



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

**APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL
PERIODISMO ECOLÓGICO: CASO PLAYA DE BALLENITA,
2024**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN**

AUTORES:

OYOLA FLORES CAMILA NATALIA
SABANDO TOLEDO CARLOS JOSÉ

TUTOR:

LCDO. GREGORY PETER SANTAMARÍA ROMERO, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA:

LIC. MARTHA YESENIA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



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

**APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL
PERIODISMO ECOLÓGICO: CASO PLAYA DE BALLENITA,
2024**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO
DE:**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTORES:

OYOLA FLORES CAMILA NATALIA

SABANDO TOLEDO CARLOS JOSÉ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	III
ÍNDICE DE FIGURAS.....	III
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR .	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	VIII
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Antecedentes del problema de investigación.....	1
1.2. Variable independiente: Periodismo ecológico.....	3
1.3. Formulación del problema de investigación.....	4
1.3.1. Preguntas de investigación.....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Justificación de la investigación.....	5
1.6. Hipótesis.....	6
1.7. Variables.....	6
1.7.1. Independiente: Inteligencia artificial.....	6

1.7.2 Dependiente: Periodismo ecológico.....	7
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	8
2.1.1. Conocimiento actual.....	8
2.1.1 Variable independiente: Inteligencia artificial	8
2.1.2. Variable dependiente: Periodismo ecológico	8
2.2. Fundamentación teórica y conceptual	9
2.2.1. Fundamentación teórica	9
2.2.2 Fundamentación Teórica y conceptual.....	10
Fundamentación teórica: Periodismo Ecológico.....	12
2.3 Marco Legal	16
2.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA REÚBLICA DEL ECUADOR (2021).....	16
Sección III: Comunicación e información.....	16
2.3.2. CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE.....	17
2.3.3. LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN	18
3. MARCO METODOLÓGICO	20
3.1. Enfoque de investigación	20
3.2. Tipo de Investigación	20
3.2.3. Investigación descriptiva y correlacional	20
3.3. Diseño de Investigación	21
3.4. Alcance de la Investigación.....	21
3.5. Tabla 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	22
3.6. Población, muestra y periodo de estudio.....	24
3.6.3. Población.....	24
3.6.4. Muestra.....	24
3.6.5. Tamaño de muestra	24
3.6.6. Periodo de estudio	25

3.7.	Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	25
4.	ANÁLISIS DE RESULTADO.....	26
4.1	Análisis e interpretación de resultados del enfoque cualitativo	26
4.2.	Análisis de resultado: Entrevista	37
	Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre.....	38
5.	DISCUSIÓN	42
6.	CONCLUSIONES	44
7.	RECOMENDACIONES	45
	ANEXOS	51
	Anexo 1.....	51
	Anexo 2.....	52
	MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS.....	54
	FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	57
	VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO	59
	INSTRUMENTO	60
	MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS.....	62
	FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	65
	VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO	67
	Anexo 3.....	68
	Anexo 4.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Considera que la generación de imágenes con IA fortalece las prácticas de periodismo ambiental?	27
Tabla 2 ¿Estaría de acuerdo de recibir información generada por inteligencia artificial en procesos de comunicación?	28
Tabla 3 ¿Está de acuerdo con que la inteligencia artificial podría apoyar iniciativas locales en áreas como turismo, educación o cultura en ballenita?	29
Tabla 4 ¿Considera que la inteligencia artificial puede ayudar a detectar noticias falsas (fake news)?	30
Tabla 5 ¿Cree que la comunidad interacciona (comenta, comparte, reacciona) en publicaciones relacionadas con la sensibilización ambiental y generadas por inteligencia artificial?.....	31
Tabla 6 ¿Existe una frecuencia sostenida en el tratamiento de problemáticas ambientales por parte de los medios locales en su programación informativa?	32
Tabla 7 ¿Cree que el consumo informativo de temas ambientales crece en la actualidad?	33
Tabla 8 ¿Considera que el consumo de contenido ecológico genera un cambio en la conciencia ambiental de la audiencia?	34
Tabla 9 ¿Piensa que los recursos narrativos utilizados por los diferentes medios para mantener la atención de la audiencia sobre temas ambientales son efectivos?	35
Tabla 10 ¿Considera que la audiencia recuerda y comprende la información sobre problemas ambientales presentada por los medios?	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. OPINIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA IA EN LA PRESERVACIÓN AMBIENTAL	27
Figura 2. APRECIACIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA CREACIÓN DE CONTENIDO AMBIENTAL COMUNITARIO	28
Figura 3. PERCEPCIÓN DE LOS COMUNEROS CREEN QUE TUVIERAN INICIATIVAS LOCALES AL IMPLEMENTAR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	29
Figura 4. PERCEPCIÓN SOBRE EL ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA IDENTIFICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS	30
FIGURA 5. PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN PUBLICACIONES DE CONCIENCIA AMBIENTAL GENERADAS POR IA	31
FIGURA 6. FRECUENCIA DEL TRATAMIENTO DE PROBLEMÁTICAS AMBIENTALES EN LOS MEDIOS LOCALES.....	32
FIGURA 7. PERCEPCIÓN DEL CRECIMIENTO EN EL CONSUMO DE INFORMACIÓN AMBIENTAL	33
FIGURA 8. IMPACTO DEL CONTENIDO ECOLÓGICO EN LA CONCIENCIA AMBIENTAL DE LA AUDIENCIA.	34
FIGURA 9. EFECTIVIDAD DE LOS RECURSOS NARRATIVOS UTILIZADOS POR LOS MEDIOS EN TEMAS AMBIENTALES.....	35
FIGURA 10. VISUALIZACIÓN DE NIVEL DE RECUERDO Y COMPRESIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL POR PARTE DE LOS USUARIOS	36

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

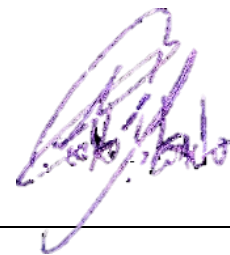
Quien suscribe; **OYOLA FLORES CAMILA NATALIA** con C.I. **2450475997** y **SABANDO TOLEDO CARLOS JOSE** con C.I: **2450801911**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO ECOLÓGICO: CASO PLAYA DE BALENITA, 2024**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, Junio, 2025

Atentamente,



Oyola Flores Camila Natalia
C.I: 2450475997



Sabando Toledo Carlos José
C.I: 2450801911

DEDICATORIA

A mis amados padres, Azucena Flores Láinez y Freddy Oyola Padilla, Con todo mi amor y gratitud, dedico este trabajo a ustedes, pilares fundamentales en mi vida. Gracias por su apoyo incondicional, por enseñarme con el ejemplo el valor del esfuerzo y la perseverancia, y por estar siempre presentes con palabras de aliento y fe en mí, incluso en los momentos más difíciles. También va para mi Nino que comenzó esta etapa conmigo, pero por circunstancias de la vida ya no está con nosotros.

Oyola Flores Camila Natalia

Este proyecto te lo dedico a ti, María Adolfina Malavé Villao, aunque ya no estés físicamente a mí lado, vives en cada uno de los pasos que doy. Fuiste la persona que siempre creyó en mí y nunca me dejó solo, a pesar de las adversidades. Los momentos que pasamos juntos sirvieron de motivación durante todo este proceso, y aunque me hubiera encantado que vieras este logro, sé que desde el cielo te sientes orgullosa.

Con todo mi amor y eterna gratitud, este trabajo es tuyo.

Sabando Toledo Carlos José

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, principalmente a Dios por haber sido una guía durante este largo proceso académico, por darme la fortaleza para afrontar los momentos de dificultad. Sin su presencia este logro no habría sido posible. De igual manera, a mis padres, por su apoyo, amor incondicional y sus palabras de aliento. Por estar presentes en cada etapa de mi formación personal y profesional. Este logro les pertenece más a ustedes que a mí.

A mis amigos: Karol, Dave, César, Allison y Teresa por su compañía, por cada palabra, cada risa y por ser parte de esta larga travesía. Su amistad fue clave en momentos de cansancio y dudas. Asimismo, a mí docente tutor, Peter Gregory Santamaría Romero, por su acompañamiento durante este proceso de investigación. Su compromiso, experiencia y orientación fueron fundamentales para el desarrollo y culminación exitosa de este trabajo.

Por último, agradezco a mi compañera de tesis, Camila Natalia Oyola Flores, por su entrega, responsabilidad y compromiso a lo largo de este proceso. Gracias por compartir este reto con entusiasmo y por trabajar siempre en equipo, superando cada obstáculo con determinación.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Sabando Toledo Carlos José

A lo largo del desarrollo de esta investigación, he contado con el apoyo y acompañamiento de personas valiosas, quienes aportaron con sus conocimientos, amistad y compromiso en este importante proceso académico.

En primer lugar, expreso mi profundo agradecimiento al Mgtr. Peter Gregory Santamaría Romero, tutor de tesis, por su guía, paciencia y dedicación constante. Su experiencia y criterio fueron fundamentales para orientar cada etapa de esta investigación.

De igual manera, reconozco con aprecio a mi compañera y amiga Danixa Méndez Yagual, por estar siempre presente con palabras de aliento, su apoyo incondicional y su gran corazón.

Igualmente, merece reconocimiento una persona en especial Joao Méndez Limón que me acompañó a lo largo de este trayecto, su presencia constante y su compañía en los momentos de mayor esfuerzo fue una fuente de ánimo y fortaleza.

Finalmente, a mi compañero de tesis Carlos José Sabando Toledo, por su compromiso y la disposición para avanzar juntos en este camino. Su responsabilidad y esfuerzo conjunto fueron esenciales para lograr este objetivo. A todos ellos, mi sincero agradecimiento por ser parte de este logro académico y personal.

Oyola Flores Camila Natalia



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

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

La Libertad, 23 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

Directora de la Carrera de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. –

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la Carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Camila Natalia Oyola Flores** con número de cédula **2450475997** y **Carlos José Sabando Toledo** con número de cédula **2450801911**, han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)* y *protocolos vigentes de la Carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, denominado **Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se **apruebe** el trabajo de titulación referido anteriormente, bajo el **Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**, vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

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

Atentamente,

Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr.

DOCENTE TUTOR/A

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Lcd. Vilma Maribel Garcia González, MSC

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr
**DOCENTE TUTO (A) DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Lic. Martha Yesenia Suintaxi Andrade, Mgtr
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
DE COMUNICACIÓN**

Oyola Flores Camila Natalia
ESTUDIANTES

Sabando Toledo Carlos Jose
ESTUDIANTES

APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO ECOLÓGICO: CASO PLAYA DE BALLENITA, 2024

Oyola Flores Camila Natalia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7876-3153>

Sabando Toledo Carlos Jose

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2157-7015>

RESUMEN

El presente proyecto de investigación analiza la aplicación de la inteligencia artificial dentro del periodismo ecológico, el estudio se enfoca dentro del balneario de Ballenita, provincia de Santa Elena, Ecuador. Se busca evaluar cómo la implementación de herramientas de IA puede fortalecer la generación de contenidos ambientales y su impacto en la sensibilización ciudadana frente a la contaminación provocada por la actividad humana. Actualmente, la inteligencia artificial representa una oportunidad para la automatización, personalización y visualización de mensajes ambientales, permitiendo de esta manera una comunicación más efectiva y veraz. La investigación se desarrolló a través de un enfoque mixto. Se aplicaron encuestas a habitantes del barrio de Ballenita de la localidad, asimismo, la entrevista se realizó a un conocedor del tema. En la tabulación de resultados se reveló que existe una percepción positiva hacia el uso de IA como apoyo en la creación de material ambiental. Por otro lado, se identificó que el periodismo ecológico, mediante el uso de nuevas tecnologías, tiene un alto potencial para incidir en la conciencia ambiental de la ciudadanía, fomentando la participación activa en la gestión de residuos y en la protección del entorno. Aunque la implementación de inteligencia artificial presenta ciertos desafíos éticos y técnicos, su utilización de manera responsable puede transformar las prácticas del periodismo ecológico en contextos locales, en este caso, en el balneario de Ballenita, promoviendo una ciudadanía más informada y comprometida con la sostenibilidad.

Palabras Clave: *Inteligencia artificial, periodismo ecológico, sostenibilidad, concienciación, participación.*

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ECOLOGICAL JOURNALISM: THE BALLENITA BEACH CASE, 2024.

Oyola Flores Camila Natalia

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7876-3153>

Sabando Toledo Carlos Jose

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2157-7015>

ABSTRACT

This research project analyzes the application of artificial intelligence within ecological journalism. The study focuses on the beach resort of Ballenita, in the province of Santa Elena, Ecuador. It aims to evaluate how the implementation of AI tools can strengthen the generation of environmental content and its impact on citizen awareness regarding pollution caused by human activity. Currently, artificial intelligence represents an opportunity for the automation, personalization, and visualization of environmental messages, thus allowing for more effective and truthful communication. The research was developed through a mixed approach, where surveys were applied to accessible and available residents within the locality, as well as to an expert on the subject. The tabulation of results revealed that there is a positive perception towards the use of AI as support in the creation of environmental material. On the other hand, it was identified that eco-journalism supported by new technologies has the potential to influence citizens' environmental awareness, promoting active participation in waste management and care for the environment. While there are ethical and technical challenges regarding the use of artificial intelligence, its responsible use can transform the practices of ecological journalism in local contexts, in this case, in the resort of Ballenita, promoting a more informed and committed citizenship towards sustainability.

Keywords: *Artificial intelligence, ecological journalism, sustainability, awareness, participation.*

INTRODUCCIÓN

En el mundo contemporáneo se enfrentan desafíos ambientales que exigen un cambio radical en la forma que se difunde y sensibiliza a la población sobre el cuidado del entorno natural. Dentro de este escenario, el periodismo ecológico surge como una herramienta clave para visibilizar las diferentes problemáticas ambientales, educar a la ciudadanía y desarrollar una concienciación crítica en base a la sostenibilidad.

Esta rama del periodismo no solo es informativa, además, asume un rol activo en la transformación social al posicionar temas medioambientales dentro de la agenda pública. Por otro lado, el despunte que ha tenido la inteligencia artificial (IA) dentro del ámbito comunicacional es impresionante, al punto de revolucionar las dinámicas de producción, consumo y difusión de contenidos, permitiendo la creación de mensajes personalizados, visualmente atractivos y con una mayor capacidad de impacto.

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo ecológico aplicado a la sensibilización ambiental en la playa de Ballenita. Este importante balneario ubicado dentro de la provincia de Santa Elena enfrenta una creciente contaminación provocada principalmente por la actividad humana. Bajo este contexto, se vuelve necesario la implementación de estrategias comunicacionales que articulen el uso de nuevas tecnologías, en busca de obtener cambios positivos en el comportamiento de la comunidad.

Dentro de la provincia de Santa Elena, el periodismo ecológico sigue siendo escaso y el uso de inteligencia artificial dentro del periodismo como tal aún es rudimentario. No obstante, la integración de esta herramienta y una mejor práctica del periodismo ecológico podría representar una oportunidad para mejorar la calidad en la difusión de contenido relacionado con el cuidado de las diferentes áreas ecológicas.

Por lo tanto, la investigación presente busca cómo la aplicación de la inteligencia artificial puede fortalecer el periodismo ecológico, en términos de generación de contenido, la participación comunitaria y la sensibilización ambiental. Este proyecto pretende aportar al campo comunicacional, al mismo tiempo, ofrecer herramientas prácticas que promuevan un turismo responsable y sostenible en el balneario de Ballenita, fortaleciendo el compromiso de los habitantes locales con su entorno natural.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación.

A nivel internacional, la inteligencia artificial (IA) está ayudando mucho en el periodismo ambiental, especialmente para cuidar las playas y los océanos. En otros países, algunas revistas y periódicos usan IA para estudiar la contaminación del mar, entender cómo cambia el clima y mostrar información con mapas especiales. En lugares cerca del mar, esta tecnología sirve para observar cómo las playas se desgastan, encontrar basura en el agua y avisar si hay derrames de petróleo. También ayuda a descubrir noticias falsas sobre el medioambiente, para que la gente reciba información verdadera. Sin embargo, los periodistas siguen siendo muy importantes porque deben revisar y explicar bien estos datos.

Muhammad et al. (2023), mencionan que las soluciones que utilizan inteligencia artificial son muy adecuadas para la monitorización de grandes áreas que involucran muchas variables. Estas diversas variables se pueden procesar de forma rápida y precisa mediante la utilización de la inteligencia artificial. Además, la inteligencia artificial puede proporcionar resultados útiles para que los investigadores adopten las estrategias adecuadas para reducir la contaminación marina. (p. 106)

Bajo este contexto, se está ayudando mucho a los reporteros a hablar sobre el cuidado de las playas. Esta tecnología puede revisar información para ver qué tanto está sucio el océano, predecir cambios en el clima y encontrar basura en el agua. También sirve para dar alertas cuando hay problemas como derrames de petróleo. Además, ayuda a saber si las noticias sobre el medioambiente son verdaderas o falsas. Aunque la IA hace el trabajo más rápido, los periodistas siguen siendo muy importantes porque explican la información de manera sencilla. Cómo puede observar grandes espacios y muchas cosas al mismo tiempo, la IA ayuda a los expertos a tomar mejores decisiones para limpiar el mar. Conocer cómo estas innovaciones respaldan la defensa del ecosistema marino es fundamental para que los individuos adquieran conocimientos para cuidar el medio ambiente.

En Ecuador, funciona en múltiples sectores, como las instituciones, la formación y contenido informativo. Por ejemplo, algunos centros educativos utilizan herramientas digitales de métodos más accesibles. En los hospitales, esta tecnología ayuda a los doctores a identificar patologías con más rigurosidad. La IA se utiliza para ordenar noticias y difundir

datos con mayor rapidez. No obstante, es relevante que los ciudadanos verifiquen información, porque los sistemas automatizados pueden fallar.

Sandoval (2022), sostiene que la inteligencia artificial en la creación de mensajes comunicativos, con el propósito de ajustarse a el requerimiento del público digital. Su perspectiva en la interpretación de información, análisis automatizado del lenguaje y entretenimiento algorítmico, así como el enfoque prioritario de recursos visuales, manifiesta una voluntad de transformación. No obstante, el éxito de esta iniciativa dependerá de su capacidad para abordar las implicaciones éticas de la IA y mantener los estándares de calidad y credibilidad que caracterizan al buen periodismo. (p. 48)

Dentro del periodismo ecológico, esta tecnología ayuda a organizar información, entender textos y crear imágenes de manera moderna. Sin embargo, es importante que haya una supervisión en las tareas realizadas por la IA, porque puede cometer errores. El reto es usarla bien, sin perder la verdad y la calidad de las noticias. Si se usa de manera responsable, la IA puede ayudar a que la información sea más clara y útil para todos.

A nivel provincial, la inteligencia artificial (IA) está empezando a surgir en las noticias vinculadas al medio ambiente y al turismo. Esta tecnología facilita el análisis de problemas de contaminación marina y cambios climáticos en lugares como Ballenita. Investigaciones recientes han evidenciado que las máquinas pueden ayudar a detectar patrones en la naturaleza y compartir información. Se emplean para comprobar si las noticias difundidas en internet son verdaderas o falsas, evitando así su propagación.

Según Tomalá (2021), la inteligencia artificial o IA puede entenderse como una disciplina perteneciente a las ciencias de la computación, que plantea modelos computacionales de aprendizaje basado en redes neuronales biológicas humanas. Otra especialidad de la IA es el aprendizaje profundo (Deep Learning) para evaluar datos de tipo de imagen, video y audio. (pp. 10-11)

En este escenario, representa una oportunidad, haciendo que las tareas sean más rápidas y precisas dentro de áreas cómo la educación, salud y la generación de noticias.

Su implementación resulta clave para fortalecer el periodismo medioambiental en la provincia de Santa Elena, al facilitar el acceso y análisis de datos ecológicos, así como enfrentar de manera efectiva la desinformación. A pesar de los retos técnicos y éticos que conlleva, la inteligencia artificial ofrece un valioso potencial para mejorar la precisión, la

verificación y la transparencia en la cobertura noticiosa, contribuyendo a una ciudadanía más consciente frente a las problemáticas ambientales. No obstante, su incorporación en la prensa local dependerá del compromiso institucional con la inversión en infraestructura tecnológica y en la formación profesional, garantizando así un uso ético, eficiente y contextualizado de esta herramienta emergente.

1.2. Variable independiente: Periodismo ecológico

Los medios digitales independientes, en México, han surgido para visibilizar las problemáticas y generar conciencia en la sociedad. El siguiente estudio analiza el estado actual del periodismo ambiental, resaltando los retos y las oportunidades que enfrentan los diferentes medios digitales independientes que se dedican a esta labor.

Aparicio (2020), el concepto de periodismo ambiental puede elaborarse a partir de sus características: sin ser periodismo científico, utilizan elementos teóricos de diversas disciplinas científicas para explicar los fenómenos naturales; involucra aspectos filosóficos, éticos y culturales en su comprensión de los problemas; es preventivo, pues prevé sucesos negativos a partir de una presente realidad conflictiva. (p. 4)

Aparicio enfatiza que el periodismo ambiental es una disciplina híbrida que va trascendiendo la divulgación de información ecológica. El periodismo ambiental no debe limitarse al momento de informar sobre cualquier anomalía ecológica, debe desempeñar un papel proactivo en la prevención.

El periodismo ecológico ha adquirido mayor relevancia en medios de comunicación, debido a que los problemas ambientales dejaron de ser un asunto irrelevante a una prioridad global. Este tipo de periodismo responde a la necesidad de informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre los fenómenos que afectan directamente la calidad de vida.

Zambrano et al. (2021) “el periodismo ecológico tratado ya sea desde escenarios comunicacionales, gubernamentales o educativos es comparativamente nuevo, visto desde una perspectiva más transversal, tiene como objetivo ser un actor movilizador y promotor de transformaciones en la sociedad”. (p. 82)

Los autores resaltan la capacidad del periodismo ecológico para abordar diferentes temas, no se limita a reportar solamente desastres ambientales o políticas ecológicas, también tiene el potencial de incluir en el comportamiento social, la cultura y las decisiones económicas. Reconociendo que los temas ambientales atraviesan varios aspectos de la vida.

Ramos destaca la necesidad de un tratamiento integral y especializado, de esta manera generar un verdadero impacto en la sociedad.

Hoy en día, el periodismo ecológico ha adquirido importancia en el entorno educativo, abordando temas de concienciación sobre el medio ambiente en la comunidad. El requerimiento de herramientas informativas que enfrentan temas o que enfatizan temas del sector se transforme esencial. El periodismo ecológico no solo transmite información sobre los efectos ecológicos provocados por acción del ser humano, sino que impulsa la preservación del entorno y la responsabilidad colectiva.

Ramos (2023), “el periodismo ecológico se enfoca en temas actuales, relacionados con la naturaleza y el medio ambiente, degradación ambiental y los diferentes riesgos humanos a corto o mediano plazo, como el calentamiento global” (pp. 20-21).

Ramos destaca la importancia del periodismo ecológico, ya que, no solo cumple una función informativa, sino también una labor educativa y concienciación social. Se enfoca en los diferentes riesgos a los que el ser humano está expuesto, sea a corto o mediano plazo. De esta manera, busca influir en la percepción pública, fomentando cambios en el comportamiento individual y colectivo.

1.3. Formulación del problema de investigación.

¿Cómo influye la aplicación de la inteligencia artificial y las estrategias de periodismo ecológico en la visibilización y tratamiento mediático de los problemas ambientales causados por los residuos de los vendedores ambulantes?

1.3.1. Preguntas de investigación

- ¿Qué impacto tiene la generación de residuos por parte de los vendedores ambulantes en la percepción comunicacional de los problemas ambientales?
- ¿Cómo se relaciona el uso de la inteligencia artificial con las estrategias del periodismo ecológico para potenciar el análisis y tratamiento de problemas ambientales?
- ¿Qué estrategias comunicacionales pueden desarrollarse, utilizando inteligencia artificial y periodismo ecológico, para fomentar una mayor conciencia y participación en la gestión?

1.4. Objetivos.

1.4.1 Objetivo general.

- Analizar el impacto de las herramientas de Inteligencia Artificial en el periodismo ecológico aplicado a la sensibilización ambiental en la playa de Ballenita, evaluando su efectividad en la creación de mensajes que promuevan el cuidado del entorno y la participación de los turistas y vendedores ambulantes.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar el impacto de los residuos generados por los vendedores ambulantes en la percepción ambiental y turística de la playa.
- Evaluar la efectividad de estrategias comunicacionales innovadoras en la promoción de comportamientos responsables hacia la gestión de residuos.
- Proponer estrategias comunicacionales que integran inteligencia artificial y periodismo ecológico para mejorar la sensibilización de las audiencias sobre la gestión de residuos en la playa de Ballenita.

1.5. Justificación de la investigación.

Cobra vital importancia entender los mensajes y evaluación del efecto de las distintas estrategias de comunicación en tiempo real como elementos fundamentales y claves para generar una respuesta positiva en el público.

Esta investigación es apropiada, dado que proporciona una valoración exacta de la eficacia del uso de la inteligencia artificial, dentro del periodismo ecológico.

En la concienciación medioambiental, las tecnologías como la IA son un recurso poco explorado, algo que ha sido poco investigado en el contexto y especialmente en la provincia de Santa Elena.

Otro factor crucial es el incremento en la necesidad de estrategias de comunicación más eficientes en el campo del periodismo ecológico. Este tipo de periodismo trasciende la mera divulgación y se centra en establecer un vínculo emocional con el público, transformándose en una tendencia esencial en la comunicación empresarial y social. En este escenario, entender la manera en que se pueden emplear herramientas de inteligencia artificial para impulsar el periodismo ecológico, permitirá progresar en la creación de campañas más estratégicas y cuantificables.

La presente investigación no solo aportará al saber académico en el área comunicacional, además, proporcionará a los comunicadores y encargados de políticas medioambientales herramientas efectivas para el planteamiento de información en entornos relacionados con el aspecto ambiental, asimismo, una orientación para optimizar la manera en que se transmiten los mensajes vinculados a la sostenibilidad.

La relevancia de esta investigación también radica en su influencia comunitaria. Fortalecer la productividad de los enfoques de concienciación ecológica, contribuirá a transformar maneras de pensar y comportamientos de los habitantes, comerciantes ambulantes y turistas, generando una reacción evidente en el mantenimiento de la playa de Ballenita. En el contexto, donde los turistas a magnitud considerable y procesos ambientalmente nocivos implican un desafío persistente para hábitats costeros.

Así, el estudio no solo se avala desde un punto de vista académico, sino también por su habilidad para impactar de manera positiva en el bienestar ambiental de la comunidad.

1.6. Hipótesis.

La aplicación de herramientas de inteligencia artificial en el periodismo ecológico permitirá una cobertura precisa en tiempo real de las anomalías ambientales. Mejorando el análisis, la difusión y recopilación de datos sobre la contaminación y conservación del ecosistema del balneario de Ballenita.

1.7. Variables.

1.7.1. Independiente: Inteligencia artificial

La IA permite simular procesos propios de la inteligencia humana, como el aprendizaje, la toma de decisiones y la resolución de problemas. El uso de esta herramienta ha transformado múltiples sectores como el de la salud, educación y comercio.

Según Francisco (2024), la integración de la IA en el modelo de cuidados ofrece una transformación disruptiva al personalizar tecnologías de apoyo. Este cambio abarca los principios clave del modelo de cuidados comunitario. El principio de integralidad se ve respaldado por sistemas de IA que se adaptan a las necesidades individuales. (p. 46)

La integración de la inteligencia artificial no solo optimiza los procesos de atención, además, fortalece los valores fundamentales de este enfoque, como la equidad y la dignidad humana. De igual manera, garantiza el acceso universal a las tecnologías para evitar brechas

y promueve la autonomía de los ciudadanos. Por lo tanto, su implementación fomenta la inclusión y participación comunitaria, consolidando redes de apoyo más sólidas y resilientes.

1.7.2 Dependiente: Periodismo ecológico.

El periodismo ecológico se enfoca en investigar y sensibilizar sobre temas relacionados con el medio ambiente. Promueve la conciencia crítica en la sociedad, fomentando la participación ciudadana y contribuyendo al cuidado del entorno natural por medio de una comunicación veraz, ética y orientada al bien común.

Rodríguez y Núñez (2014), “el periodismo ecológico es el contenido para hacer el bien y evitar el deterioro del ecosistema, para de esta manera crear conciencia ecológica en el cuidado de la naturaleza y de los seres vivos”.

(p. 18)

Los autores resaltan la importancia de esta rama del periodismo, debido a que es un instrumento esencial para educar y concientizar a la población acerca de asuntos ambientales que inciden en la vida diaria. Su importancia reside en la necesidad de dar visibilidad a los desafíos ecológicos y promover un incremento en la conciencia social acerca de salvaguardarlo.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1.1. Conocimiento actual

2.1.1 Variable independiente: Inteligencia artificial

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta importante para mejorar la efectividad de estrategias comunicacionales, transformando los procesos de recopilación y distribución de contenidos periodísticos. Esto conlleva a que los periodistas especializados en temas ambientales puedan discernir grandes volúmenes de información, identificar patrones que al ojo humano son invisibles y ayuda a generar contenido en tiempo real.

Dentro del periodismo, el uso de algoritmos no solo mejora la eficiencia del trabajo informativo, además, plantea diferentes desafíos éticos como la veracidad de los datos recopilados, la transparencia y la interacción con la audiencia. Por otro lado, en el contexto ecológico, el uso de estos algoritmos ayudaría en el monitoreo de fenómenos como los cambios dentro del ecosistema marino, la calidad del aire y el impacto humano en zonas turísticas.

Túñez et al. (2019) mencionan, la automatización sustituye al periodista por algoritmos, pero no se ve como una amenaza sino como un nuevo modo de construir el relato de actualidad que suponen las propuestas informativas en cualquier soporte. Se habla de nuevas funciones y de incorporar algoritmos y bots como auxiliares para la identificación de historias o para mejoras en la elaboración del relato (p. 1412).

La automatización dentro del periodismo no es una amenaza, sino una transformación de sus prácticas. Los autores mencionan que los algoritmos y bots no reemplazan al periodista, más bien los redefinen, permitiendo que puedan centrarse en tareas más creativas y de análisis. Por lo tanto, la inteligencia artificial se convierte en un aliado clave, actuando como herramienta de apoyo para la optimización de noticias, la producción y mejora de la narrativa.

2.1.2. Variable dependiente: Periodismo ecológico

El periodismo ecológico se centra en la cobertura y difusión de temáticas ambientales locales o globales, con el propósito de fomentar conciencia y educación sobre el cuidado del medio ambiente. Esta rama del periodismo se caracteriza por adoptar un enfoque crítico y ético, centrado en el trabajo dentro de comunidades afectadas, promoviendo la sostenibilidad

y protección del entorno natural.

El periodismo verde y los periodistas ambientales, así como los medios de comunicación masivos, están desempeñando un papel vital para proteger el medio ambiente. Los medios tienen ocasiones poco comunes para hacer que las sociedades y los responsables de políticas valoren la biodiversidad al proporcionar servicios económicos y ecológicos. Por lo tanto, promover su conservación, uso sostenible y distribución equitativa de beneficios. (Nandini Chakraborty, 2021, p. 9)

El rol del periodismo ecológico no es solo informativo, sino transformador, debe ir más allá de los simples hechos y asumir un papel mediador entre los ciudadanos. En el contexto local, el balneario de Ballenita, donde abunda el turismo, la pesca artesanal y los residuos plásticos, este tipo de periodismo juega un papel crucial en visibilizar la problemática.

2.2. Fundamentación teórica y conceptual

2.2.1. Fundamentación teórica

2.2.1.1. Agenda Setting

La teoría de la agenda setting, también conocida como teoría del establecimiento de la agenda, plantea que los medios de comunicación influyen significativamente en la percepción pública al determinar qué temas son considerados importantes. Esta influencia no consiste en decirle al público qué debe pensar, sino en indicar sobre qué debe pensar. Al seleccionar, jerarquizar y repetir ciertos temas en sus contenidos, los medios logran que la audiencia los perciba como prioritarios dentro del debate público.

Este enfoque fue propuesto por los investigadores McCombs y Shaw (1972), a partir de un estudio realizado durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos. Su investigación demostró una fuerte correlación entre los temas que los medios destacaban y los que los votantes consideraban relevantes. Así, la teoría evidenció que existe una relación directa entre la agenda de los medios y la agenda del público, lo que posiciona a los medios como actores claves en la construcción simbólica de la realidad social.

La agenda setting ha evolucionado hacia una segunda fase, donde no solo se analiza qué temas son visibles, sino también cómo se presentan. Esto implica el uso de ciertos marcos o enfoques que condicionan la interpretación de los hechos. En el contexto actual, marcado por la rapidez de las redes sociales y la sobrecarga informativa, esta teoría sigue

siendo relevante, porque ayuda a entender cómo los medios, en sus distintas formas, pueden moldear la conversación pública y orientar la atención colectiva hacia determinados intereses.

2.2.2 Fundamentación Teórica y conceptual

2.2.2.1 Personalización del contenido:

La personalización del contenido se refiere al proceso mediante el cual los medios digitales con el uso de algoritmos, big data e inteligencia artificial, ajustan la información que presentan al usuario en función de sus intereses, comportamientos de navegación, ubicación geográfica, edad, entre otros factores.

(Hayes y Downie, 2024) menciona que es una herramienta para incrementar el alcance y la relevancia del contenido ambiental, al hacerlo más cercano, comprensible y significativo para cada tipo de audiencia. Por ejemplo, mediante el análisis de búsquedas, interacciones y clics, los medios pueden enviar contenidos sobre reciclaje a usuarios urbanos, y notas sobre biodiversidad o cuidado del agua a comunidades rurales. Así, la IA puede favorecer una mayor conexión entre la ciudadanía y los temas ambientales.

Sin embargo, también existen riesgos asociados. La personalización excesiva puede reforzar las llamadas cámaras de eco (echo chambers), donde el usuario solo recibe información que confirma sus creencias previas, dificultando el pensamiento crítico o la exposición a temas urgentes, pero menos populares, como el cambio climático o la justicia ambiental. Por tanto, la personalización debe ser utilizada de manera ética, equilibrando los intereses del usuario con la necesidad de promover una ciudadanía ambientalmente informada y diversa.

2.2.2.2 Optimización de la distribución de contenido:

Los procedimientos de inteligencia artificial permiten definir las condiciones que los usuarios interactúan, lo que promueve la circulación de contenido en canales apropiados.

Ruiz (2022) confirmó, que la inteligencia artificial perfecciona la entrega de información al determinar medios adecuados más confiables e instantes ideales para postearlos, que se respalda que su información llegue a sus usuarios. Esta distribución estratégica maximiza la exposición y la participación, aumentando la rentabilidad de sus esfuerzos de contenidos e impulsando el tráfico de su sitio web. (p. 43)

Esta dimensión es particularmente significativa para la comunicación ambiental, donde es prioritario garantizar que los mensajes referentes a temas como el cambio climático o la preservación conecten con la audiencia adecuada en el momento oportuno. Al utilizar IA para prever qué tipos de información serán más idóneos, se puede incrementar la difusión y la eficacia de las campañas, concretando que los mensajes sobre estabilidad y preservación ambiental sean mejor aceptados.

2.2.2.3. Interactividad y retroalimentación en tiempo real:

La interactividad y la retroalimentación en tiempo real es otra dimensión clave de la IA aplicada a la comunicación. A través de sistemas inteligentes, los usuarios pueden interactuar con el contenido y proporcionar retroalimentación inmediata, lo que permite ajustar las estrategias comunicativas sobre la marcha.

Bolaño y Duarte (2023) comentan “la inteligencia artificial analiza su desempeño y ofrece retroalimentación específica y relevante para abordar sus fortalezas y debilidades, lo que ayuda a mejorar su comprensión del material y mantener su motivación para aprender” (p. 3)

Esta dimensión permite editar al instante las iniciativas de concientización, resguardando que la información del medio ambiente mantenga la relevancia y efectividad durante el proceso de interacción de los usuarios. Sin embargo, la evaluación inmediata puede aportar e incrementar la calidad de las estrategias al momento de identificar las categorías y contenidos.

2.2.2.4. Análisis de impacto y efectividad del contenido

El análisis de impacto y efectividad es otra dimensión imprescindible de la inteligencia artificial en la comunicación. A través del uso de la IA, es considerable examinar cómo los usuarios reaccionan a los contenidos, tomando en cuenta variables como la interacción, el tiempo de retención y la disposición a actuar según el mensaje recibido.

Cuásquer y López (2024) mencionan, este tipo de análisis es fundamental para medir la efectividad de las campañas de comunicación ambiental, como las dirigidas a la sensibilización sobre la sostenibilidad en la playa de Ballenita. Al contar con información precisa sobre la respuesta del público, se puede ajustar el contenido para maximizar su efectividad y garantizar que los mensajes generen un impacto positivo en las actitudes y

comportamientos de los usuarios. (p. 3)

2.2.2.5. Ética y transparencia en la personalización del contenido

Finalmente, una dimensión fundamental de la inteligencia artificial es la ética y la transparencia en la personalización del contenido. Aunque la IA facilita generar contenido muy específicos y optimizados a las características individuales de los usuarios, es esencial que estos procesos se realicen de manera ética y confiable.

De acuerdo con A. Pazmiño y R. Pazmiño (2024) mencionan, es indispensable que los internautas ofrezcan autorización para la recolección de datos con objetivos adaptados. El manejo se debe mantener transparencia y los motivos por los que se elaboran, de la misma manera conceder a los internautas la disponibilidad de definir qué tipo de adaptación requieren, esto potencia la seguridad que tiene el usuario. Es indispensable que los internautas ofrezcan autorización para la recolección de datos con objetivos adaptados. El manejo se debe mantener transparencia y los motivos por los que se elaboran, de la misma manera conceder a los internautas la disponibilidad de definir qué tipo de adaptación requieren, esto potencia la seguridad que tiene el usuario. (p. 55)

En la sensibilización ambiental, la ética y claridad son esenciales para mantener la persuasión del público y precaver el engaño informativo o modificación de información. Esto es principalmente significativo cuando se embarcan temas sutiles como la sostenibilidad, donde la integridad de la información es esencial para desarrollar un cambio favorable en el desempeño de los usuarios.

Fundamentación teórica: Periodismo Ecológico

2.2.2.6. Cobertura temática ambiental

La cobertura ambiental hace referencia al conjunto de temas ecológicos tratados por los medios de comunicación. Esta dimensión nos permite evaluar la frecuencia, profundidad y relevancia con la que se abordan estos temas en los diferentes medios locales y canales digitales.

Carabaza et al. (2007) mencionan, consecuencias de la falta de atención en la temática ambiental, en la agenda televisiva, hace pensar que al menos durante el tiempo de análisis las empresas televisivas no lo consideran importante, demostrando lo preocupante que los medios de comunicación no se encuentren abordando todos los

temas que tienen que ver con la problemática ambiental. (p. 67)

Los medios locales deben incrementar la frecuencia y profundidad de los temas ecológicos en sus contenidos informativos, de esta manera la población local estará más informada sobre las problemáticas ambientales que enfrenta, en este caso el balneario de Ballenita, favoreciendo la toma de decisiones responsables y una mayor presión social hacia la sostenibilidad.

2.2.2.7. Comunicar periodismo comunitario

El periodismo comunitario es una forma de comunicación social que se desarrolla desde, con y para las comunidades, priorizando la participación activa de sus habitantes en la producción, circulación y apropiación de la información. A diferencia del periodismo tradicional, que suele responder a lógicas comerciales o corporativas, el periodismo comunitario se centra en las necesidades, problemáticas y saberes locales, convirtiéndose en una herramienta de empoderamiento ciudadano y fortalecimiento social.

Ureña (2013), “el periodismo comunitario es una forma de expresión popular. Consiste en que ciudadanos de cualquier oficio o profesión, sin remuneración económica, se organizan para divulgar temas que los afectan” (p. 10).

Desde esta perspectiva, comunicar periodismo comunitario implica fortalecer capacidades locales en producción audiovisual, escritura, edición y uso de tecnologías digitales, además de fomentar redes colaborativas entre comunidades, periodistas independientes y organizaciones sociales. De esta manera, se consolida un modelo de comunicación más horizontal, participativo y contextualizado, que contribuye a la defensa del ambiente y la sostenibilidad desde el territorio.

2.2.2.8. Impacto educativo y de sensibilización

Esta dimensión se refiere al efecto que tienen los contenidos del periodismo ecológico en la conciencia, actitudes y comportamientos de la audiencia respecto al medio ambiente. Evalúa si la información comunicada logra fomentar una cultura de responsabilidad ecológica.

Puig & Casa (2017) acotan, el impacto ambiental, por ser un reflejo manifiesto de los efectos de la conducta humana, se muestra como una herramienta educativa valiosa, con la que aprender acerca de las consecuencias reales de las acciones cotidianas,

tanto en la naturaleza como en la sociedad. (p. 104)

En este marco, el impacto ambiental representa una manifestación tangible de las acciones humanas sobre el entorno, por ende, el periodismo ecológico se convierte en el medio principal para visibilizar las diferentes consecuencias y promover una conciencia ambiental crítica. La aplicación de herramientas de la IA permitirá fortalecer este enfoque periodístico, debido a que facilitará la recolección, difusión y análisis de datos en tiempo real, provocando que la información para la ciudadanía sea más accesible y comprensible.

2.2.2.9. Capacidad de atención y concentración

Esta capacidad está siendo debilitada por el acceso constante a información digital, ya que la exposición continua a múltiples estímulos en línea dificulta mantener el foco prolongado en una actividad, alterando la estructura cognitiva de las personas.

Sánchez (2019) define, “la concentración como acto sucede a la atención y su esencia es de mayor complejidad por cuanto debe aislar el objeto de la atención, sin embargo, sin atención el proceso de concentración se hace más difuso, casi inexistente” (p. 53)

En el ámbito del periodismo ecológico, lograr una conexión con los problemas ambientales es más que captar la atención del público, es necesario concentrar su percepción en mensajes específicos, profundos y contextualizados. En este sentido, la IA sería una herramienta de gran ayuda para fomentar esta concentración, generando contenidos visuales y/o mensajes personalizados para todo público con el fin de no solo atraer la atención, sino tener un enfoque sostenido en los problemas ecológicos.

2.2.2.10. Memoria y retención de información

El periodismo ecológico tiene el potencial de fomentar el pensamiento crítico en el público al destacar datos verificables y presentar diferentes perspectivas sobre los problemas ambientales.

Jáuregui & Razumiejczyk (2011) definen, “la memoria a corto plazo no es solamente un sistema de retención de información, sino que funciona como sitio de interpretación y organización, de allí que sea denominada también memoria operativa” (p. 36)

La manera en que los diversos contenidos ambientales son presentados influye

directamente en la capacidad del público para comprender y actuar ante los problemas ecológicos. La aplicación de IA en el periodismo ecológico permitirá elaborar mensaje adaptados a los límites de la memoria operativa de las personas, organizando la información de una forma visual y significativa.

2.3 Marco Legal

2.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2021)

Sección III: Comunicación e información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión pública, privada y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- 5.- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (Constitución de la República del Ecuador 2008, 2008, art. 16)

Capítulo VII

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblos o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (Constitución de la República del Ecuador 2008, 2008, art. 71)

Sección VII: COMUNICACIÓN SOCIAL

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa, y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integran voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

Capítulo II Biodiversidad y recursos naturales

Sección I: Naturaleza y ambiente

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

- 1.- El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
- 2.- Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
- 3.- El estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
- 4.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 71, 384, 395)

2.3.2. CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE (2022)

TÍTULO III Régimen de responsabilidad ambiental

Art. 10.- de la responsabilidad ambiental. El estado, las personas naturales y jurídicas, así como las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, tendrán la obligación jurídica de responder por los daños o impactos ambientales que hayan causado, de conformidad con las normas y los principios ambientales establecidos en este Código.

Art.- 11 responsabilidad objetiva. De conformidad con los principios y garantías

ambientales establecidas en la Constitución, toda persona natural o jurídica que cause daño ambiental tendrá responsabilidad objetiva, aunque no exista dolo, culpa o negligencia.

Los operadores de las obras, proyectos o actividades deberán mantener un sistema de control ambiental permanente e implementarán todas las medidas necesarias para prevenir y evitar daños ambientales, especialmente en las actividades que generan mayor riesgo de causarlos.

CAPÍTULO III Instrumento del sistema nacional descentralizado de gestión ambiental

Art. 16.- De la educación ambiental. La educación ambiental promoverá la concienciación, aprendizaje y enseñanza de conocimientos, competencias, valores, deberes, derechos y conductas en la población, para la protección y conservación del ambiente y el desarrollo sostenible. Será un eje transversal de las estrategias, programas y planes de los diferentes niveles y modalidades de educación formal y no formal.

Art. 18.- Participación ciudadana en la gestión ambiental. La participación ciudadana en la gestión ambiental para la deliberación pública entre el estado, en sus diferentes niveles de gobierno y la sociedad, se canalizará mediante los mecanismos contemplados en la Constitución y la ley, tales como:

- 1.- El Consejo Ciudadano Sectorial, para el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental; y,
- 2.- Consejo Consultivo Locales, para la formulación, observación, seguimiento, veeduría y evaluación de las políticas públicas en materia ambiental de Gobiernos Autónomos Descentralizados. Estos Consejos se integrarán por representantes de la sociedad civil, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos de la circunscripción territorial que corresponda, de conformidad con la ley. (Código Orgánico del Ambiente, 2017, art. 10, 11, 16, 18)

2.3.3. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (2013)

TÍTULO I Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la desconcentración de frecuencias, protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e

ideas de toda índole a través de medios de comunicación. La presente Ley será aplicable a toda persona natural o jurídica que se encuentre o actúe en el territorio ecuatoriano en el ejercicio de los derechos a la comunicación.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio o vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Para el efecto, no se considerarán medios de comunicación al espectro radioeléctrico, ya que las mismas son concesionadas por el Estado.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, art. 1, 5, 7,

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

El enfoque mixto se empleó en esta investigación puesto que responde a la necesidad de comprender el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico aplicado a la sensibilización ambiental en el balneario de Ballenita. Involucrando tanto comportamientos cuantificables como actitudes, percepciones y significados sociales.

Hernández et al. (2014) mencionan, “la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532)

En base a lo mencionado por el autor y en el contexto de esta investigación, esta perspectiva es fundamental, debido al fenómeno que se estudia donde se implica tanto medir aspectos concretos como comprender experiencias humanas complejas. El uso del enfoque mixto es pertinente en esta investigación, ya que, aborda una realidad compleja donde confluyen aspectos tecnológicos, comunicacionales, sociales y ambientales.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.3. Investigación descriptiva y correlacional

Se implementó la investigación descriptiva, porque se busca describir de manera precisa y sistemática la población, fenómeno o situación, sin establecer relaciones de causa y efecto. Por otro lado, el carácter correlacional permitió el análisis que tiene la implementación de la inteligencia artificial dentro del periodismo ecológico.

Descriptiva

Vizcaíno et al. (2023) “la investigación descriptiva se caracteriza por describir un fenómeno o situación de manera detallada, creando una representación precisa de eventos, personas o lugares” (p. 9738)

Por su parte, Arias y Covinos (2021) mencionan “el alcance correlacional estudia el comportamiento de una variable según la otra. Dentro de este alcance se plantean hipótesis correlacionales, no se plantean como variables independientes

o dependientes” (p. 71)

Los tipos de investigación aportarán significativamente a la investigación, por un lado, el enfoque descriptivo permitirá detallar la aplicación de herramientas de IA en la generación y difusión de contenidos ambientales. Por otro lado, el enfoque correlacional buscará la relación en el uso de estas tecnologías y el nivel de impacto o concienciación ambiental que ha logrado generar en la comunidad local.

3.3. Diseño de Investigación

En esta investigación se utilizó un diseño no experimental. La decisión se tomó en base a la necesidad de estudiar los fenómenos tal cuál ocurre en su entorno natural, sin tener que manipular las variables.

Ruano et al. (2023) señalan “el diseño no experimental no manipula la variable independiente, es útil para obtener información descriptiva y correlacional. Además, no permite establecer causales entre las variables” (p. 49)

El diseño empleado contribuyó a la investigación, debido a que se respetó la naturaleza del fenómeno, ya que, facilitó la comprensión del impacto de la inteligencia artificial en la generación y difusión de mensajes ecológicos, sin necesidad de interferir ni alterar el entorno de los actores involucrados.

3.4. Alcance de la Investigación

El presente estudio tendrá un alcance descriptivo correlacional, debido a que se buscará analizar como la implementación de herramientas de inteligencia artificial influye en la rama del periodismo ecológico, en el contexto del balneario de Ballenita. La investigación se centrará en identificar las herramientas de IA que pueden ser utilizadas en la producción de contenidos ambientales, evaluando el impacto en los habitantes del sector.

Con este estudio se determinará si la inteligencia artificial mejora la calidad y efectividad de los mensajes ecológicos, si influye o no en la conciencia de la comunidad en la preservación de su entorno natural.

3.5. Tabla 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica del levantamiento de información
<p>Variable Independiente: Inteligencia Artificial</p>	<p>La inteligencia artificial es el diseño y uso de agentes inteligentes capaces de percibir, razonar y actuar en entornos específicos.</p>	<p>D1: Producción automatizada de contenidos D2: Personalización del mensaje D3: Impacto visual y emocional D4: Distribución del contenido D5: Compromiso social</p>	<p>I1. Uso de algoritmos en la creación de mensajes, su velocidad y eficiencia en la creación. I2. Adaptación a perfiles del público objetivo y relevancia del contenido. I3. Diseño visual del contenido y efecto emocional en la audiencia I.4 Canales y accesibilidad del mensaje I.5 Participación en redes sociales y</p>	<p>1 ¿Considera que los mensajes ambientales que ha visto en medios digitales parecen creados de manera automatizada o avanzada? 2 ¿Considera que los mensajes digitales sobre sensibilización ambiental están diseñados para personas como usted? 3 ¿Qué tan atractivo le resulta el diseño visual (¿imágenes, videos) del contenido ambiental en medios digitales? P4. ¿Por qué medios (redes sociales, blogs, apps) ha recibido información ambiental sobre la playa de Ballenita? P5. ¿Ha interactuado (comentado, compartido, reaccionado) con</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>

			respuestas a llamados a la acción	publicaciones relacionadas con la sensibilización ambiental en Ballenita?	
Variable Dependiente: Periodismo Ecológico	El periodismo ecológico es una forma de contar noticias que habla sobre la naturaleza, el cuidado del planeta, los animales y los recursos que usamos, ayudando a que las personas entiendan la importancia de proteger el medio ambiente.	D1: Cobertura temática ambiental D2: Participación comunitaria en el periodismo D3: Impacto educativo y de sensibilización D4: Capacidad de atención y concentración D5. Memoria y retención de información	I1. Frecuencia de publicación sobre temas ecológicos. I2. Nivel de participación ciudadana en la producción de contenidos ambientales I3. Nivel de concienciación ambiental generado en la audiencia. I4: Eficacia de los formatos narrativos para captar la atención sobre temas ambientales. I5: Nivel de retención de la información ambiental transmitida	P1. ¿Con qué frecuencia los medios locales abordan problemáticas ambientales en sus contenidos? P2. ¿Qué tan activa es la participación de la comunidad en la generación de noticias sobre el medio ambiente? P3. ¿Qué cambios de conciencia ambiental se observan en la audiencia tras consumir contenidos ecológicos? P4. ¿Qué tan efectivos son los recursos narrativos utilizados para mantener la atención del público sobre los temas ambientales? P5. ¿Qué tanto recuerda y comprende la audiencia la información sobre problemas ambientales presentada por los medios?	Encuesta Entrevista

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

3.6.3. Población

Todas las investigaciones que se realicen deben definir sutilmente su población y muestra, con el propósito de validar los resultados. Bajo este contexto, la población estuvo conformada por habitantes y comerciantes que residen dentro de la localidad, con el fin de conocer que tan familiarizados están con el uso de la inteligencia artificial dentro del balneario. Cuya población actual es de 5.000 habitantes aproximadamente, conformadas por residentes y comerciantes de la zona.

Álvarez & Carballo (2021) definen “la población es el total del conjunto, seres u otros objetos que conformaran la investigación, de los cuales se estudia una fracción, permitiendo reunir características de igual proporción” (p. 48)

Esta elección no solo facilitó la recolección de datos, además, permitió evaluar el nivel de conocimientos y percepción que tienen los involucrados, referente al uso de las herramientas de inteligencia artificial aplicadas al periodismo ecológico. De esta manera, los hallazgos dentro de la investigación servirán para la orientación de futuras estrategias de sensibilización y difusión ecológica.

3.6.2. Muestra

En esta investigación se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que de esta forma se seleccionaran a participantes accesibles en el momento del estudio. Además, dado que la cifra de los habitantes y comerciantes que actualmente residen dentro del balneario es aproximada, este tipo de muestreo resultó funcional.

Hernández (2021) “la muestra se elige de acuerdo con la conveniencia del investigador, lo que permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio” (p. 2)

Este método nos permitirá seleccionar a personas que conozcan la problemática ambiental que reside en la playa de Ballenita, obteniendo información precisa y relevante.

3.6.3. Tamaño de muestra

La presente investigación se desarrolló bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia, por motivo de la limitación de tiempo disponible para el levantamiento de datos y la facilidad de acceso a los involucrados. Se seleccionó una muestra de 73 personas,

debido a que este grupo de participantes estuvo dispuesto a participar dentro del tiempo requerido que llevo a cabo la investigación. Permitiendo la obtención de información de manera rápida y eficiente, dentro del tiempo estipulado por el cronograma del trabajo.

3.6.4. Periodo de estudio

El periodo de estudio se desarrolló entre los meses de febrero y abril del presente año. Durante este tiempo se planificó y ejecutó la recolección de datos, incluyendo los instrumentos de levantamiento de información como encuesta y entrevista.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

La selección adecuada de técnicas garantizará la validez y pertinencia de la información recopilada, teniendo como resultado que el investigador interprete los datos con mayor rigurosidad, de esta manera fundamentar mejor sus conclusiones.

3.7.3. Entrevista

Se aplicará una entrevista semiestructurada a un comunicador. Se eligió esta técnica cualitativa para obtener una visión profunda sobre el rol de la inteligencia artificial en el periodismo ambiental, desde el punto de vista de quienes viven o trabajan directamente con estas temáticas.

March et al. (1999) menciona, la técnica de la entrevista es una herramienta útil para conocer comportamientos, conocimientos, experiencias, opiniones, creencias, sentimientos, sensaciones u otros aspectos de personas o instituciones. Su objetivo consiste en descubrir en detalle el esquema de significados del entrevistado, llegando más allá de la superficie del tema de discusión. (p. 314)

Las preguntas estuvieron orientadas a explorar la percepción sobre los beneficios y riesgos del uso de IA en la cobertura de temas ecológicos, la credibilidad de los medios, la visualización del futuro del periodismo ambiental, y las estrategias más efectivas para comunicar en contextos locales.

3.7.4. Encuesta

En este trabajo se aplicará una encuesta estructurada a una muestra de 73 personas pertenecientes a la población de Ballenita, entre ellos residentes permanentes, comerciantes y turistas.

Hueso & Cascant (2012) “la encuesta, mediante la utilización de un cuestionario

estructurado o conjunto de preguntas, permite obtener información sobre una población a partir de una muestra”. (p. 21)

La encuesta tuvo como finalidad recoger datos cuantificables sobre la percepción ciudadana respecto al uso de inteligencia artificial en el periodismo ambiental, así como medir el nivel de aceptación, familiaridad y disposición hacia este tipo de innovación tecnológica en el entorno local. Se utilizaron principalmente preguntas cerradas con escala tipo Likert.

4. ANALISIS DE RESULTADO

El análisis de los datos obtenidos mediante entrevistas y encuestas evidencia una percepción favorable hacia la incorporación de inteligencia artificial en el periodismo ecológico, siempre que su uso se mantenga ético, transparente y contextualizado. Mientras el enfoque cualitativo permite profundizar en los valores, preocupaciones y expectativas de los actores locales, el enfoque cuantitativo ofrece indicadores claros sobre el grado de aceptación de estas tecnologías por parte de la comunidad de Ballenita.

4.1 Análisis e interpretación de resultados del enfoque cualitativo

En este apartado se presenta las entrevistas semiestructuradas ofrecieron una mirada en profundidad sobre las percepciones, experiencias y proyecciones del uso de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico, desde voces locales relevantes. Además, se destacó que la IA permitiría detectar patrones ecológicos complejos y visualizarlos de forma comprensible para la ciudadanía, contribuyendo así a una mejor sensibilización ambiental.

4.2 Análisis e interpretación de resultados del enfoque cuantitativo

Para el análisis cuantitativo se consideró la información obtenida mediante la encuesta estructurada, aplicada a una muestra de habitantes, comerciantes y turistas del balneario de Ballenita, proporcionó evidencia estadística que permitió medir actitudes, niveles de conocimiento y disposición frente al uso de tecnologías emergentes en procesos comunicacionales vinculados al ambiente.

TABLA 1 ¿CONSIDERA QUE LA GENERACIÓN DE IMÁGENES CON IA FORTALECE LAS PRÁCTICAS DE PERIODISMO AMBIENTAL?

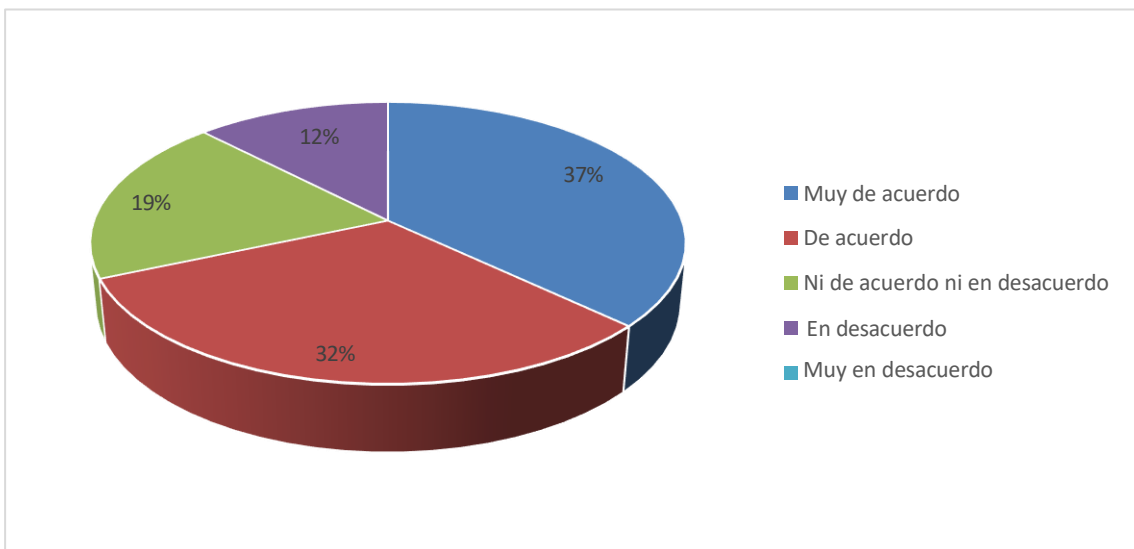
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	27	37%
De acuerdo	23	31.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	19.2%
En desacuerdo	9	12.3%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 1. OPINIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA IA EN LA PRESERVACIÓN AMBIENTAL



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Una gran parte de los encuestados (37%) expresó estar de acuerdo en que la inteligencia artificial puede ser una herramienta útil para la conservar el medio ambiente. Esto genera una impresión aceptada respecto al uso de la IA.

TABLA 2 ¿ESTARÍA DE ACUERDO DE RECIBIR INFORMACIÓN GENERADA POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PROCESOS DE COMUNICACIÓN?

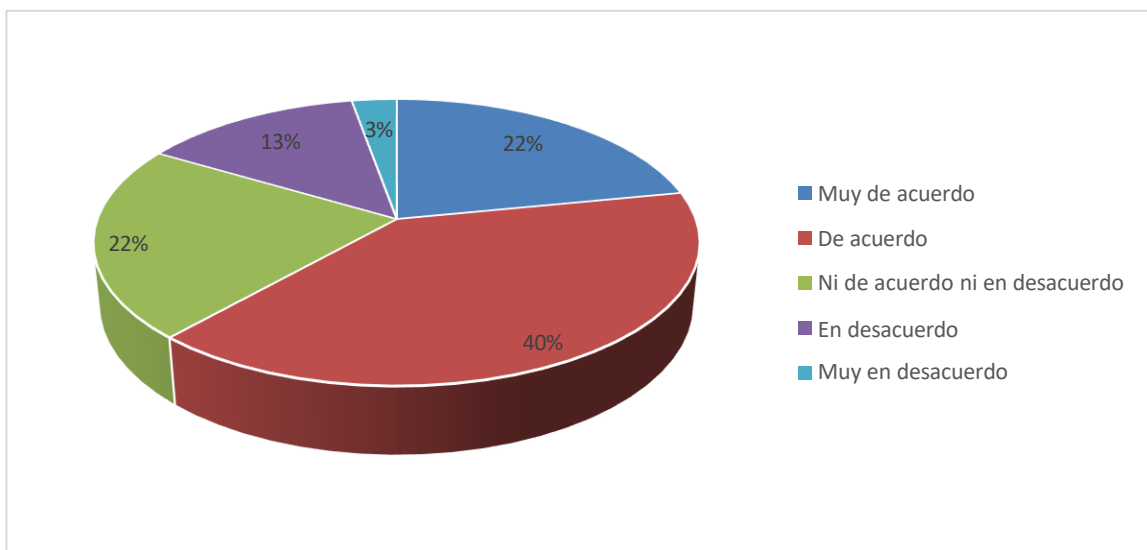
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	16	21.9%
De acuerdo	29	39.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	21.9%
En desacuerdo	10	13.7%
Muy en desacuerdo	2	2,8%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 2. APRECIACIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA CREACIÓN DE CONTENIDO AMBIENTAL COMUNITARIO.



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Un 40% de los encuestados considera que la inteligencia artificial puede facilitar la generación de contenido en procesos de comunicación.

TABLA 3 ¿ESTÁ DE ACUERDO CON QUE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PODRÍA APOYAR INICIATIVAS LOCALES EN ÁREAS COMO TURISMO, EDUCACIÓN O CULTURA EN BALLEINITA?

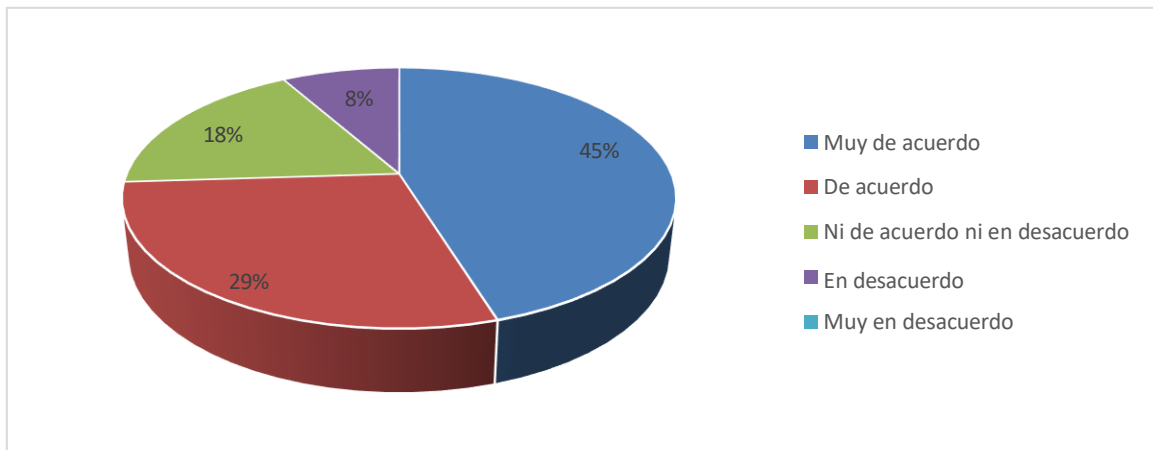
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	33	45.2%
De acuerdo	21	28.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	17.8%
En desacuerdo	6	8.2%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 3. PERCEPCIÓN DE LOS COMUNEROS CREEN QUE TUVIERAN INICIATIVAS LOCALES AL IMPLEMENTAR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

El 45% de los comuneros encuestados está muy de acuerdo que implementando esas herramientas incrementarían actividades locales en el sector.

TABLA 4 ¿CONSIDERA QUE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PUEDE AYUDAR A DETECTAR NOTICIAS FALSAS (FAKE NEWS)?

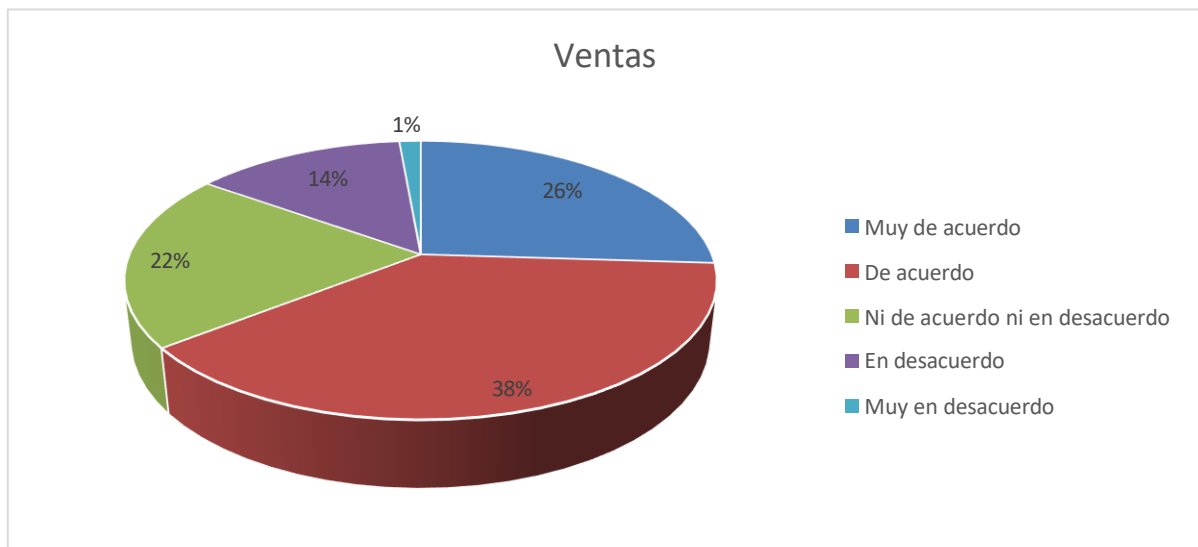
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	19	26%
De acuerdo	28	38.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.5%
En desacuerdo	10	13.7%
Muy en desacuerdo	1	1.4%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 4. PERCEPCIÓN SOBRE EL ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA IDENTIFICACIÓN DE NOTICIAS FALSAS



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

Un 38,4% de los encuestados están de acuerdo sobre el uso de la inteligencia artificial como herramienta de verificación en el ámbito informativo.

TABLA 5 ¿CREE QUE LA COMUNIDAD INTERACCIONA (COMENTA, COMPARTE, REACCIONA) EN PUBLICACIONES RELACIONADAS CON LA SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL Y GENERADAS POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL?

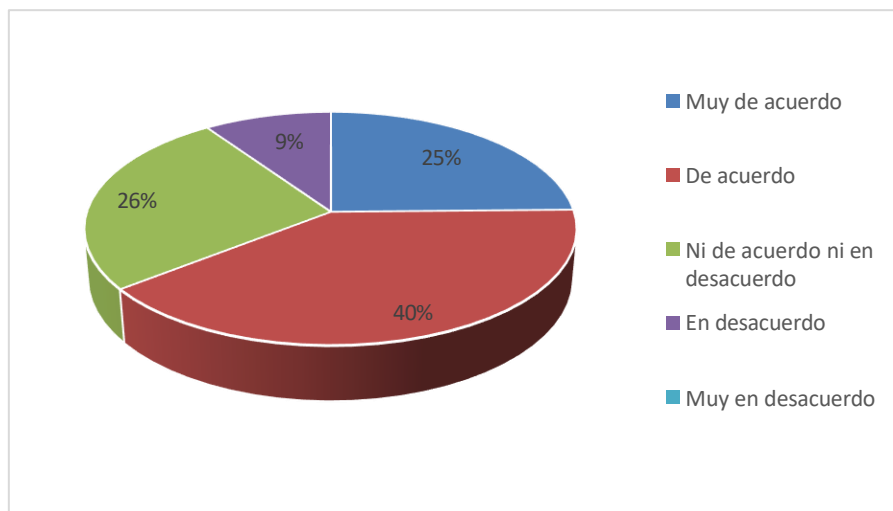
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	18	24.7%
De acuerdo	29	39.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	26%
En desacuerdo	7	9.6%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 5. PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN PUBLICACIONES DE CONCIENCIA AMBIENTAL GENERADAS POR IA



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

El 64,4% de los encuestados tienen en cuenta que la comunidad si interactúan con publicaciones sobre sensibilización ambiental creadas con herramientas artificiales. Esta preferencia requiere que hay cierta reserva o desconocimiento en el uso de la IA en contenidos ambientales.

TABLA 6 ¿EXISTE UNA FRECUENCIA SOSTENIDA EN EL TRATAMIENTO DE PROBLEMÁTICAS AMBIENTALES POR PARTE DE LOS MEDIOS LOCALES EN SU PROGRAMACIÓN INFORMATIVA?

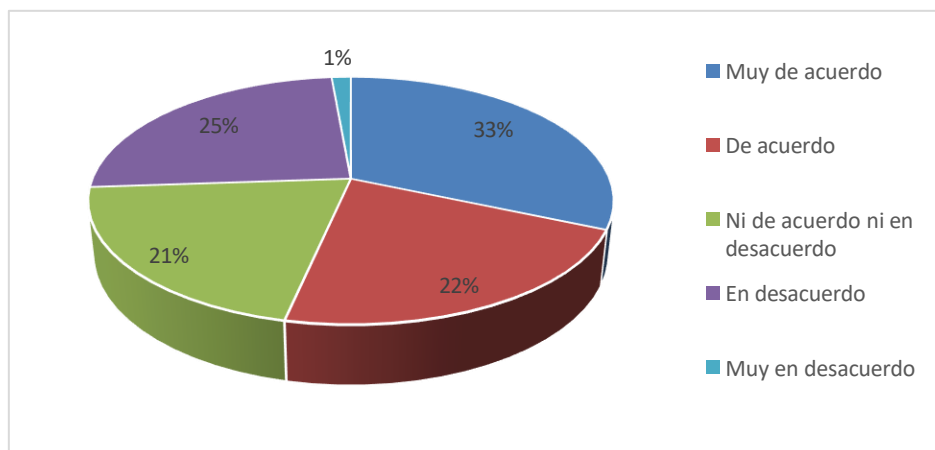
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	31.5%
De acuerdo	16	21.9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.5%
En desacuerdo	18	24.7%
Muy en desacuerdo	1	1.4%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 6. FRECUENCIA DEL TRATAMIENTO DE PROBLEMÁTICAS AMBIENTALES EN LOS MEDIOS LOCALES



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

Los datos obtenidos revelan una percepción dividida entre los encuestados respecto al tratamiento continuo de las problemáticas ambientales en los medios locales. Un 22% De acuerdo y 33% Muy de acuerdo consideran que existe una frecuencia sostenida y 25% En desacuerdo con 1% Muy desacuerdo, se evidencia una parte de encuestados perciben irregularidad en la cobertura ambiental.

TABLA 7 ¿CREE QUE EL CONSUMO INFORMATIVO DE TEMAS AMBIENTALES CRECE EN LA ACTUALIDAD?

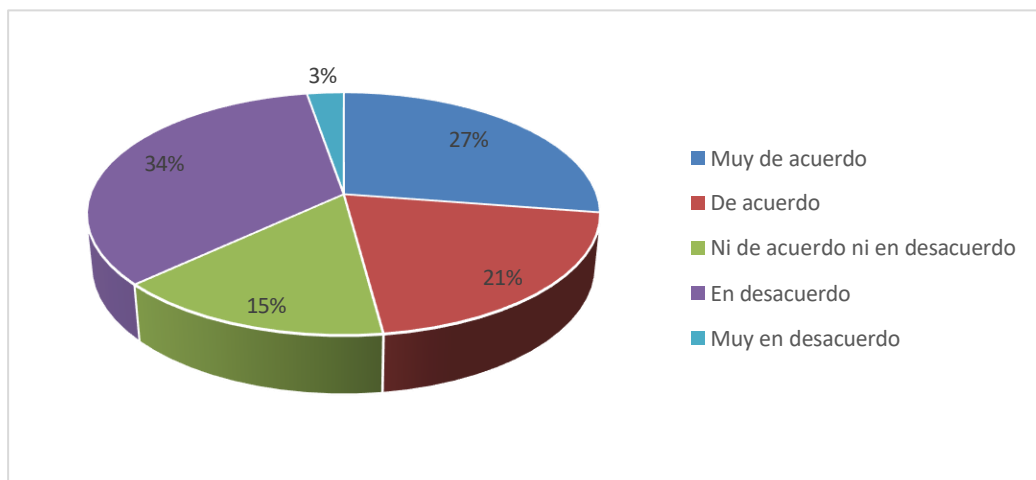
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	20	27.4%
De acuerdo	15	20.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	15.1%
En desacuerdo	25	34.2%
Muy en desacuerdo	2	2.7%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 7. PERCEPCIÓN DEL CRECIMIENTO EN EL CONSUMO DE INFORMACIÓN AMBIENTAL



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

El 34% de los comuneros encuestados están en desacuerdo que el consumo de informativo de temas ambientales crece en la actualidad, es posible que esta incertidumbre esté asociada con la falta de estrategias de difusión efectivas por parte de los medios.

TABLA 8 ¿CONSIDERA QUE EL CONSUMO DE CONTENIDO ECOLÓGICO GENERA UN CAMBIO EN LA CONCIENCIA AMBIENTAL DE LA AUDIENCIA?

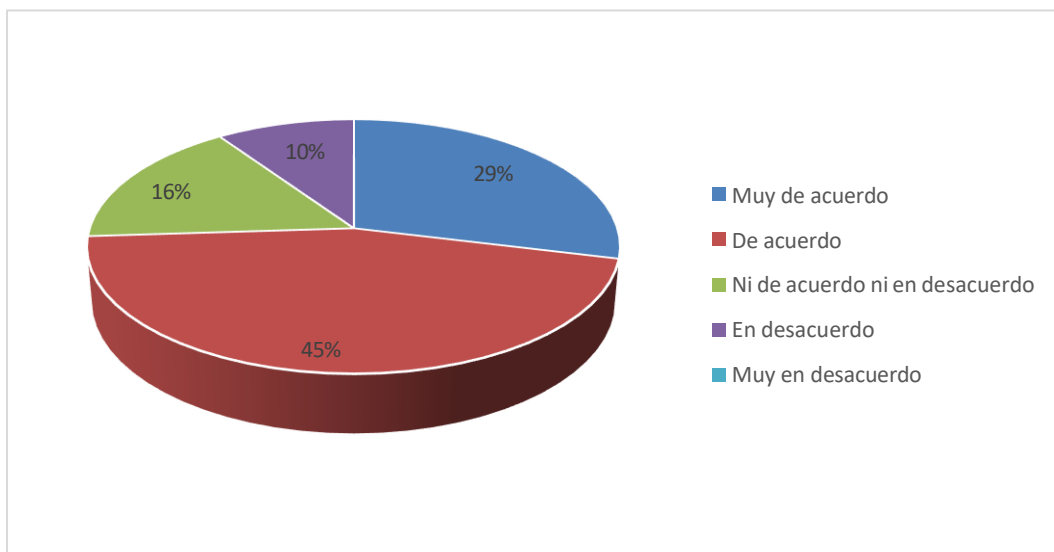
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	21	28.8%
De acuerdo	33	45.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	16.4%
En desacuerdo	7	9.6%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 8. IMPACTO DEL CONTENIDO ECOLÓGICO EN LA CONCIENCIA AMBIENTAL DE LA AUDIENCIA.



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación

Los resultados son positivos con un 45% De acuerdo y un 29% Muy de acuerdo que afirman que el consumo de contenidos ecológico aporta a la concienciación ambiental.

TABLA 9 ¿PIENSA QUE LOS RECURSOS NARRATIVOS UTILIZADOS POR LOS DIFERENTES MEDIOS PARA MANTENER LA ATENCIÓN DE LA AUDIENCIA SOBRE TEMAS AMBIENTALES SON EFECTIVOS?

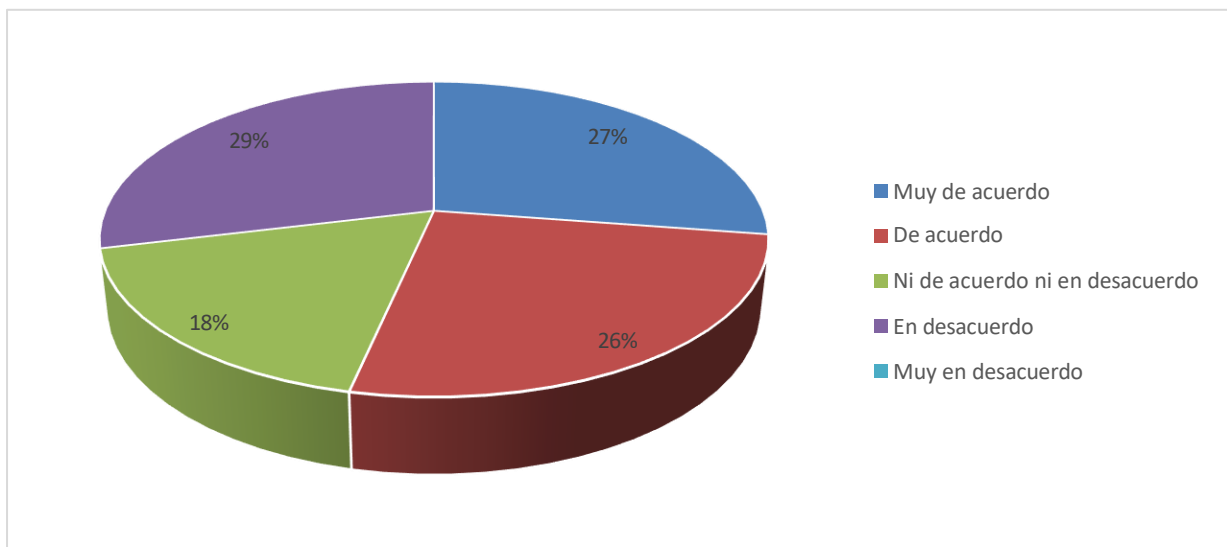
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	20	27.4%
De acuerdo	19	26%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	17.8%
En desacuerdo	21	28.8%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 9. EFECTIVIDAD DE LOS RECURSOS NARRATIVOS UTILIZADOS POR LOS MEDIOS EN TEMAS AMBIENTALES



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

El nivel de acuerdo (Muy de acuerdo + De acuerdo) alcanza un 53,4% lo que se considera más de la mitad de los encuestados consideran la efectividad de los recursos narrativos eficaces.

TABLA 10 ¿CONSIDERA QUE LA AUDIENCIA RECUERDA Y COMPRENDE LA INFORMACIÓN SOBRE PROBLEMAS AMBIENTALES PRESENTADA POR LOS MEDIOS?

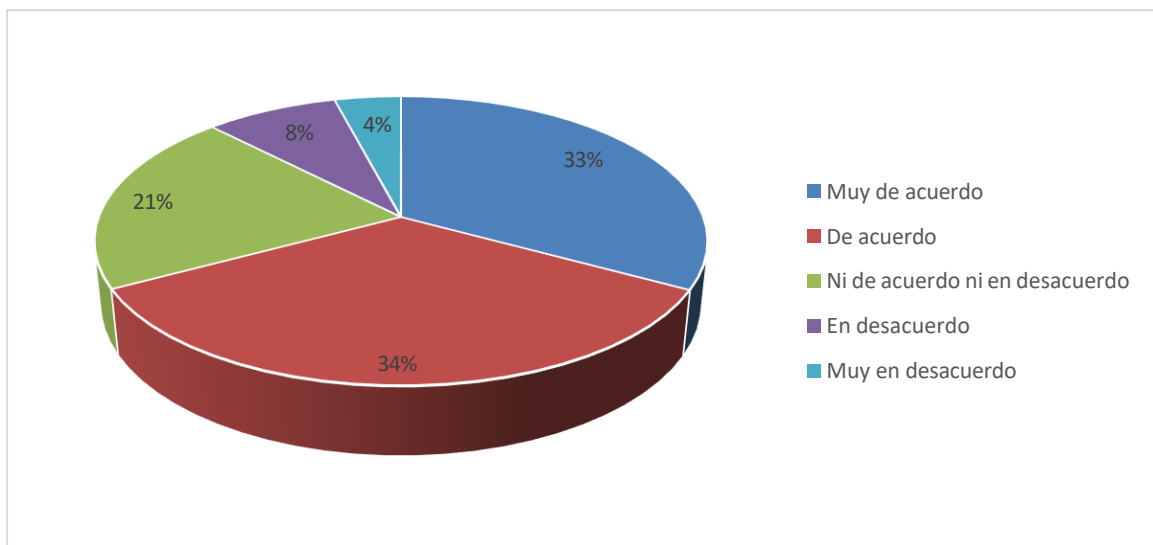
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	24	32.9%
De acuerdo	25	34.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.5%
En desacuerdo	6	8.2%
Muy en desacuerdo	3	4.1%
Total	73	100%

Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

FIGURA 10. VISUALIZACIÓN DE NIVEL DE RECUERDO Y COMPRENSIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL POR PARTE DE LOS USUARIOS



Fuente: Comuneros de Ballenita

Elaborado por: Oyola Camila y Sabando Carlos

Fecha: junio 2025

Análisis de interpretación.

Una amplia mayoría de los encuestados (34.2%) afirma que la audiencia si recuerda y comprende la información presentada, lo que sugiere que los contenidos ambientales logran un nivel de comprensión aceptable. Un 21% se muestra neutral y el 12,3 % está en desacuerdo o muy desacuerdo. Estos resultados refuerzan la idea que, cuando los contenidos ambientales son difundidos alcanzan a retener en la audiencia de forma significativa, habilitando la posibilidad de mejorar.

4.2. Análisis de resultado: Entrevista

A continuación, se presenta los resultados obtenidos a partir del enfoque cualitativo, mediante la aplicación de una guía de preguntas dirigidas a periodistas ambientales y representantes de medios digitales y comunitarias que operan en el cantón Santa Elena, con énfasis en el sector de Ballenita. El objetivo de este instrumento fue evaluar las perspectivas, experiencias y criterios sobre la implementación de inteligencia artificial en el periodismo ecológico en las coberturas realizadas en la playa de Ballenita durante el año 2024.

Entrevistado 1

Apellidos y nombres	Domínguez Cruz Erwin José
Especialidad	Licenciado en Comunicación Social
Entrevistador	Oyola Camila y Sabando Carlos
Fecha	7/Junio/2025

Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre

Variable	Pregunta	Respuesta única representativa	Observaciones /triangulación	Análisis teórico
Inteligencia artificial	¿Cree que la inteligencia artificial puede contribuir a reducir los sesgos en la cobertura de temas ambientales?	Si, de hecho, la inteligencia artificial puede ayudar a reducir diferentes sesgos dentro de la cobertura ambiental siempre y cuando nos refiramos al análisis de datos de manera objetiva, lenguaje un poco tedioso y asimismo diversificar las fuentes.	La respuesta destaca la capacidad de la inteligencia artificial para suprimir prejuicios humanos. Es válida la idea de que la IA, al momento de automatizar la información, puede reducir sesgos siempre y cuando se base en algoritmos de fuentes diversas.	(Ntoutsis et al., 2020) El sesgo entra en los sistemas de IA y cómo se manifiesta en los datos que comprenden la entrada a los algoritmos de IA.
	¿Qué tipo de contenidos considera más adecuados para ser automatizados mediante inteligencia artificial?	Bueno, de manera concreta los contenidos más adecuados son reportes, resúmenes y boletines que están basados en datos, debido a que son muy estructurados y repetitivos.	Esta respuesta es coherente. Los contenidos como reportes o boletines son esenciales para la automatización. Esto se respalda en base al funcionamiento eficiente de la IA con datos	Es capaz de analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones, generar informes y hacer predicciones basadas en información real y actualizada, algo fundamental para optimizar cada eslabón del proceso. (Ayerdi, 2025)

			cuantificables.	
	¿Cree que la inteligencia artificial puede reforzar la credibilidad de los medios ambientales o podría debilitarla?	En este caso, la inteligencia artificial si podría reforzar la credibilidad del medio ambiente, siempre y cuando se use de manera transparente y basado en datos y fuentes confiables.	La credibilidad en base a la inteligencia artificial aumenta siempre y cuando su uso sea transparente. La respuesta adopta una postura crítica y optimista.	La tecnología de inteligencia artificial aporta grandes beneficios en muchos ámbitos, pero sin unas barreras éticas corre el riesgo de reproducir los prejuicios y la discriminación del mundo real, alimentar las divisiones y amenazar los derechos humanos y las libertades fundamentales. (Abellán López, 2022)
	¿Cómo visualiza el futuro del periodismo ambiental con la integración progresiva de herramientas basadas en inteligencia artificial?	El futuro del periodismo ambiental enlazado con la inteligencia artificial se lo visualiza de manera más ágil y precisa, con una mayor facilidad para detectar tendencias y poder corroborar la información.	La respuesta es coherente, debido a que el uso de IA dentro del periodismo ecológico es prometedor. Teóricamente, se afirma que la inteligencia artificial mejora la eficiencia en la cobertura de temas ambientales.	Las tecnologías de IA han impulsado significativamente el periodismo al permitir la automatización, el análisis rápido y la optimización de los procesos de verificación. (Tiltack, 2025)
	Desde su experiencia, ¿la inteligencia artificial puede facilitar el análisis de datos ambientales complejos para	Sí, de hecho, la inteligencia artificial facilita el análisis de datos ambientales y de igual forma ayuda a visualizar y traducir información técnica en contenido mucho más claro y accesible para el público.	La respuesta se triangula debido a la capacidad de las diferentes herramientas para traducir información técnica en narrativas accesibles.	Herramientas como los sistemas de procesamiento del lenguaje natural (PLN), chatbots, asistentes virtuales y plataformas de visualización interactiva, la IA permite convertir resultados

	hacerlos comprensibles al público?			científicos complejos en mensajes claros, visuales y accesibles. (Luccioni et al., 2021)
Periodismo ecológico	¿Qué dificultades enfrentan los periodistas al investigar problemas ecológicos en zonas rurales o de difícil acceso?	Una de las principales dificultades que normalmente enfrentan es la conectividad limitada, riesgos físicos y la escasez de fuentes que sean confiables, asimismo, barreras culturales o en muchos casos, barreras lingüísticas.	La respuesta transmite situaciones reales. Las barreras culturales, riesgos físicos e infraestructura limitada son obstáculos frecuentes. Desde los antecedentes de esta investigación se corrobora que bajo el contexto local se condiciona el acceso y la calidad informativa.	El impacto que estas herramientas pueden tener en el fortalecimiento de la participación comunitaria, la toma de decisiones informada y el impulso a la economía local. (Bravo Quijije, 2024)
	¿Qué estrategias considera más efectivas para comunicar temas ambientales a diferentes públicos (urbano, rural, joven, adulto)?	Una de las estrategias que es muy efectiva sería el uso de ejemplos locales, combinar información con emociones y asimismo aprovechar medios como las redes sociales, radios y talleres presenciales según público objetivo.	La respuesta se alinea teniendo en cuenta que el mensaje debe adaptarse según el público objetivo. Hace mención a que se debe combinar lo emocional con los medios adecuados como talleres, redes sociales para mejorar el impacto del mensaje.	No sólo parte de una estrategia internacional para proteger y conservar la biodiversidad y mitigar los efectos del cambio climático, sino que son también una forma de crear identidad y reafirmar quiénes somos y dónde vivimos. (Fansa Vega, 2023)
	¿Cuál es su visión sobre el uso de recursos visuales (fotografía, video, infografía) en la	Son recursos muy importantes en la comunidad ambiental porque gracias a ellos facilitan la comprensión, generando un gran impacto emocional y	Los recursos audiovisuales influyen mucho en la retención del mensaje generando empatía. La respuesta destaca el impacto	(Carrillo Quiroga et al., 2022) Las opiniones y actitudes sobre el medioambiente están influenciadas no solo por la experiencia directa de la

	comunicación ambiental?	ayuda a que la información sea mucho más atractiva.	emocional, promoviendo el periodismo visual como una herramienta clave para la sensibilización ambiental.	naturaleza sino por los medios de comunicación, la exposición a noticias ambientales, campañas de concientización, investigaciones sobre temas ambientales, entre otros.
	¿Qué estrategias se aplican en el periodismo ecológico local para captar la atención del público frente a una sobrecarga de información digital?	Aplicar estrategias como contar historias con un enfoque humano, usar también testimonios cercanos y producir contenidos breves y visuales con la colaboración de los líderes comunitarios.	La participación comunitaria y el contenido personalizado son claves para mantener la atención del espectador.	La creación de historias relevantes implica adaptar el mensaje a las necesidades y características específicas de la audiencia, utilizando un lenguaje y formatos que resuenen los valores. (Gálvez de la Cuesta et al., 2024)
	¿Cómo se puede evaluar si una cobertura ambiental ha logrado sus objetivos de sensibilización?	Se puede evaluar el impacto que tuvo la cobertura ambiental mediante las encuestas, también mediante el análisis de interacciones en las redes sociales o por último el cambio en el comportamiento del público tras la difusión del contenido.	El uso de encuestas es una práctica común dentro de los estudios comunicacionales. La idea es respaldada por el requerimiento de medir el impacto de los indicadores, tanto en el alcance y el cambio de actitud.	Las encuestas proporcionan una manera eficiente y sistemática de recolectar información de grandes poblaciones sobre variables clave de comunicación, incluyendo el nivel de exposición, la comprensión del mensaje y las actitudes resultantes. (Tigrero González, 2022)

Fuente: Lic. Erwin José Domínguez Cruz

Elaborado por: Oyola Flores Camila Natalia y Sabando Toledo Carlos José

Fecha: 7/Junio/2025

5. DISCUSIÓN

- Dentro del marco de esta investigación se identificaron ciertas preguntas (encuesta y entrevista) donde se puede visualizar con mayor precisión el núcleo de la problemática a estudiar. La encuesta estaba conformada por 10 preguntas, donde la pregunta más reveladora fue: ¿Considera que la inteligencia artificial puede ayudar a detectar noticias falsas (fake news)? Donde el 38.4% de los encuestados respondieron de forma afirmativa, demostrando una aceptación por parte de los involucrados sobre el uso de la IA como una herramienta de verificación y confiabilidad en la difusión de contenido medioambiental. Estos datos son relevantes, debido a que parte del problema está relacionado con la desinformación y la poca cobertura sobre la contaminación que provocan los residuos de los comerciantes ambulantes. La confiabilidad y credibilidad de las noticias es vital para la sensibilización de la comunidad.
- Además, otra pregunta significativa fue: ¿Cree que la comunidad interacciona (comenta, comparte, reacciona) en publicaciones relacionadas con la sensibilización ambiental y generadas por inteligencia artificial? Donde un 64.4% respondió afirmativamente. Evidenciando el potencial de la IA en la generación de contenidos que promuevan la participación comunitaria, uno de los principales objetivos del periodismo ecológico.
- Por el lado de las entrevistas, una pregunta destacable fue: ¿Cómo visualiza el futuro del periodismo ambiental con la integración progresiva de herramientas basadas en inteligencia artificial? La respuesta concuerda con los fundamentos de la investigación, destacando la capacidad de la inteligencia artificial para la automatización de procesos, facilitando el análisis y la generación de contenidos ambientales significativos para el público objetivo.
- Desde la perspectiva del periodismo ecológico, la pregunta clave fue: ¿Considera que el consumo de contenido ecológico genera un cambio en la conciencia ambiental de la audiencia? Obteniendo el 74% de respuestas positivas, dividido entre dos de las alternativas (muy de acuerdo y de acuerdo). Los datos recolectados en esta pregunta

confirman que el contenido visualmente atractivo y bien estructurado impacta en la conciencia social, referente a problemáticas ecológicas. Por lo tanto, existe un vínculo directo entre calidad del contenido y el recibimiento del público.

6. CONCLUSIONES

- El uso de herramientas de inteligencia artificial puede generar un impacto significativo, fortaleciendo y potenciando el periodismo ecológico dentro del balneario de Ballenita. La implementación de las diferentes herramientas de IA permitirá una mejor creación y difusión de mensajes ambientales que promuevan el cuidado del entorno, en este caso, facilitando la participación activa de turistas, comerciantes y residentes en la gestión responsable de residuos.
- Se constató que los residuos generados por vendedores ambulantes, turistas y habitantes del sector afectan negativamente tanto al entorno natural del balneario de Ballenita como a la percepción turística del mismo. Los actores comunitarios identificaron esta problemática como un factor recurrente que altera la imagen del lugar, manifestando la necesidad de establecer estrategias comunicacionales efectivas que fomenten una gestión adecuada de los residuos.
- Los desechos originados por turistas, vendedores ambulantes, sin olvidar los habitantes que residen alrededor del sector afectan de manera adversa la impresión de los turistas y ambiente del balneario. Los comuneros manifestaron esta problemática que presentan, generando la falta de llevar a cabo estrategias comunicacionales eficaces que aporten a reducir estas consecuencias del deterioro ambiental dentro del balneario.
- Las estrategias que tienen como recurso elementos visuales y narrativos fueron valorados positivamente por los habitantes. El uso de herramientas de inteligencia artificial resultó eficaz para promover un comportamiento responsable frente al manejo de residuos.
- Las herramientas que integran periodismo ecológico e inteligencia artificial ejecutan el propósito de concienciar a la comunidad. Alcanzando a adecuar diversas propuestas a alternativos usuarios, potenciando la percepción ambiental de parte de la información customizada.
- El uso de una metodología mixta, por medio de encuestas y entrevistas permitió validar los datos desde una perspectiva integral. La combinación de ambos métodos generó una visión clara sobre la percepción, la interacción y el impacto que tiene la comunidad con respecto a contenidos generados por medio de inteligencia artificial.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación de la aplicación ChatGPT para desarrollar prototipos de información ambiental. Esta herramienta contribuirá a la formulación de titulares llamativos, conectando los contenidos con los intereses de los públicos. Esto facilitará la elaboración y divulgación de información adaptada, fortaleciendo el periodismo ecológico de manera más productiva en el sector.
- Se sugiere el uso de Canva con funciones de inteligencia artificial permitirá diseñar piezas audiovisuales como infografías, afiches o publicaciones para redes sociales. Esta herramienta genera imágenes atractivas para el público de forma automática, añadiendo textos explicativos que apoyen la comprensión de problemáticas ambientales como la contaminación por residuos dentro del balneario de Ballenita.
- Es recomendable la aplicación de herramienta como RunwayML permitirá la creación de productos audiovisuales sobre el medio ambiente para diferente público. Además, la aplicación dentro de campañas de sensibilización y concienciación ambiental tendrá el impacto de aumentar la retención del mensaje, fomentando una mayor interacción comunitaria.
- Se recomienda emplear Lumen5 para la transformación de contenidos escritos a videos de una manera automatizada. Diferentes medios comunitarios serían beneficiados al momento de adaptar boletines ambientales a un tipo de formato más dinámico y compartible.
- Finalmente, se recomienda fomentar procesos de alfabetización mediática en la comunidad, con el fin de fortalecer la comprensión crítica de los mensajes ambientales difundidos por medios digitales. Asimismo, se sugiere incentivar la investigación local en comunicación ecológica, como una vía para generar contenidos pertinentes y contextualizados .

REFERENCIAS

- Abellán López, M. (2022). *El cambio climático: negacionismo, escepticismo y desinformación*. Tabula RASA.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25058/20112742.n37.13>
- Álvarez Nicoliello, N. O., & Carballo, N. (2021). Metodología, diseño, población y muestra: del manejo de residuos orgánicos en actividades agropecuarias. *Revista Ambientis Occidentales*, 3, 10.
<http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/ambientis/article/view/1259/1136>
- Aparicio, R. (2020). A corriente. Los medios digitales independientes de periodismo ambiental en México. *Revista de Comunicación de la SEECI*(53), 22.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15198/seeci.2020.53.1-22>
- Arias González, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación* (Primera edición ed.). ENFOQUES CONSULTING EIRL.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Ayerdi, A. (2025). *Inteligencia Artificial: El futuro de la gestión de procesos empresariales*.
<https://start.docuware.com/es/blog/inteligencia-artificial-aplicada-gestion-procesos>
- Bernal Álava, Á. F., Indacochea Ganchozo, B., Cañarte Vélez, C. R., & Falconi Ayón, P. M. (2022). La comunicación interactiva y su incidencia en la formación profesional. *Dominio de las Ciencias*, 8(3), 1256-1273.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>
- Bolaño García, M., & Duarte Acosta, N. (2023). *Una revisión sistemática del uso de la inteligencia artificial en la educación*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30944/20117582.2365>
- Bravo Quijije, L. (2024). *Uso de herramientas tecnológicas que garanticen el acceso a la información a la comunidad de Pacoche, Manta 2024*. Uleam.
<https://doi.org/https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/7553>
- Carabaza, J., Lozano, J. C., González, J., Pasco, L., Reyes, L., Berumen, A., & Álvarez, P. (2007). Cobertura del medio ambiente en la televisión mexicana. *Scielo*(7), 31.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2007000100045&script=sci_abstract&tlng=en
- Carrillo Quiroga, P., Gómez Quin, C., & Chacón Hernández, C. (2022). *El impacto afectivo, cognitivo y conductual de los videos medioambientales: noticias, documental y TED Talk*. Acta Universitaria. <https://doi.org/http://doi.org/10.15174/au.2022.3300>
- Castillero-Ostio, E., Moreno-Cabanillas, A., & Castillo-Esparcia, A. (2024). Comunicación y think tanks: valoración de la interactividad web de los laboratorios de ideas latinoamericanos. *Palabra Clave*, 27(3), 1-35.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.3.2>
- Fansa Vega, T. (s.f.). <https://cdigital.uv.mx/server/api/core/bitstreams/f7ad9470-4a0c-42f7-b5f8-64a6c738b9de/content>

- Gálvez de la Cuesta, M., Álvarez García, S., Gutiérrez Manjón, S., & Gertrudis Casado, M. (2024). *Estrategias de los creadores de contenido científico en redes sociales: cambio climático y economía circular como ámbitos emergentes*. Mediterránea. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25504>
- Hayes, M., & Downie, A. (5 de 8 de 2024). IBM. https://www.ibm.com/mx-es/think/topics/ai-personalization?utm_source
- Hernández González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico. *Revista Cubana de Medicina General*, 37(3), 3. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252021000300002&script=sci_arttext
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editoriales, S.A. de C.V. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hernández, J. C., & García, V. (2024). Immersive journalism research dominated by media effects: A call for expanded frameworks, methodologies, and narrative designs for news stories. *Communication & Society*, <https://doi.org/10.15581/003.37.2.1-18>.
- Hueso Gonzáles, A., & Cascant i Sempere, M. J. (2012). *Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación*. Universitat Politècnica de València. <https://hdl.handle.net/20.500.12799/4600>
- Jáuregui, M., & Razumiejczyk, E. (2011). Memoria y Aprendizaje: Una revisión de los aportes cognitivos. *Respositorio Institucional CONICET Digital*, 25. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/193828>
- Lavik, T. (2022). *Climate change denial, freedom of speech and global justice*. *Etikk i praksis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5324/eip.v10i2.1923>
- Luccioni, A., Schmidt, V., Vardanyan, V., & Bengio. (2021). *Uso de inteligencia artificial para visualizar los impactos del cambio climático*. ResearchGate. <https://doi.org/10.1109/MCG.2020.3025425>
- March Cerdá, J. C., Prieto Rodríguez, M. A., Hernán García, M., & Solas Gaspar, O. (8 de Enero de 1999). Técnicas cualitativas para la investigación en salud pública: algo más que otro tipo de técnicas. *ScienceDirect*, 13, 8. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0213-9111\(99\)71373-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0213-9111(99)71373-7)
- Muhammad, F. F., Lintang, B. K., Risa, B. R., Hardiana, N. F., & Castarica, C. (8 de February de 2023). Implementing Artificial Intelligence to Reduce Marine Ecosystem Pollution. *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 4(2), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.34306/itsdi.v4i2.579>
- Nandini Chakraborty, T. B. (27 de Diciembre de 2021). Green Journalism and Global Environment: A Statistical. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 6(1), 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.53730/ijssh.v6n1.2943>
- Ntoutsis, E., Fafalios, P., Gadiraju, U., Losifidis, V., Nejdil, W., Vidal, M., . . . Krasanakis, E. (2020). *Sesgo en los sistemas de inteligencia artificial basados en datos: una*

- encuesta introductoria*. WIREs. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/widm.1356>
- Palacios Carrillo, J. V., Vázquez Merino, G. J., & Robalino Latorre, M. I. (29 de Enero de 2025). La convergencia de la IA y el periodismo: transformando el ecosistema informativo. *Visionario Digital*, 9(1), 19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v9i1.3299>
- Pazmiño Arellano, S. G., & Pazmiño Rodríguez, L. D. (2024). *Marketing digital y la personalización basada en*. Kosmo.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62943/rck.v3n2.2024.134>
- Pérez, L. (12 de Abril de 2024). *neuroflash*. https://neuroflash.com/es/blog/el-poder-de-la-ia-en-la-optimizacion-del-rendimiento-de-los-contenidos-su-guia-definitiva/?utm_source
- Puig I, J., & Casa Jericó, M. (2017). El impacto ambiental: Un despertar ético valioso para la educación. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 29(1), 28.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14201/teoredu2017291101128>
- Ramallal, P. M. (2021). Las 7W del periodismo inmersivo. Una propuesta discursiva para la postmodernidad. *Razón Y Palabra*, 24(109), 183-213.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26807/rp.v24i109.1693>
- Ramírez Pita, S. A., & Tomalá Pozo, D. G. (2024). *Disrupción del periodismo a través de las nuevas tendencias tecnológicas en la provincia de Santa Elena. [Tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10694>
- Ramos Angel, E. J. (4 de Abril de 2023). Estrategias comunicacionales informativa sobre el periodismo ecológico para el mejoramiento del entorno natural en la comuna Cadeate, 2022. *Respositorio Upse*, 75. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9191>
- Rapp Farrell, J. (2020). *More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Robledo-Dioses, K., Tejedor Calvo, S., Pulido Rodríguez, C., & Torres Espinoza, G. (2022). Cyberperiodismo y participación: taxonomía de la interactividad en los medios digitales. *Comunicación Y Sociedad*, 1-24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8192>
- Rodríguez Villon, L. F., & Nuñez Solis, E. D. (2014). El periodismo ecológico y su influencia en el cuidado ambiental del cantón La Libertad año 2014. *Repositorio de la Universidad Península de Santa Elena*, 160.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3802>
- Ruano, Á., Martín, Í., & Paez, J. (2023). Métodos de investigación cuantitativa. *ResearchGate*, 18.
https://www.researchgate.net/publication/375759288_Metodos_de_investigacion_cuantitativa/references#fullTextFileContent
- Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la "agenda setting". *Respositorio Institucional de la Universidad de Granada*, 1(25), 17.
<https://doi.org/10.30827/Digibug.6843>

- Salazar Pérez, G. (2019). Teoría del encuadre y plataformas sociodigitales de interacción: Un análisis de coyuntura. *Scielo*, 64(236), 21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.236.68820>
- Sánchez , J. (2019). Desarrollo de los procesos cognitivos de atención y concentración en Educación Inicial. *Alternancia - Revista de Educación e Investigación*, 1(1), 17.
<https://revistaalternancia.org/index.php/alternancia/article/view/62/177>
- Sánchez Franco, V., & Lavilla Muñoz, D. J. (2022). Immersive journalism and its application in media business. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 12(2), 1-12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3732>
- Tigrero González, J. (2022). *Periodismo Ecológico: Formatos y estrategias de la difusión de información en la página web Ecuador Mundo Ecológico*. Repositorio Dspace.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/7000>
- Tiltack, T. (28 de Abril de 2025). <https://arxiv.org/html/2503.17401v5>
- Tomalá Guaranda, A. D. (18 de Noviembre de 2021). Implementación de software para la detección de rostros sin. *Repositorio Upse*, 103.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6494>
- Tomalá Orrala, C. J. (2024). *Innovación tecnológica en la rutina periodística: Un análisis comparativo en los portales digitales El Universo y Extra*. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11028>
- Torres Cañar, J. C. (2023). *Estudio de los canales de consumo de noticias entre jóvenes de 15 a 17 años de las Unidades Educativas Teodoro Gómez de la Torre y Victoria Bilingual Christian Academy durante el periodo lectivo 2022 – 2023*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/14384>
- Túñez López , M., Valdivieso Abad , C., & Toural , C. (2019). Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial. *ResearchGate*, 24. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1391>
- Ureña Sandoval , L. (11 de Diciembre de 2013). Periodismo Comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía. *Dialnet*, 4(1), 22.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4888220>
- Valera Ordaz, L., Requena Mora, M., Calvo, D., & López Garcia, G. (2023). *Unraveling disinformation: Notions and discourses from the Spanish population*. *Comunicar*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>
- Villota Cuásquer, Ó. D., & López Carmona, J. A. (2024). *El impacto de los contenidos generados por IA en la comunicación digital y su influencia en la formación de imaginarios sociales*. Escribanía.
- Vizcaíno Zúñiga , P. I., Cedeño Cedeño, R. J., & Maldonado Palacios , I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica . *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 40.
https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Wang, Y., Mckee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2024). *Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media*. ELSEVIER.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>

Zambrano Pontón , R. G., Ruiz Sánchez, D. C., Murillo Naranjo , M. E., & Haro Velasteguí , F. A. (5 de Agosto de 2021). Tratamiento informativo del periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio. *Conciencia Digital*, 4(3.1), 19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1.1813>

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2

INSTRUMENTOS

Técnicas: Encuesta

Instrumento: Cuestionario - Escala de Likert

Tema: Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024

Objetivo: Analizar el nivel de aceptación que tienen los ciudadanos locales sobre la aplicación de inteligencia artificial en el periodismo ecológico, específicamente en el contexto del caso del balneario de Ballenita en el año 2024.

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

	Variable independiente: Inteligencia artificial	1	2	3	4	5
1	¿Considera que la generación de imágenes con IA fortalece las prácticas de periodismo ambiental?					
2	¿Estaría de acuerdo de recibir información generada por inteligencia artificial en procesos de comunicación?					
3	¿Está de acuerdo con que la inteligencia artificial podría apoyar iniciativas locales en áreas como turismo, educación o cultura en Ballenita?					
4	¿Considera que la inteligencia artificial puede ayudar a detectar noticias falsas (fake news)?					
5	¿Cree que la comunidad interacciona (comenta, comparte, reacciona) en publicaciones relacionadas con la sensibilización ambiental y generadas por inteligencia artificial?					
	Variable dependiente: Periodismo ecológico					
1	¿Existe una frecuencia sostenida en el tratamiento de problemáticas ambientales por parte de los medios locales en su programación informativa?					
2	¿Cree que el consumo informativo de temas ambientales crece en la actualidad?					
3	¿Considera que el consumo de contenido ecológico genera un cambio en la conciencia ambiental de la audiencia?					
4	¿Piensa que los recursos narrativos utilizados por los diferentes medios para mantener la atención de la audiencia sobre temas ambientales son					

	efectivos?					
5	¿Considera que la audiencia recuerda y comprende la información sobre problemas ambientales presentada por los medios?					

Gregory Santamaría R.

Lic: Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt

Juez Experto

C.I: 092340379

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Título:	Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024
Autores;	Oyola Flores Camila Natalia y Sabando Toledo Carlos José

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								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 ÍTEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V I	Producción automatizada de contenidos	Uso de algoritmos en la creación de mensajes, velocidad y eficiencia en la creación	¿Considera que los mensajes ambientales que ha visto en medios digitales parecen creados de manera automatizada?						X		X		X		X		
	Personalización del mensaje	Adaptación a perfiles del público objetivo y relevancia del contenido	¿Considera que los mensajes digitales sobre sensibilización ambiental están diseñados para personas como usted?						X		X		X		X		
	Impacto visual y emocional	Diseño visual del contenido y efecto emocional en la audiencia	¿Piensa que el diseño visual que presentan los medios digitales resulta atractivo para la audiencia?						X		X		X		X		

	Distribución del contenido	Canales y accesibilidad del mensaje	¿Considera que los medios locales transmiten contenido de concientización ambiental sobre la playa de Ballenita?							X		X			X			
	Compromiso social	Participación en redes sociales y respuestas a llamados a la acción	¿Cree que la comunidad interacciona (comenta, comparte, reacciona) en publicaciones relacionadas con la sensibilización ambiental en Ballenita?							X		X			X			
	Cobertura temática ambiental	Frecuencia de publicación sobre temas ecológicos	¿La frecuencia con la que los medios locales abordan problemáticas ambientales en sus contenidos es constante?							X		X			X			
	Participación comunitaria en el periodismo	Nivel de participación ciudadana en la producción de contenidos ambientales	¿Cree que la participación de la comunidad en la generación de noticias sobre el medio ambiente es activa?							X		X			X			

	Impacto educativo y de sensibilización	Nivel de concienciación ambiental generado en la audiencia	¿Considera que el consumo de contenido ecológico genera un cambio en la conciencia ambiental de la audiencia?							X	X		X	X		
VD	Capacidad de atención y concentración	Eficacia de los formatos narrativos para captar la atención sobre temas ambientales	¿Piensa que los recursos narrativos utilizados por los diferentes medios para mantener la atención de la audiencia sobre temas ambientales son efectivos?							X	X		X	X		
	Memoria y retención de información	Nivel de retención de la información ambiental transmitida	¿Considera que la audiencia recuerda y comprende la información sobre problemas ambientales presentada por los medios?							X	X		X	X		

Gregory Santamaría R.

Lic: Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt

Juez Experto

C.I: 0923403794

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Inteligencia Artificial y Periodismo ecológico

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

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el **experto evaluador** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt
C.I:	0923403794
Teléfono:	0994700776
E-Mail	gsantamariar@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y Nombres:	Oyola Flores Camila Natalia, Sabando Toledo Carlos José	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Analizar el nivel de aceptación que tienen los ciudadanos locales sobre la aplicación de inteligencia artificial en el periodismo ecológico, específicamente en el contexto del caso del balneario de Ballenita en el año 2024.	
Dirigido a:	Todo público	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Gregory Peter Santamaría Romero	
Documento de Identidad:	0923403794	
Grado Académico:	Mgtr. Comunicación / Msc. Gestión Educativa	
Especialidad:	Educación / Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	15 años en las áreas de especialidad	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		
Sugerencia:		

Gregory Santamaría R.

rt

Juez Experto
C.I: 0923403794

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico. Caso Playa de Ballenita, 2024.

Objetivo: Evaluar las perspectivas, experiencias y criterios sobre la implementación de inteligencias artificial en el periodismo ecológico en las coberturas realizadas en la playa de Ballenita durante el año 2024.

Entrevistado: Lic. Erwin José Domínguez Cruz

Especialidad: Lic. Comunicación

Entrevistador: Camila Oyola y Carlos Sabando.

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	¿Cree que la inteligencia artificial puede contribuir a reducir los sesgos en la cobertura de temas ambientales?		
	¿Qué tipo de contenidos considera más adecuados para ser automatizados mediante inteligencia artificial?		
	¿Cree que la inteligencia artificial puede reforzar la credibilidad de los medios ambientales o podría debilitarla?		
	¿Cómo visualiza el futuro del periodismo ambiental con la integración progresiva de herramientas basadas en inteligencia artificial?		
	Desde su experiencia, ¿la inteligencia artificial puede facilitar el análisis de datos ambientales complejos para hacerlos comprensibles al público?		

	¿Qué dificultades enfrentan los periodistas al investigar problemas ecológicos en zonas rurales o de difícil acceso?		
	¿Qué estrategias considera más efectivas para comunicar temas ambientales a diferentes públicos (urbano, rural, joven, adulto)?		
Variable dependiente	¿Cuál es su visión sobre el uso de recursos visuales (fotografía, video, infografía) en la comunicación ambiental?		
	¿Qué estrategias se aplican en el periodismo ecológico local para captar la atención del público frente a una sobrecarga de información digital?		
	¿Cómo se puede evaluar si una cobertura ambiental ha logrado sus objetivos de sensibilización?		

Gregory Santamaría R.

Lic: Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt

Juez Experto

C.I: 0923403794

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Título:	Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024
Autores;	Oyola Flores Camila Natalia y Sabando Toledo Carlos José

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Relación entre:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Variable: Inteligencia Artificial	Producción automatizada de contenidos	Uso de algoritmos en la creación de mensajes, velocidad y eficiencia en la creación	¿Cree que la inteligencia artificial puede contribuir a reducir los sesgos en la cobertura de temas ambientales?						X		X		X				
	Personalización del mensaje	Adaptación a perfiles del público objetivo y relevancia del contenido	¿Qué tipo de contenidos considera más adecuados para ser automatizados mediante inteligencia artificial?						X		X		X				

Variable dependiente:	Impacto visual y emocional	Diseño visual del contenido y efecto emocional en la audiencia	¿Cree que la inteligencia artificial puede reforzar la credibilidad de los medios ambientales o podría debilitarla?						x		x		x		X		
	Distribución del contenido	Canales y accesibilidad del mensaje	¿Cómo visualiza el futuro del periodismo ambiental con la integración progresiva de herramientas basadas en inteligencia artificial?						X		x		x		X		
	Compromiso social	Participación en redes sociales y respuestas a llamados a la acción	Desde su experiencia, ¿la inteligencia artificial puede facilitar el análisis de datos ambientales complejos para hacerlos comprensibles al público?						x		x		x		X		
	Cobertura temática ambiental	Frecuencia de publicación sobre temas ecológicos	¿Qué dificultades enfrentan los periodistas al investigar problemas ecológicos en zonas rurales o de difícil acceso?						X		x		x		x		
	Participación comunitaria en el periodismo	Nivel de participación ciudadana en la producción de contenidos ambientales	¿Qué estrategias considera más efectivas para comunicar temas ambientales a diferentes públicos (urbano, rural, joven, adulto)?						x		x		x		X		

Impacto educativo y de sensibilización	Nivel de concienciación ambiental generado en la audiencia	¿Cuál es su visión sobre el uso de recursos visuales (fotografía, video, infografía) en la comunicación ambiental?						X		x			x						
Capacidad de atención y concentración	Eficacia de los formatos narrativos para captar la atención sobre temas ambientales	¿Qué estrategias se aplican en el periodismo ecológico local para captar la atención del público frente a una sobrecarga de información digital?						x		x			x						
Memoria y retención de información	Nivel de retención de la información ambiental transmitida	¿Cómo se puede evaluar si una cobertura ambiental ha logrado sus objetivos de sensibilización?						X		x			x						

Gregory Santamaría R.

Lic: Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt

Juez Experto

C.I: 0923403794


FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Guía de preguntas – Inteligencia Artificial y Periodismo ecológico

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
10.	Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																			100	
11.	Objetividad	Expresa conductas observables.																			100	
12.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			100	
13.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			100	
14.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios.																			100	
15.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			100	
16.	Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.																			100	
17.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			100	
18.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación.																			100	

Instrucciones: Este instrumento sirve para que el **experto evaluador** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
-----------	-----

Juez Experto	Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt
C.I:	0923403794
Teléfono:	0994700776
E-Mail	gsantamariar@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y Nombres:	Oyola Flores Camila Natalia, Sabando Toledo Carlos José	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Evaluar las perspectivas, experiencias y criterios sobre la implementación de inteligencias artificial en el periodismo ecológico en las coberturas realizadas en la playa de Ballenita durante el año 2024.	
Dirigido a:	Lic. Erwin José Domínguez Cruz	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Santa María Romero Gregory Peter	
Documento de Identidad:	0923403794	
Grado Académico:	Mgtr. Comunicación / Msc. Gestión Educativa	
Especialidad:	Educación / Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	15 años en las áreas de especialidad	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		
Sugerencia:		

Gregory Santamaría R.

Lic. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgrt

Juez Experto

C.I: 0923403794

Anexo 3

ANEXO TUTORÍA TITULACIÓN:

Tema: Marco Metodológico

Tiempo: 4 horas

Modalidad: Presencial

Total, de estudiantes: 5



Tema: Análisis de los resultados

Tiempo: 4 horas

Modalidad: Presencial

Total, de estudiantes: 3



Tema: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, Resumen e Introducción

Tiempo: 4 horas

Modalidad: Presencial

Total, de estudiantes: 4



Anexo 4: encuesta y entrevista aplicada

Aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo ecológico: Caso playa de Ballenita, 2024.

B *I* U ↺ ✖

Analizar el nivel de aceptación que tienen los ciudadanos locales sobre la aplicación de inteligencia artificial en el periodismo ecológico, específicamente en el contexto del caso del balneario de Ballenita en el año 2024.

¿Considera que la generación de imágenes con IA fortalece las prácticas de periodismo ambiental? *

Muy en desacuerdo

En desacuerdo

Ni en acuerdo ni desacuerdo

De acuerdo

Muy de acuerdo

¿Estaría de acuerdo de recibir información generada por inteligencia artificial en procesos de comunicación? *