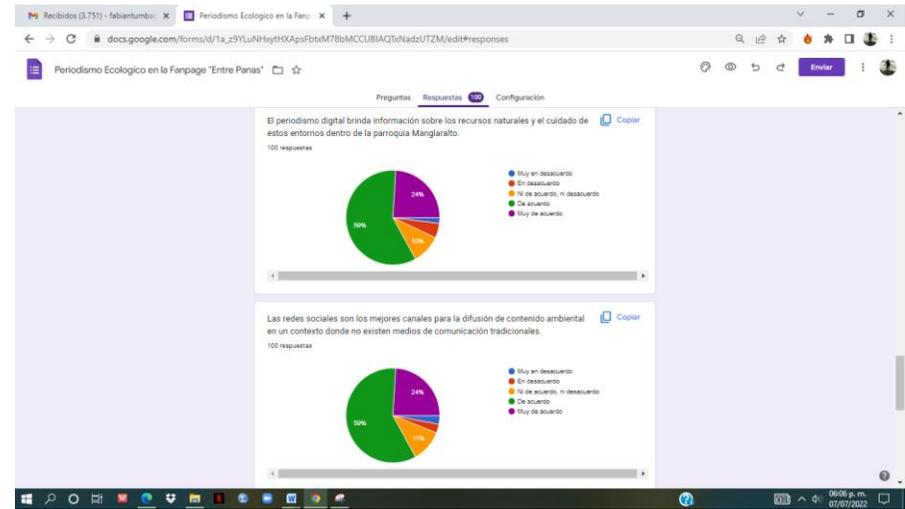
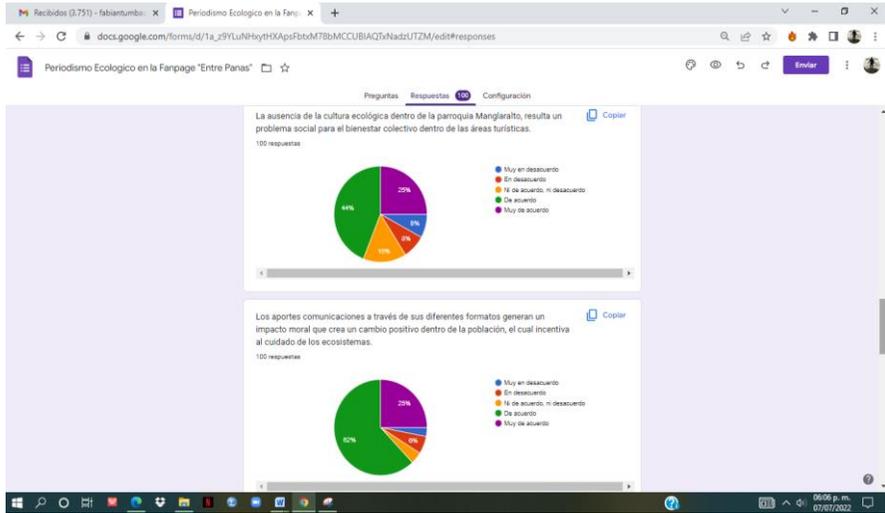
Mensaje para los encuestados
Ya no se aceptan respuestas en este formulario.

Resumen Pregunta Individual

Nombre
100 respuestas

Marlon Neira
Glenda Uquillas
Milly Pico
Dayana Benavides
Daniela Fernanda Romero Gonzalez
Helen Figueroa Yagual
Dayra





ANEXO IV: ENTREVISTA Y CRITERIO PROFESIONAL DE LOS ENTREVISTADOS

Entrevistas #1	Entrevistador: Fabián Tumbaco F
Entrevistado: Lic. Lissette Gardenia Anchaluisa	Profesión: Licenciada en Comunicación Social
Cargo: Gerente del medio digital “El pacifico”	
<p>1. ¿Cuáles son los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos, tomando en consideración la era digital que se está viviendo en la actualidad?</p> <p>El Periodismo Ambiental ejerce un importante papel en el avance de la información y sensibilización ambiental, por lo que entender las partes de su campo es importante, tenemos: Protección de la naturaleza: deforestación, incendios forestales, suelo, biodiversidad, espacios protegidos, fauna y flora.</p> <p>Tomando en consideración la era digital actual, es importante inculcar en las personas el periodismo ambiental, ya que el mismo nos ayuda a una mejor comprensión acerca de la relación sociedad – naturaleza y las implicaciones de las acciones sociales en el buen manejo de los recursos naturales, de esta manera tener una mejor calidad de vida.</p> <p>2. ¿Hasta qué punto se podría considerar que la poca presencia de trabajos periodísticos ecológicos, son parte del problema ambiental que se vive en la provincia de Santa Elena?</p> <p>En gran parte. Porque los medios de comunicación pueden y deberían aprovechar su potencial para concientizar a la sociedad, incrementando la cantidad y calidad de información ambiental que ofrecen, ya que la realidad ha demostrado que determinados problemas, sean ambientales o de otra índole, adquieren relevancia en el momento en que aparecen en los medios. ¿Pero están éstos concediéndoles la importancia y el lugar que merecen? ¿Hasta qué punto puede hablarse de la existencia de un periodismo ambiental?</p> <p>Los medios de comunicación se rigen por unos procedimientos rutinarios y su forma de seleccionar la información está muy estandarizada. Muchas veces solo se dedican a publicar noticias “atractivas”. Muchas veces los medios se guían más por factores como la disponibilidad de imágenes visuales que por el interés científico, lo cual implica que la mayoría de las noticias ambientales se recepte de manera sensacionalista.</p> <p>3. ¿Cuál es la manera correcta que deberían considerar los medios digitales, para que los mensajes dirigidos a la sociedad generen intereses relacionados al cuidado del medio ambiente?</p> <p>1. La información medioambiental todavía representa un porcentaje muy pequeño de la cantidad total de información ofrecida por los medios digitales. Es necesario que éstos den más protagonismo a la actualidad ambiental mediante la creación de secciones o espacios fijos para esa temática.</p> <p>2. Fomentar el interés ecologista. Relacionando los temas ambientales del ámbito nacional o internacional con otros similares que afectan al ciudadano más directamente para hacer que se sienta más implicado, y al mismo tiempo ofrecerle información práctica sobre qué puede hacer a favor del medio</p> <p>3. Se debería optar por realizar campañas de “ecoalfabetización”</p> <p>4. Los medios digitales tienen la capacidad para generar cambios en la sociedad” ¿Cuáles serían los beneficios sociales que una Fanpage difunda contenido ambiental de la zona?</p>	

Seria de vital importancia porque de esta forma más allá de mantener a la población de la zona informada, infunde en ella un interés particular por informar sobre su entorno y crear conciencia ciudadana al respecto. El periodismo ambiental es la herramienta con la que se puede transformar, rescatar y organizar el entorno, mientras que las redes sociales son el camino rápido y veraz por el cual esto puede ser posible, el contenido que cada medio publica es el impulso que cada individuo necesita para hacer que su estilo de vida contribuya al medio ambiente.

Entrevistas #2	Entrevistador: Fabián Tumbaco F
Entrevistado: Lic. Gonzalo Vera. Mgtr	Profesión: Licenciado en Comunicación Social. Magister en Periodismo, mención en Periodismo Digital y Gestión de proyectos Multimedia.
Cargo: Relacionista Público en DEPCOM-UPSE	
<p>1. ¿Cuáles son los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos, tomando en consideración la era digital que se está viviendo en la actualidad?</p> <p>Considero que los medios de comunicación están viviendo una etapa de mucha diversificación, ahora mucho más que antes debido a que las audiencias también están siendo mucho más diversas; Y tenemos audiencia que se están clasificándose más por sus gustos, personalidades o intereses y eso se convierte en una oportunidad muy buena para que medios nativos principalmente en la era digital abarquen estos segmentos de la población que están deseosos de consumir ese tipo de contenidos. Entonces yo creo que sí los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos ha sido interesante. Sin embargo existe un desafío bien grande: El poder trabajar en el periodismo ambiental pero a modo hiperlocal ya que los medios que existen son medios nacionales o de las grandes ciudades pero en las comunidades pequeñas como la nuestra no existe el periodismo ambiental.</p> <p>2. ¿Hasta qué punto se podría considerar que la poca presencia de trabajos periodísticos ecológicos, son parte del problema ambiental que se vive en la provincia de Santa Elena?</p> <p>El periodismo cumple un rol fundamental en crear conciencia en las masas, en la sociedad, en los individuos, sobre diversos temas. Por ende la no existencia de medios de comunicación dedicados a temas ambientales privada del derecho que tienen los ciudadanos de acceder a información que le permita formar una conciencia ambiental. Entonces sí podría haber un cierto grado de responsabilidad sobre los problemas ambientales que existen en la provincia sin embargo no son la razón principal ya que debido a la cantidad de información que existe en internet hay otras vías por las cuales las personas se pueden educar; más bien obedece al poco interés que existe por abarcar esos temas e informarse.</p> <p>3. ¿Cuál es la manera correcta que deberían considerar los medios digitales, para que los mensajes dirigidos a la sociedad generen intereses relacionados al cuidado del medio ambiente?</p> <p>Los medios digitales deben estar mucho más cerca de sus audiencias. No considerarlos simplemente como consumidores de información, sino establecer estrategias que le permitan ser prosumidores. Es decir ellos mismos producir su propio contenido y los medios ser plataformas que permitan divulgar</p>	

esta información. Esto permitiría que las personas se involucren mucho más en los temas que son de importancia para una determinada comunidad. Ejemplo: Se me ocurre que pueda existir en la parroquia Manglaralto un medio digital que empiece a trabajar con campañas de concientización ambiental en la que participe la ciudadanía es decir proponiendo dinámicas en las que las personas puedan participar con actividades como mingas, limpieza de playas, Challenge y ese tipo de cosas que está surgiendo ahora y que son parte de herramientas digitales que encontramos en la web.

4. Los medios digitales tienen la capacidad para generar cambios en la sociedad” ¿Cuáles serían los beneficios sociales que una Fanpage difunda contenido ambiental de la zona?

Existen ya muchos medios de comunicación difundiendo información, la problemática todos sabemos que existe en nuestra provincia sin embargo creo fielmente que también necesitamos medios de comunicación que propenda o que difundan soluciones; medios y periodismo de servicios que difundan soluciones no solamente noticias negativas de lo que está pasando si no también revertir un poco la fórmula y proponerle a la ciudadanía alternativas para poder por ejemplo el reutilizar los plásticos o dejar poco a poco de consumir plásticos receptar este tipo de alternativas creo que eso sería uno de los beneficios más importantes que podrían obtener al existir una fanpage que difunda contenido ambiental de la zona.

Entrevistas #3	Entrevistador: Fabián Tumbaco F
Entrevistado: Blga. Beatriz Almonacil, MSc	Profesión: Bióloga
Cargo: Coordinadora del proyecto Ecoclub de Ayangue	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los alcances del periodismo ambiental en los últimos tiempos, tomando en consideración la era digital que se está viviendo en la actualidad? <p>Con la popularización de las redes sociales y en el contexto de era digital que nos encontramos el periodismo digital según mi opinión ha tenido una gran acogida por un público cada vez más interesado y preocupado por el cuidado ambiental. Abarca una gran población muy diversa donde predomina el alcance mundial.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 2. ¿Hasta qué punto se podría considerar que la poca presencia de trabajos periodísticos ecológicos, son parte del problema ambiental que se vive en la provincia de Santa Elena? <p>La falta de contenido periodístico ambiental deja en un segundo plano al tema ecológico por lo que de manera indirecta la población puede asumir que no es un tema urgente o realmente importante y por ello no se le da difusión. Sin embargo, la presencia de información en los medios no conlleva de manera directa a un cambio de acción.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 3. ¿Cuál es la manera correcta que deberían considerar los medios digitales, para que los mensajes dirigidos a la sociedad generen intereses relacionados al cuidado del medio ambiente? <p>Desde mi punto de vista, se debería trabajar mediante campañas con un planificación que lleve a la acción y con una continua evaluación del impacto que está teniendo la misma con el público objetivo. Hay que definir y adaptar los contenidos al público objetivo para realmente lograr un enganche.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 4. Los medios digitales tienen la capacidad para generar cambios en la sociedad” ¿Cuáles serían 	

los beneficios sociales que una Fanpage difunda contenido ambiental de la zona?

La información por sí misma no genera un cambio de comportamiento generalmente porque la conciencia ambiental es compleja y tienen múltiples dimensiones. Pero las redes sociales y en este caso una fanpage permite lograr un cambio de tendencia en la norma social y eso es muy poderoso para adoptar nuevos comportamientos pro ambientales. También es importante destacar que la educación ambiental es un proceso permanente por lo que se requiere tiempo, evaluación y seguimiento para lograr cambios.