

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios”

AUTORAS:

**León Pozo, Daniela Julieta
Vásquez Rivas, Elena de Jesús**

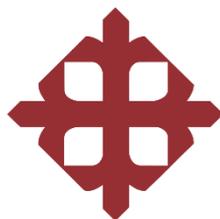
**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de:
Licenciada en Comunicación y Periodismo**

TUTOR:

Castaño Oliva, Rafael, Ph.D.

Guayaquil, Ecuador

20 de febrero del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **León Pozo, Daniela Julieta; Vásquez Rivas, Elena de Jesús**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo**.

TUTOR (A)

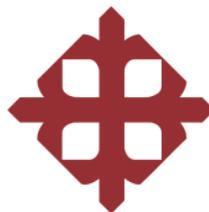
Ph.D. Rafael Castaño Oliva

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Mgs. Efraín Luna Mejía

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **León Pozo, Daniela Julieta; Vásquez Rivas, Elena de Jesús**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios**, previo a la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

LAS AUTORAS

f. _____
Daniela Julieta, León Pozo

f. _____
Vásquez Rivas, Elena de Jesús



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **León Pozo, Daniela Julieta; Vásquez Rivas, Elena de Jesús**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

LAS AUTORAS:

f. _____
León Pozo, Daniela Julieta

f. _____
Vásquez Rivas, Elena de Jesús

Reporte de Urkund

URKUND

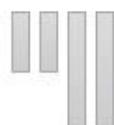
Documento [TESIS LEON - VASQUEZ - PROYECTO DE INVESTIGACION.docx](#) (D25954252)

Presentado 2017-02-22 13:00 (-05:00)

Recibido elizabeth.garces.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje LEÓN Y VÁSQUEZ [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 62 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 6 fuentes.



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO: “

La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios”

AUTORAS:

León Pozo, Daniela Julieta Vásquez Rivas, Elena de Jesús



Trabajo de titulación

AGRADECIMIENTO

Siendo muy honesta, quiero empezar agradeciéndome a mí misma, la Daniela Julieta León Pozo del pasado, que decidió, pese a algunas desconfianzas de terceros, escoger una carrera que la animaba a levantarse muy temprano todas las mañanas.

Mis padres, mis amados compañeros e inalcanzables luchadores de la vida, ellos con su esfuerzo diario me han brindado con mucho amor un futuro más próspero.

Al creador, por confiar en mí y permitirme seguir aprendiendo de esta vida.

A mi tutor, Rafael Castaño, por los conocimientos que me compartió y que llegaron en los momentos más oportunos.

Y a mi amiga y compañera de tesis, Elena Vásquez, por su tolerancia y esmero por llevar juntas este proyecto adelante.

Daniela Julieta León Pozo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha dado la fortaleza para ser una mujer perseverante a lo largo de mi carrera.

A mi madre por confiar en mí y no abandonarme nunca durante toda mi vida y carrera profesional. Gracias madre mía por ser ese ser de luz que siempre me guía.

A mi tutor, Rafael Castaño, por su paciencia, constancia, exigencia y dedicación que siempre nos brindó durante todo este proceso de mucho esfuerzo.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a los docentes de la Facultad de Filosofía por haber sido parte fundamental de mi formación profesional.

A mi compañera de tesis, Daniela León, por esas largas horas de desvelos y esfuerzo que al final tuvo su recompensa. ¡Gracias por la paciencia querida amiga!

A mis amigos que siempre estuvieron apoyándome y motivándome para que no decaiga, además de compartir aula pudimos compartir muchas experiencias y anécdotas juntos.

Elena de Jesús Vásquez Rivas

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi amor, Mauricio Añazco, mi esposo y amigo admirable. Él, que además de comprender todas las horas que le falté y que fueron depositadas a este proyecto y me ha ayudado en todo lo que ha podido.

Daniela Julieta León Pozo

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional durante toda mi carrera y por demostrarme que todo sacrificio tiene su recompensa.

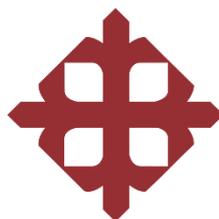
A mi hermano, mi ángel que siempre me cuida y me guía, sé que estás muy orgulloso por este logro.

Elena de Jesús Vásquez Rivas

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ph.D RAFAEL CASTAÑO OLIVA
TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CALIFICACIÓN

**PH. D RAFAEL CASTAÑO OLIVA
TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	20
CAPÍTULO 1. El problema.	21
1.1 Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”	21
1.2. Formulación del problema de investigación.....	22
1.3. Justificación de la investigación.....	22
1.4. Marco Institucional.....	23
1.5. Hipótesis.....	23
1.6. Objetivo de la investigación	23
1.6.1. Objetivo general	23
1.6.2. Objetivos específicos.....	24
CAPÍTULO 2. Marco Teórico	25
2.1. Antecedentes.....	25
2.2 La conciencia ambiental	26
2.2 Hábitos y conciencia ambiental en Ecuador	28
2.3 La televisión.....	34
2.4 Influencia de la televisión.....	34
2.5 Noticieros.....	35
2.6 Noticia.....	36
2.7 Gatekeeping	37
2.8 La construcción noticiosa o Newsmaking	39
2.9 Criterios de noticiabilidad.....	41
2.10 Calidad informativa	44
2.11 Información ambiental	45

2.12 Definición de periodismo ambiental	47
2.13 Historia del periodismo ambiental.....	48
2.14 Periodismo ambiental en la academia	50
2.15 Dificultades y retos del periodismo ambiental.....	51
CAPÍTULO 3. Metodología	54
3.1. Enfoque metodológico	54
3.2. Diseño de investigación.....	54
3.3. La población, la muestra y el tipo de muestreo	54
3.4 Métodos y técnicas de investigación	56
3.4.1 Análisis de contenido de material audiovisual	57
3.4.2 Investigación Bibliográfica	57
3.4.3 Entrevistas a profundidad.....	58
3.4.4 Encuesta	58
3.4.5 Cobertura y Localización	58
CAPÍTULO 4. Resultados y Análisis	62
4.1. Resultados de las entrevistas a periodistas y productores de Ecuavisa y Gama TV.	62
4.2 Resultados de encuestas a estudiantes	67
4.3 Resultados de entrevistas a directores de carrera y a una docente ...	84
4.3.1. Resumen de entrevistas a directores de la carrera y a una docente de periodismo ambiental	87
4.4. Resultados del análisis de contenido de material audiovisual	90
4.5 Cumplimiento de los objetivos específicos	92
4.6 Comprobación de la hipótesis	97
4.6.1 Evidencia obtenida de los periodistas	97
4.6.2 Evidencia obtenida de los productores de TV	98

4.6.3 Evidencia obtenida de los directores de la carrera de comunicación social y docente de periodismo ambiental.....	99
4.6.4 Evidencia obtenida de los estudiantes	101
4.6.5 Evidencia obtenida del análisis de contenido de material audiovisual	105
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA.....	110
ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Involucrados.	55
Tabla 2: Definición operacional de la conciencia ambiental.	59
Tabla 3: Definición operacional de información ambiental.	60
Tabla 4: Entrevistas a periodistas de Ecuavisa y Gama TV.	62
Tabla 5: Entrevista a Productores de Ecuavisa y Gama TV.	65
Tabla 6: Entrevista a directores de la carrera y docente de periodismo ambiental.	87
Tabla 7: Criterios de calidad periodística.	90
Tabla 8: Criterios de noticiabilidad.	91
Tabla 9: Periodismo óptimo para fortalecer la conciencia ambiental.	101
Tabla 10: Sección dedicada a temas ambientales.	101
Tabla 11: El papel de los medios en temas ambientales y la creación de la conciencia ambiental.	102
Tabla 12: Importancia de la presencia de contenido ambiental en noticieros.	102
Tabla 13: Consumo de contenido ambiental en televisión nacional.	103
Tabla 14: El tema ambiental como parte de las conversaciones.	103
Tabla 15: Recomendaciones de la audiencia a los medios de comunicación para fomentar la conciencia ambiental.	104
Tabla 16: Temas ambientales que la audiencia quiere recibir.	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Desechos peligrosos.....	29
Figura 2: Distribución de desechos peligrosos.....	29
Figura 3: Focos Ahorradores.	30
Figura 4: Otros residuos peligrosos.	31
Figura 5: Productos nuevos adquiridos.....	31
Figura 6: Bolsas de Plásticos desechables.....	32
Figura 7: Conocimiento sobre campaña publicitarias.	33
Figura 8: Preocupación de los hogares por el medio ambiente.	33
Figura 9: Afectados por problema ambiental en su barrio.	33
Figura 10: Criterios de calidad periodística.....	45
Figura 11: Total de estudiantes encuestados.	67
Figura 12: Pregunta 1 ¿Ves noticias de contenido ambiental en televisión nacional?	68
Figura 13: Pregunta 2 ¿Crees importante o necesaria la presencia de información de contenido ambiental en los noticieros?.....	69
Figura 14: Pregunta 3 ¿Los contenidos periodísticos de índole ambiental atraen tu atención e interés?.....	70
Figura 15: Pregunta 4 La comprensión de las noticias ambientales te parecen: fáciles, incomprensibles o no sabe.	71
Figura 16: Pregunta 5 ¿En cuál de los siguientes géneros periodísticos prefieren que se realicen las noticias ambientales?.....	72
Figura 17: Pregunta 6 ¿En cuál de estas circunstancias ves que en la televisión nacional se transmita información sobre contenido ambiental? ...	73
Figura 18: Pregunta 7 ¿En tu universidad existe una materia o especialización de periodismo ambiental que contribuya a la formación sobre el cuidado del medio ambiente y la concientización ambiental?	74

Figura 19: Pregunta 8 Si tu respuesta fue sí, ¿crees que la metodología de enseñanza es la apropiada y suficiente para generar interés en este tipo de periodismo?	75
Figura 20: Pregunta 9 ¿Con qué frecuencia forman parte de tus conversaciones con familiares, amigos o compañeros los temas ambientales?	76
Figura 21: Pregunta 10 ¿Qué recomendarías a los canales de televisión nacional para que fomenten la conciencia ambiental en la audiencia?	77
Figura 22: Pregunta 11 ¿Qué tipo de tema de índole ambiental quisieras receptor?.....	78
Figura 23: Pregunta 12 A tu criterio, ¿qué papel vienen cumpliendo los medios de comunicación en los temas ambientales y la creación de una conciencia ambiental?	79
Figura 24: Pregunta 13. ¿Consideras que un periodismo ambiental óptimo favorecerá al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudar a salvaguardar el medio ambiente?	80
Figura 25: Pregunta 14 ¿Crees necesario que exista una sección dentro de los noticieros a temas ambientales y su concientización?	81
Figura 26: Pregunta 15 ¿Cuáles crees que son los criterios de selección que ayudarán a elegir la información de carácter ambiental?.....	82
Figura 27: Pregunta 16 ¿Cuál crees que son las dificultades de un periodista ambiental?	83

RESUMEN

Esta investigación busca estudiar la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación y la incidencia que reciben tanto de los noticieros televisivos del país, así como de la preparación en temas de corte ambiental impartidos en las aulas de la academia periodística. El método investigativo que se aplicó fue mixto, se combinó las técnicas cuantitativas y cualitativas. Este trabajo fue un estudio de tipo exploratoria/descriptiva. En el desarrollo del proyecto se acudió a diversas herramientas de investigación, tales como: entrevistas a productores y periodistas de televisión nacional, encuestas a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y de la Universidad de Guayaquil (Facso). Entre los resultados obtenidos se revela que los contenidos ambientales de los noticieros televisivos no inciden en la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación. Además, la academia aún no consolida en su totalidad la relevancia del periodismo ambiental como materia que debe impartirse al alumnado.

Palabras Claves: Periodismo, Periodismo Ambiental, Información Ambiental, Conciencia Ambiental, Noticieros Televisivos, Audiencia, Preparación Académica.

ABSTRACT

The objective of this investigation is to study the environmental awareness of Communication students and the incidence that they receive as much from the country's television news, as well as the preparation on environmental issues taught in the classrooms of the journalistic academy. The investigative method applied was mixed, it combined quantitative and qualitative techniques. This work was an exploratory / descriptive study. In the development of the project, a variety of research tools were used, such as interviews with producers and journalists of national television, students surveys of the Social Communication career from the Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), Universidad Politécnica Salesiana (UPS) and Universidad de Guayaquil (Facso). Among the results obtained, it is revealed that the environmental contents of the television news programs do not affect the environmental awareness of Communication students. In addition, the academy still does not fully consolidate the relevance of environmental journalism as a subject that must be taught to students

Keys Words: *Journalism, Environmental Journalism, Environmental Awareness, Television News, Audience, Academic Preparation.*

INTRODUCCIÓN

No había sensibilidad en los medios, la preparación de los “especialistas” era muy básica y en la mayor parte de las veces autodidacta y, salvo notorias excepciones, los jefes de redacción y editores se mostraban refractarios a este tipo de contenidos (...) Se publicaban noticias e información ambiental aunque de forma aislada y sin la percepción de una verdadera especialidad (Larena, 2010).

La televisión, según un estudio publicado por Fundamedios (2013) en su portal web, es el principal medio de comunicación, seguido del internet, donde la audiencia prefiere acudir para informarse, sin embargo, en este espacio de difusión de información existe poca cobertura sobre temas de contenido ambiental.

A partir de esto, se ha seleccionado al noticiero de Ecuavisa, en su horario de 20h00, para analizar ciertas piezas audiovisuales ambientales difundidas del 13 de junio al 2 de julio de 2016. Las entrevistas realizadas a personajes de larga trayectoria, juegan un papel crucial en este proyecto, entre estos contamos con: dos periodistas y dos productores de Ecuavisa y Gama TV, una catedrática de la materia de periodismo ambiental y tres directores de la carrera de Comunicación. Además una encuesta a estudiantes de esta profesión, quienes cursaban sus últimos ciclos.

Conjuntamente se revisó documentación bibliográfica que aborda al periodismo ambiental, la conciencia ambiental, entre otros temas a fin a la temática de esta investigación. Este proyecto pretende analizar la apertura que se le brinda a la información ambiental en los noticieros de televisión, su incidencia en la creación de conciencia ambiental en los estudiantes de comunicación social, así como otros posibles factores que también repercuten en la falta de actos pro ambientales.

CAPÍTULO 1. El problema.

1.1 Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”

Aunque tal vez sea suficiente con recorrer algunas calles o notar peculiares comportamientos de la naturaleza para constatar que en Ecuador su población tiene un bajo nivel de conciencia ambiental, el Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC) realizó un estudio sobre los hábitos ambientales de los ecuatorianos, en donde se evidencia su baja conciencia sobre temas medio ambientales.

En el 2016, el 58,54% de los ecuatorianos no clasificaron sus residuos. La ciudad de Guayaquil, en su mayoría, dio como motivo principal el no interesarle el tema, mientras que Machala se justificó por el desconocimiento de los métodos de distribución de residuos. En cuanto a desechos de alto riesgo para la salud del medio ambiente, se identificó que los ecuatorianos en su gran mayoría los depositan con el resto de la basura, mas no en centros de acopio.

Los ciudadanos, al comprar un producto nuevo, en lo último en lo que se preocupan previa a la adquisición, es en si este artículo es o no amigable con el medio ambiente, sino más bien lo que predomina es si el artículo pertenece a una marca reconocida o el precio que este tiene. El 16,63% del total de los hogares ecuatorianos estudiados tuvieron conocimiento de alguna campaña relacionada a la protección del ambiente, pese a que 6 de cada 10 hogares ecuatorianos declararon ser afectados por un problema ambiental en su barrio.

Para el caso de Ecuavisa, involucrada en esta investigación, se registra que en su programación del noticiero de la semana del 13 de Junio al 02 de Julio del 2016 (tres semanas consecutivas, fecha elegida a propósito del derrame del bunker en el río Daule), se evidencia que el medio televisivo solo transmitió 7 notas ambientales durante ese lapso. Los reportajes que se difundieron

fueron: Día del Cóndor, Río Guayas, Contaminación Río Guayas, Refugio Animales, Derrame de Río, Derrame Remedía e Incendio de Cajas.

1.2. Formulación del problema de investigación

¿Qué influencia tiene la información de carácter ambiental de los noticieros televisivos en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación Social de la UCSG, UPS y UG?

1.3. Justificación de la investigación

En el presente, la mayoría de los estudiantes de Comunicación Social conocen el fenómeno de la crisis ambiental que involucra a todos, sin embargo, muy pocos actúan como si lo supieran. El cambio climático, la reducción de la capa de ozono y la pérdida de biodiversidad de especies animales y vegetales son algunos de los efectos de la crisis ambiental que se ha podido constatar a través de múltiples pronunciamientos de la tierra. El exceso de información en la actualidad de fácil y rápido acceso, el acontecer diario de impactos ambientales y los más modernos avances de la ciencia y la tecnología, hacen revelar al periodismo como el potencial comprometido con la causa ambiental, convirtiéndolo en el punto en el que todos los demás factores convergen.

La profesión periodística lleva a costas una gran carga de responsabilidad social, que es considerada intrínseca y a la vez sublime, pero el periodismo ambiental, desde sus inicios en el mundo, ha tenido una ardua tarea para abrirse camino entre escépticos y desinteresados, que opacan o incluso desprestigian su labor. Es por esto que resulta conveniente y necesario investigar el espacio que se está reservando al trabajo investigativo de los periodistas ambientales en los medios televisivos, así como la incidencia de su difusión en la conciencia social ambiental de la audiencia.

La trascendencia que este proyecto de investigación espera alcanzar es reconocer y mostrar la importancia del periodismo ambiental en la sociedad, la necesidad de formar y capacitar adecuada y eficazmente a los periodistas durante su proceso de preparación académica, así como en el transcurso del ejercicio de la profesión, para así producir más y mejores contenidos periodísticos que estimulen el despertar de la conciencia ambiental de la audiencia.

1.4. Marco Institucional

Este trabajo de investigación está enmarcado en la línea de investigación: Estudio de construcción discursiva y recepción.

1.5. Hipótesis

La información de carácter ambiental, al ser escasa y limitada, no tiene una influencia significativa en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación Social de la UCSG, UPS y UG.

1.6. Objetivo de la investigación

1.6.1. Objetivo general

Analizar la influencia de la información de carácter ambiental de los noticieros televisivos en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios.

1.6.2. Objetivos específicos

- Examinar el abordaje, relevancia y nivel de difusión que se da a los temas de índole ambiental en los medios de comunicación televisivos a partir de entrevistas a productores y periodistas de Ecuavisa y Gama TV.
- Identificar el nivel de conciencia ambiental de los estudiantes de la muestra bajo estudio, considerando las necesidades y exigencias informativas de la audiencia sobre contenidos ambientales, mediante encuestas dirigidas a estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte y Universidad Politécnica Salesiana.
- Analizar la influencia de la preparación académica de los periodistas sobre temas ambientales, en la producción de contenido periodístico para la concienciación sobre la necesidad de contribuir al fortalecimiento y conservación de los recursos del medio ambiente, mediante entrevistas a directores de carrera y una docente de la carrera Comunicación Social.
- Evaluar la calidad de la información de carácter ambiental del noticiero televisivo bajo estudio, realizando un análisis de los criterios de selección a partir de una investigación documental.

CAPÍTULO 2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

Prada (2013) revisó la conceptualización sobre conciencia, conciencia ambiental, ambiente y concientización, describe sus componentes desde la postura de autores que enriquecen el estudio de los procesos psicológicos y comportamentales articulándolos a la perspectiva ambiental. El autor estudió la manera de la formación de la conciencia y cómo sus dimensiones fortalecidas posibilitan una conciencia crítica que conlleva a la concientización ambiental basada en la integración dimensional. El autor retoma el concepto de educación ambiental mostrándose como alternativa para el proceso de fortalecimiento de conciencia y concientización ambiental.

Cornejo (2016) estudió la contaminación ambiental en el Ecuador y las alternativas de prevención para conservar la riqueza natural de nuestra Patria, además describe la importancia de que las personas hagan conciencia del peligro que se corre si no se cuida el planeta, debido a la presencia y alteración de cualquier agente físico o biológico sobre la naturaleza que pueden ser nocivos para la salud, la seguridad y bienestar de la población. El autor señala que entre los efectos principales de la contaminación ambiental está la creación de industrias, debido a las nuevas tecnologías del mundo, ya que por crecer económicamente no miden las consecuencias próximas, esto ha generado que las sustancias que emanan al aire contaminen el ambiente o alteren la atmósfera provocando un calentamiento global, destrucción de la capa de ozono y cambio climático, contrayendo enfermedades en el ser humano como el cáncer de piel entre otras.

La educación ambiental como un campo emergente de construcción de nuevas propuestas, demanda de otros campos de estudio, información para comprender el origen de los comportamientos ambientales desfavorables hacia el medio ambiente. Se asume que la forma en que la persona percibe y construye los problemas ambientales, no se sustenta, necesariamente, en una

forma neutral de contemplar el mundo; estas percepciones y los sesgos que las llevan a privilegiar ciertos problemas por sobre otros con distintos grados de importancia están influidas por intereses y relaciones de poder (Flores & Reyes 2016).

Como afirma Ramos, Moreno, Galindo y Sánchez (2011) la degradación y el consumo excesivo de los recursos naturales nos han llevado a tener problemas ambientales, siendo principalmente problemas por la falta de actitud o de sensibilización ambiental de la población.

Además, sobre la información ambiental desde los salones universitarios, Sáez (2014) menciona que informar sobre los asuntos relacionados con el medio ambiente se ha convertido en los últimos años en un área de especialización temas ambientales son asuntos políticos, económicos y sociales. La enseñanza universitaria del Periodismo no puede ser ajena a la exigencia y necesidad de conocer esta realidad transversal. Las exigencias de la educación en universidades obligan a considerar nuevas fórmulas para integrar temas ambientales en las aulas.

El aporte de Molina (2012) en esta investigación es que la relevancia del medio ambiente, su cuidado y su problemática se han convertido en un asunto que nos compete a todos. El periodismo ambiental posee un papel importante al acercar a las personas a estos temas y lograr sensibilizar a la población sobre su conservación. Es necesario que el periodismo ambiental adopte una postura ética y comprometida con la conservación, reflexionando el impacto que puede ocasionar en la toma de decisiones de las demás personas.

2.2 La conciencia ambiental

“Cuando hablamos de conciencia ambiental (...) nos referimos a determinados procesos asociados a las acciones que intentan reducir el impacto ambiental de la acción humana”. (Jiménez y Lafuente, 2004, p.122)

La cuestión ambiental ya no es solo un referente de estudio para los grupos profesionales especializados, sino que es parte fundamental en la agenda de las preocupaciones sociales y personales. Se ha acuñado el término conciencia ambiental para delimitar el conjunto de imágenes y representaciones que tienen como objeto de atención el medio ambiente o aspectos similares, tales como la disminución de especies, la escasez de recursos naturales, la calidad ambiental, etc. Estudios recientes exponen que, por ejemplo, el 47% de las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera provienen de las decisiones individuales que las personas toman. (Stern, citado por Corraliza, Berenguer, Moreno, Martín, 2004, p.106)

Según el Ecobarómetro de Andalucía (EBA) la conciencia ambiental consiste en un factor multidimensional del que se desprenden cuatro dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa.

La dimensión afectiva

Se plantea a la dimensión afectiva como aquella que está relacionada a “los sentimientos de preocupación por el estado del medio ambiente y el grado de adhesión a valores culturales favorables a la protección de la naturaleza” (Chulia citado por Jiménez y Lafuente, 2004, p. 124). A partir de esta definición, se pueden diferenciar cuatro indicadores:

- Gravedad o grado en el que el medio ambiente se percibe como un problema (presente, pasado, futuro) que demanda una intervención más o menos urgente.
- Preocupación personal por el estado del medio ambiente.
- Prioridad de los problemas ambientales.
- Adhesión a valores proambientales (o ecologistas), (...) por ejemplo, de identificar los inconvenientes de determinadas prácticas productivas y estilos de vida, así como optar por medidas proambientales en la solución de distintos problemas. (Jiménez y Lafuente, 2004. pp. 124,125)

La dimensión cognitiva

Esta dimensión “se refiere al grado de información y conocimiento acerca de las problemáticas ambientales así como de los organismos responsables en materia ambiental así como de los organismos responsables en materia ambiental y de sus actuaciones” (Jiménez y Lafuente, 2004).

La dimensión conativa

Se determina a la dimensión conativa como la disposición a actuar personalmente con criterios ecológicos y a aceptar los costes personales asociados a intervenciones gubernamentales en materia de medio ambiente (Chulia citado por Jiménez, Lafuente, 2004, p. 125). Otros autores como Gómez asumen la definición de Chuliá y añaden “lo que se traduce en la disposición a aceptar prohibiciones, limitaciones o penalizaciones en relación con ciertas prácticas perjudiciales para el medio ambiente” (Gómez, citado por Jiménez y Lafuente, 2004, p.125).

La dimensión activa

Esta dimensión, también llamada conductual, se refiere a la faceta individual, lo que comprende (comportamientos ambientales de carácter privados, como el consumo ecológico, el ahorro de energía, el reciclado de residuos domésticos, etc.) y a la faceta colectiva que constituye conductas, generalmente públicas o simbólicas, de expresión de apoyo a la protección ambiental, como la colaboración con colectivos que reivindican la defensa del medio ambiente, la realización de donativos, la participación en manifestaciones, etc). (Jiménez y Lafuente, 2004, p. 126)

2.2 Hábitos y conciencia ambiental en Ecuador

Sin embargo, a medida que se va democratizando el conocimiento, tomamos mayor conciencia de que existe una estructura y un funcionamiento planetario por encima de cualquier manifestación parcial local. Para el periodismo ambiental la instalación del cambio climático como tema de primer nivel en la agenda mundial, es el mejor ejemplo de cómo la realidad se ha encargado de confirmar esa nueva percepción. (Sorhuet, 1975, p.136)

Un estudio realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos obtuvo información acerca de los hábitos ambientales de los hogares ecuatorianos sobre temas como: residuos, disposición final de los desechos peligrosos, consumo de agua, movilidad, conciencia ambiental, entre otros. “La muestra del año 2016 fue de 30.338 hogares y 114.086 personas” (INEC, 2016).

Residuos

A nivel nacional, el 58,54% de los hogares no clasificaron residuos durante el año 2016. Los motivos por los cuales los hogares no clasifican son diferentes de acuerdo a la ubicación. El mayor porcentaje de los hogares no clasificaron (INEC, 2016):

- Por falta de contenedores específicos se ubican en la ciudad de Ambato.
- Porque no les interesa se ubica en Guayaquil.
- Porque no confían en el sistema de recolección de basura se ubica en Cuenca y Quito.
- Porque no saben clasificar se ubica en Machala.

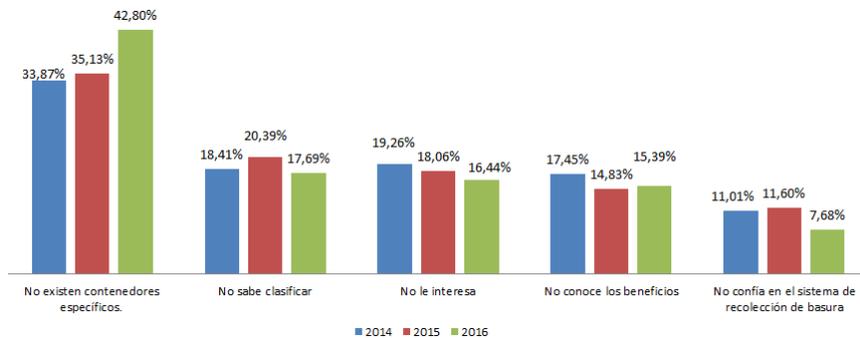


Figura 1: Desechos peligrosos.

Fuente: INEC (2016).

Pilas

Según el INEC, del total de hogares que desecharon pilas, el 79,53% las depositaron con el resto de la basura en 2016. Estos productos al descomponerse liberan metales pesados como mercurio, cadmio, manganeso, níquel, zinc que producen contaminación de agua, suelo y fauna; son además posibles cancerígenos (cuando existen altos niveles de exposición a estos metales) (INEC, 2016).



Figura 2: Distribución de desechos peligrosos.

Fuente: INEC (2016).

Focos ahorradores

En el Ecuador, señala el INEC, en el año 2016, del total de los hogares que disponen de electricidad, el 99,98% utilizan focos, de los cuáles el 91,51% de hogares utilizan focos ahorradores, es decir la mayoría. La principal disposición final de los focos ahorradores en los hogares fue depositarlos con el resto de la basura (86,31%). Los materiales usados en el interior de los focos son tóxicos, y esto termina convirtiéndose en un problema ambiental por los gases que emanan cuando no se desechan correctamente; y si el material va al agua sin ningún tratamiento, esto causa la contaminación en los ríos. En consecuencia, por lo tanto la disposición final adecuada de los focos ahorradores, es depositarlos en centros de acopio ya que contienen un alto nivel de mercurio (INEC, 2016).

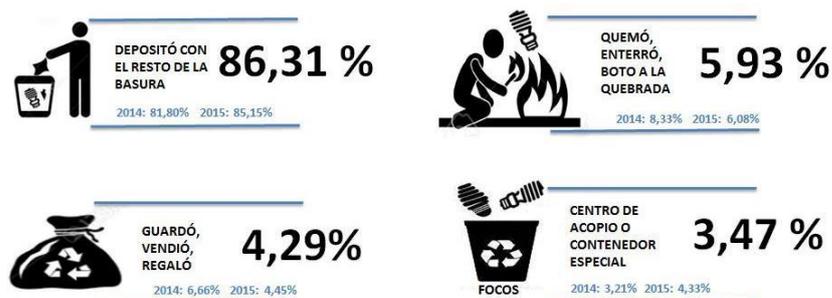


Figura 3: Focos Ahorradores.

Fuente: INEC (2016).

Otros desechos que representan un peligro para el medio ambiente:

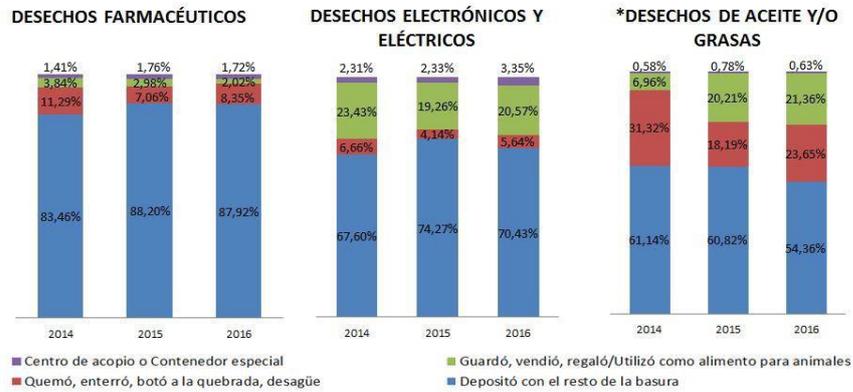


Figura 4: Otros residuos peligrosos.

Fuente: INEC (2016).

Uso de productos nuevos

El INEC indica que los ecuatorianos al adquirir un nuevo producto (electrodoméstico, producto alimenticio, producto de limpieza) les importa mucho el precio, se observa que 4 de 10 hogares les importan mucho la marca y 3 de cada 10 hogares les importa mucho si el producto tiene consumo/ahorro energético, el lugar de origen y la etiqueta / garantía ecológica. (2016).

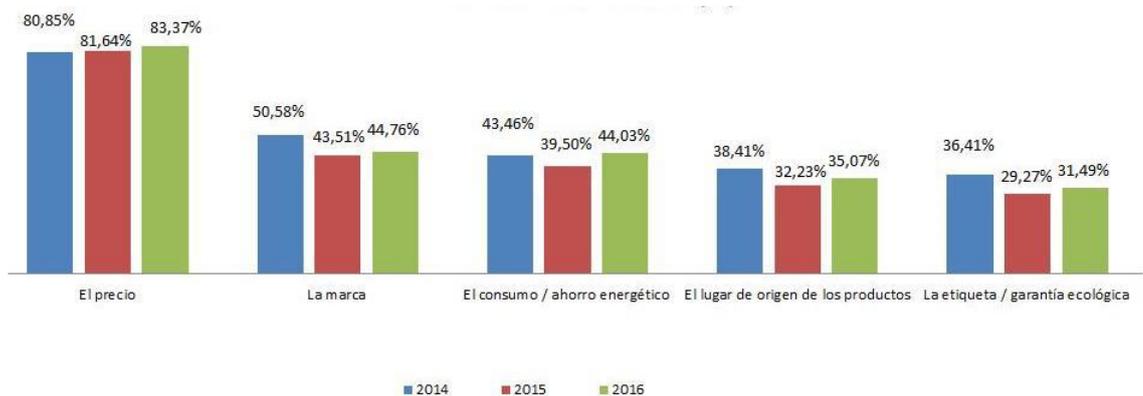


Figura 5: Productos nuevos adquiridos.

Fuente: INEC (2016).

Tipo de bolsas utilizadas por parte de los hogares

Al realizar las compras, el 79,16% de los hogares ecuatorianos utilizan bolsas de plástico desechables, el 19,05% utilizan bolsas de tela o material reutilizable y 1,78% otro tipo de canasta, carritos de compras. (2016).

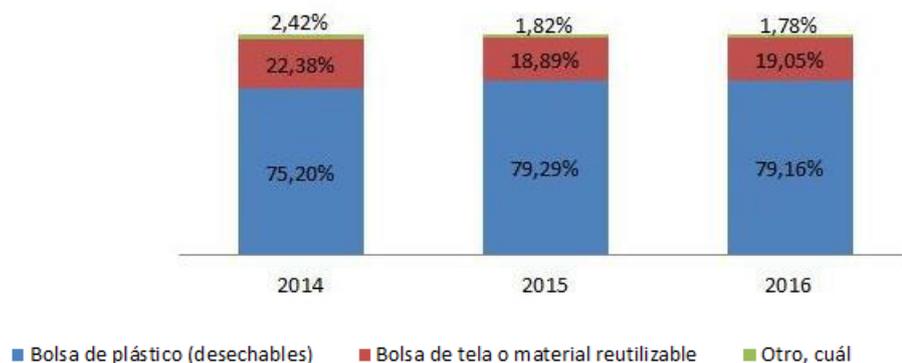


Figura 6: Bolsas de Plásticos desechables.

Fuente: INEC (2016).

Conciencia ambiental

“Una considerable parte de la población en el mundo, una vez terminada la educación básica, no vuelven al sistema educativo. Lo que transforma a los medios en su casi exclusivo proveedor de información”. (Sorhuet, 1975, p. 138)

En el Ecuador en el año 2016, el 16,63 % del total de los hogares tuvieron conocimiento de alguna campaña relativa a la protección del ambiente. Durante el año 2016, aproximadamente un cuarto de los hogares afirman haber tenido conocimiento de una campaña ambiental, con el fin de obtener mayores resultados a nivel de prácticas ambientales, es recomendable aumentar las campañas en temas de (reciclaje, uso de bolsas de tela, etc.) (INEC, 2016).

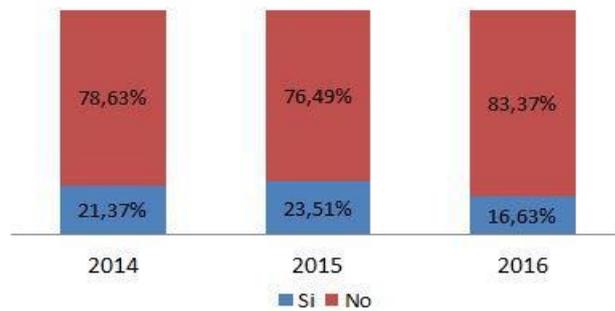


Figura 7: Conocimiento sobre campaña publicitarias.

Fuente: INEC (2016).

En cuanto a la condiciones de vida de los hogares, 4 de cada 10 hogares les preocupa mucho la situación ambiental en su barrio (INEC, 2016).

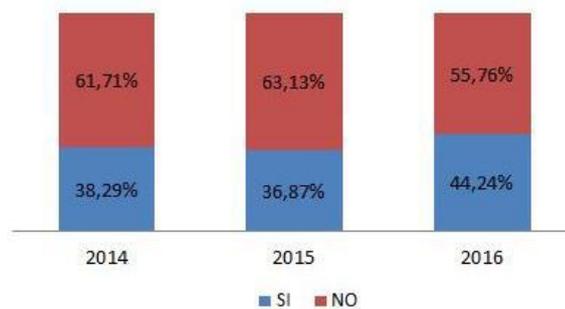


Figura 8: Preocupación de los hogares por el medio ambiente.

Fuente: INEC (2016).

En el año 2016, a nivel nacional, 6 de cada 10 hogares declaró ser afectado por un problema ambiental en su barrio (Contaminación visual, agua contaminada, ruidos excesivos, acumulación de basura, contaminación del aire) (2016).

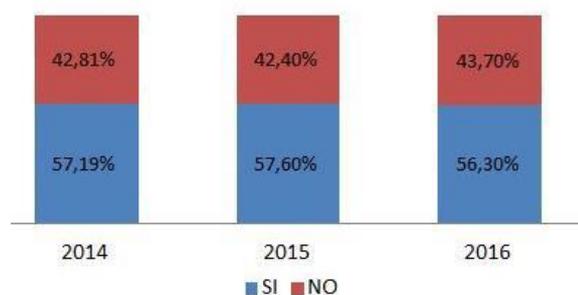


Figura 9: Afectados por problema ambiental en su barrio.

Fuente: INEC (2016).

2.3 La televisión

Al término *televisión* se lo define como un medio que procesa, almacena y transmite imágenes, generalmente en movimiento por medios radioeléctricos y, posteriormente, a través de cable y satélite.

Constantino Pérez señala que:

...se entiende a la televisión como la generación, procesado, almacenamiento y transmisión de imágenes, generalmente en movimiento, así como del sonido asociado a ellas y de otros datos o información adicional que puede ser independiente de la imagen y sonido, como puede ser un cuadro de teletexto, información alfanumérica o gráfica relativa a la programación, etc. (Pérez, 2006, p. 1)

La televisión es un medio de comunicación que tiene como función entretener, informar y educar. La audiencia requiere información con un nivel de investigación periodística profundizada en temas especializados. Esto sería un reto, pues también requiere que la información sea manejada con un lenguaje comprensible para la audiencia.

La televisión es un espejo social impresionante (...) no va a desaparecer. Donde se juegan los medios de comunicación no es en los contenidos, sino en los rituales que generan. El ritual de la prensa por ejemplo, no ha desaparecido porque la gente deje de leer. (...). Cada cual tiene un ritual. El de la televisión, por ejemplo, es el espacio donde se vale no pensar, es un tiempo de relajación. (...) Para que desaparezca un medio de comunicación ese ritual debe pasar a otra parte, debe ser reemplazado. (Rincón, 2011)

2.4 Influencia de la televisión

“La televisión tiene una gran fuerza expresiva, porque se basa en la imagen y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente” (Roda, 1989).

La televisión es el instrumento de socialización más poderoso que ha existido a lo largo de la historia de la Humanidad, y la relación que establecen los chicos con la televisión repercute, sin duda, sobre su percepción del mundo, sobre el conocimiento y el comportamiento social y sobre la relación que construyen con

la escuela, relaciones en las que aparecen las “ideas previas” obtenidas como telespectadores. (Yubero, 2003)

Según Gomis (1991) los medios de comunicación influyen más que en configurar la opinión de la gente sobre los asuntos pendientes, sobre los asuntos relevantes en el orden diario de la sociedad, en convencer a todos de que éstos son efectivamente las cuestiones que son decisivas.

Según la teoría de la agenda-setting “los medios de comunicación de masas poseen gran influencia sobre el público, determinan qué historias poseen interés informativo, qué y cómo se van a difundir y en consecuencia obtienen, mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre el tema”. (Maxwell McCombs, Donald Shaw, 1972)

Los medios de comunicación poseen una gran influencia en la construcción del pensamiento de sus consumidores, especialmente el de los niños y jóvenes. Los mensajes que se difunden a través de los medios influyen en los conocimientos, valores, sentimientos y actitudes de sus receptores, aunque esto no sea siempre ni con la misma intensidad en todos los receptores (Liceras, 2005).

Entre los medios de comunicación, la televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias (...) los diversos estudios indican que esta relación entre televisión y comportamiento existe, pero ha sido complicado identificar algún tipo de nexo causal. (Sandoval, 2006)

2.5 Noticieros

En la actualidad, la sociedad recepta todo tipo de información que se transmiten en los medios de comunicación. La televisión y en este caso los noticieros son una vía de acceso de información para los espectadores sobre noticias que acontecen diariamente sean nacionales o internacionales.

Sgammini en su libro “Televisión y vida cotidiana” señala que:

Los noticieros desempeñan un rol fundamental en esa estructuración y en la constitución de ciertos “ritos colectivos”, sobre todo porque en nuestro estudio la materia prima para ello es provista predominantemente por la televisión abierta. Los noticieros participan

activamente en la organización de las temporalidades de la vida diaria debido a la regularidad de sus emisiones, a la continuidad de los conductores y a la relativa estabilidad en la distribución de los temas y acontecimientos. Y además en varios de los hogares observados, el horario de noticiero ha llegado a reemplazar a las horas del reloj como normas de medición del tiempo que determinan el momento de la realización de las demás actividades. (Sgammini, 2011, p. 298)

Los noticieros son los encargados de difundir los acontecimientos más relevantes que se suscitan en el país y que son considerados como noticias.

Los noticieros, según la mayoría de las familias, son los programas capaces de reflejar la realidad, esto es, de permitir al televidente ver a través de la televisión las cosas que realmente ocurren en la vida de todos los días, en todo el país y en todo el mundo. Sin embargo esta capacidad de reflejar lo real no es del todo aceptada por las familias de los distintos estratos, principalmente de los estratos medio y alto, para quienes los noticieros sí muestran una parte de la realidad, pero la otra parte es una realidad manipulada, ya sea con base en los intereses de los propios medios de comunicación, como en el caso de las tendencias a favor de un partido político u otro en las campañas presidenciales o bien, con base en los intereses del propio aparato gubernamental. (Navarro, 2003, p. 151)

2.6 Noticia

Stella Martini en su libro *Periodismo, noticia y noticiabilidad* define el término noticia como la divulgación de un suceso.

El pasaje del acontecimiento a la categoría de noticia es la cuestión clave en la descripción e interpretación de la información '*massmediatizada*'. El poder de los medios impulsa a los individuos y a las instituciones a buscar prensa cuando consideran que lo que tienen para decir o lo que les pasa constituye un suceso, tiene la calidad de noticia. (Martini, 2000, p. 29)

Se puede definir la noticia como la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos (Escudero, 1996, p. 73).

En la noticia se estudian las formas en que se legitima y naturaliza como discurso ante la opinión pública, los criterios de noticiabilidad a los que responde, y bajo qué clasificación aparece, los sentidos posibles construidos, y la conexión con las series de representaciones que circulan en la sociedad. (Martini, 2000, p. 42)

Eliseo Verón indica que la noticia es una construcción de la realidad, que existe en función de que la comunicación permite disponer de un mecanismo de relación (de interacción) entre los individuos (Verón, 1981).

Los acontecimientos que ocurren en la sociedad, diariamente son evaluados por los medios bajo ciertos criterios de noticiabilidad, no son tomados al azar, para posteriormente ser transformados en noticias. Se deben considerar el valor de la información, el impacto emocional y su capacidad de ayudar a la formación de la opinión pública.

Martini, tomando como referencia los criterios de noticiabilidad (serán expuestos en los siguientes apartados), indica que la noticia es: “la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento” (p. 33).

2.7 Gatekeeping

El *gatekeeping*, término acuñado por Kurt Lewin, investiga las informaciones que circulan de manera irregular y se encuentran sometidas a instancias que las demoran o “traban” en algún punto de la cadena comunicacional, y la fluidez con que circulan luego, aquellas que consiguen pasar la barrera.

Este proceso que actúa como una especie de portero, es el seleccionador de noticias que llegan a los medios para que el periodista realice la debida selección y valoración basándose en los criterios que se requieren para una construcción informativa.

Los Gatekeepers son las barreras o filtros que interrumpen la circulación de la información. En el campo periodístico, White “utilizó el concepto para estudiar el desarrollo de la afluencia de noticias a los

canales organizativos de los aparatos de información, y sobre todo para determinar los puntos que funcionan como «porterías», que determinan si la información pasa o es descartada”. (Wolf, citado por Martini, 2000)

Los noticieros por factor de tiempo y espacio necesitan seleccionar y decidir qué realmente es relevante para que su audiencia conozca y se informe.

El rol del gatekeeper es evitar que se filtre información indeseada, se analiza la producción de noticias según los niveles de control que reciben. Los acontecimientos que no son elegidos como “noticia” son los que no cumplen con las condiciones para ser tomados en cuenta. El rechazo de una noticia se debe a varios factores como la falta de tiempo, falta de interés periodístico, calidad de escritura, no tienen relevancia o interés, o son redundantes.

Los temas trascendentales que involucren factores sociales o que causen mayor interés e impacto social son los seleccionados por el gatekeeping. Por su parte, Gomis indicó que como gatekeepers actúan “desde el director que escoge la noticia de portada hasta el redactor que decide qué aspectos de una vista pública pondrá en su crónica o qué datos incluir y cuáles desechará en un suceso” (Gomis, 1991, p. 86).

Así mismo, las decisiones del *gatekeeper* no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad. (Robinson, citado por Wolf, 1987, p. 206)

Los editores de los medios al momento de filtrar información, seleccionan las noticias según los criterios que ellos consideran, pero también existen diversas influencias como la autoridad del dueño del medio, la línea editorial, ideologías, valores personales, presiones del público por las que se rigen dentro del medio. En todo caso, Wolf (1987), confirmaría que las normas de empleo, profesionales y organizativas parecen ser más fuertes que las preferencias particulares al momento del filtro de las noticias, es decir, la tarea

del *gatekeeper* deja de ser una cuestión individual sino que interfieren otros factores.

Por otro lado, Shoemaker explica que, en 1965, Gieber había criticado “los estudios sobre el *gatekeeper* que usan el nivel individual de análisis, sugiriendo que las decisiones de la tarea de *gatekeeping* están bajo la influencia no sólo de los valores del *gatekeeper* sino también de los valores de la sala de redacción y de la audiencia (niveles de las rutinas y social/institucional)”. (Shoemaker, 1991)

2.8 La construcción noticiosa o Newsmaking

Las noticias siempre pasan por una serie de filtro para luego poder ser considerada como pieza informativa. Es decir, para producir una noticia siempre existirá una selección previa. La construcción noticiosa o newsmaking comprende el proceso que se realiza para producir una noticia, desde el momento en que sucede el acontecimiento hasta cuando es transmitida para el público.

Las distorsiones conscientes de la información, según Martini son el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a “instrucciones” (más o menos explicitadas) de la empresa y a actitudes y valores consensuados o al menos aceptados y las distorsiones inconscientes o involuntarias recaen en la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos. Una “distorsión involuntaria” estaría directamente relacionada con lo que se denominan rutinas de producción y con los valores e imaginarios periodísticos, que son compartidos entre colegas y con las instituciones. (Martini, 2000)

El estudio del newsmaking logra diversificar los criterios que se deben tomar en cuenta al momento de la producción de mensajes. Esta práctica es un proceso en donde el periodista y el medio realizan un filtro a todos los acontecimientos y seleccionan la información que sea relevante para que sea convertida en noticia. Los estudios que analizan “la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la «construcción» de los mensajes” (Wolf, 1987, p. 204).

Esta etapa investigativa almacena y mejora las informaciones y los datos fundamentales sobre el estudio de las rutinas productivas que se realizan para la producción de una noticia. Además permite el uso de herramientas útiles para examinar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales (Martini, 2000)

El mundo está sobrecargado de acontecimientos, los medios están obligados a ofrecer y producir mensajes para su audiencia, es por eso que con el objetivo de reproducir noticias, los noticieros deben cumplir con tres requisitos:

- Deben reconocer un acontecimiento como un hecho noticiable; esto depende del acceso al material, del público, -la imagen que los públicos tengan de los periodistas-, y de la competencia, puesto que siempre se debe mostrar lo que la competencia desvela.
- Deben elaborar formas de producir los acontecimientos que no tengan en cuenta la pretensión de cada acontecimiento a un tratamiento idiosincrático (la cultura de un periodista, sus códigos, valores, ideologías y estereotipos, cuáles de cierta forma, distorsionan la realidad)
- Deben organizar el trabajo temporal y especialmente de tal manera que los acontecimientos noticiables puedan influir y ser elaborados de forma planificada.
- Estos elementos están relacionados entre sí. (Tuchman, citado por Wolf, 1987, p. 215)

El proceso que implica el newsmaking es fundamental en los estudios de información audiovisual porque ayuda a determinar los contenidos que podrán ser difundidos, es decir, seleccionar lo que debe convertirse en noticia y lo que no, además de definir y comprender las nuevas tendencias para la construcción de una noticia en estos tiempos donde los medios de comunicación se adaptan de acuerdo a las nuevas necesidades y exigencias de su audiencia.

2.9 Criterios de noticiabilidad

Los criterios de noticiabilidad son los que ayudan al periodista o al medio a seleccionar y decidir que son noticias para ellos y a cuáles se les debe atribuir la importancia que se merecen. Para la autora Stella Martini, “en la práctica, los criterios de noticiabilidad permiten al periodismo identificar la densidad significativa de los acontecimientos” (Martini, 2000).

Para la aplicación de estos parámetros, los medios deben evaluar el valor de la noticia. Según la autora se considera a acontecimiento como noticia por su valor informativo. Además, indica que el pasaje de las categorías acontecimiento a la categoría noticia es el resultado de un trabajo en producción cuyo primer paso consiste en la aplicación discrecional de los criterios de noticiabilidad establecido por los medios. (p.84)

Las características de Carl Warren referente a las noticias fueron tomadas en cuenta durante mucho tiempo donde el autor las definía en: actualidad, proximidad, relevancia, rareza, conflicto, suspenso, emoción y consecuencia. (Warren, 1979). Sin embargo, además del estudio de Warren, la autora Stella Martini en su libro “Periodismo, noticia y noticiabilidad” le agregaría otros criterios a los valores que se le atribuye a la noticia donde explica los efectos que un suceso pueda tener sobre la sociedad. Los valores-noticia más importantes seleccionados para esta investigación son:

Novedad: es la marca que define la noticia porque es “índice de la variación en el sistema”, que implica la existencia del hecho como ruptura.

Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo: refuerzan la marca de novedad de un hecho, permiten su énfasis, apelan a la curiosidad que pueda despertar, y a la inquietud que provoca. Un hecho original es más noticia porque es más novedad. Los hechos imprevisibles operan con fuerza en los imaginarios sociales, propician el surgimiento de significaciones asociadas a la inseguridad y la amenaza. (...) Los acontecimientos marcados por la imprevisibilidad no desaparecen fácilmente de las agendas mediáticas, la conmoción que provocan probablemente se resuelva en nuevos acontecimientos (como medidas para paliar la situación o para corregirla) que se constituyen en serie, y

la información periodística puede permitir una cierta sensación de tranquilidad ya que posibilita que el público reorganice la percepción de la realidad y sus actividades habituales.

La evolución futura de los acontecimientos: marca la significatividad que el acontecimiento adquiere respecto de las expectativas en la sociedad, ya sea que se trate de un hecho que debe resolverse, o que tenga un desarrollo secuencial (...) La posibilidad de permitir la evolución futura de la información se relaciona también con la base de la práctica periodística: una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días. (...) se puede pensar en la incidencia que un acontecimiento tiene sobre las agendas públicas, ya sean éstas locales, o sectoriales, sobre las agendas nacionales o internacionales, y sobre otras agendas conectadas con el tema.

La proximidad geográfica: (...) Cuando más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta. (...) La proximidad se enlaza con el efecto sobre lo local y, en el caso de la información televisiva, las imágenes golpean por el reconocimiento posible. Este valor se asocia con la cantidad de las personas implicadas.

El grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento: se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción. Aquí se incluyen las formas de articulación con el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, o sobre el interés local. Las noticias nacionales pesan más que las internacionales, a menos que las internacionales refieran a hechos que comprometen la nación. Las locales son más relevantes que las nacionales cuando afectan a un gran número de personas, y tienen consecuencias sobre el futuro de una comunidad (elecciones a intendente, impuesto local, incremento del delito, epidemias).

La magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados: se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad. Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos.

La jerarquía de los personajes implicados: apela a las apariciones es la presencia pública de personajes conocidos que son siempre noticia. Ellos significan la presencia del comentario en la información, porque entra en juego la popularidad, garantía de la repercusión de la aparición. Pero también adquieren valor de noticiabilidad los hechos protagonizados por personajes comunes, que pueden referir a colectivos o grupos cercanos al interés o la simpatía del público. (...) Muchas veces, algunos personajes comunes adquieren publicidad y se

instalan como nuevos actores en el espacio público: se trata por lo general de hechos que provocan un sentimiento de empatía con los personajes o las situaciones implicadas, o que irrumpen con el dato grave e imprevisible, o que permiten al periodista la nota de interés humano o de color.

La inclusión de desplazamientos: (...) se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectorias que permiten efectos diversos sobre la sociedad. Son útiles para la práctica periodística porque son hechos anunciados, previstos, con una organización detrás, y resultan más fácilmente abordables, y son muy adecuados para la televisión, por su carácter visible, notorio y espectacular. Presentan las ventajas que se prolongan en el tiempo, y permiten la instalación de series (no muy extensas), provocan resultados casi inmediatos, forman parte de las rutinas informativas y de lo que podría llamarse la "normalidad informativa". (págs. 90 - 95)

Según las cualidades que el acontecimiento presenta en relación con los procesos productivos, los criterios más importantes son:

La comprensión e inteligibilidad

Impiden la confusión. Cuando un hecho no es comprensible, el periodismo suele descartarlo o esperar a la obtención de mayor información a través de fuentes alternativas. (...) Este tipo de hechos dan respetabilidad a los diarios, y corresponden a los modelos informativo-interpretativo de la prensa gráfica (algo que puede ser informado de manera clara y comprensible).

La credibilidad

Construye un dato confiable, mientras que un hecho de escasa credibilidad enfrenta al periodismo a la posibilidad de violar sus normas tácitas de concisión y brevedad, ya que lo obliga a realizar complejas operaciones de explicitación y legitimación.

La brevedad

Se relaciona con las cualidades anotadas antes, y consiste en la posibilidad de construir una noticia en pocas líneas o al menos de manera directa.

La periodicidad

(...) los hechos que son habituales y tienen una aparición periódica en los medios son más fáciles de construir y también de interpretar por el público que los consume.
(pág. 96)

Estos criterios resultan indispensables e importantes al momento de que el periodista o el medio filtran y seleccionan una noticia pues aportan de manera

directa para el ejercicio periodístico diario. Por otro lado, Wolf advierte que estas características de fondo pueden explicarse por las modalidades productivas de la información y que el conjunto de factores que determina la noticiabilidad de los acontecimientos permite realizar cotidianamente la cobertura informativa, pero obstaculiza la profundización y la comprensión de muchos aspectos significativos en los hechos presentados como noticias. (Wolf M. , 1987)

2.10 Calidad informativa

A pesar de que la *calidad informativa* de los contenidos transmitidos en los noticieros de los medios de comunicación siempre ha estado bajo observación, no se ha alcanzado un consenso exclusivo y/o definitivo de sus parámetros. Algunos investigadores han analizado y concretado sus criterios sobre lo que para ellos es la calidad informativa.

“Philip Meyer define calidad como credibilidad, y su tesis es que los periódicos no proveen información sino influencia. Sin embargo, (...) admite que su mayor dificultad es definir la credibilidad de un medio de comunicación” (Meyer, citado por Gutierrez, 2006, p.32).

El concepto de calidad, aplicado al periodismo, tiene una gran complejidad, tanto así que no es posible hablar de manera exclusiva de calidad informativa sino más bien de calidad periodística, ya que los elementos que la componen no se encuentran sólo en el producto como tal (la información publicada) sino en todo el proceso de su producción y envuelve tanto a periodistas y editores como a quienes administran la empresa periodística como tal. (Gutiérrez, 2006)

El presente trabajo toma como marco de referencia los criterios de calidad expuestos en una investigación realizada por Casañas y Morales (2016, p. 14)

Criterios de calidad periodística	Descripción
Antecedentes	Son los hechos que hayan producido el evento noticioso principal.
Historia	Son eventos noticiosos de similares o iguales características del hecho abordado y que hayan ocurrido con unos años o décadas de anterioridad.
Proyección	El comunicador social vaticina eventos futuros que se podrían desprender del hecho principal a partir de la investigación
Fuentes	Número de fuentes consultadas
Tipos de fuentes	Pueden ser fuentes documentales, humanas, con información extraída de la web o ambas (fuentes digitales)

Figura 10: Criterios de calidad periodística.

Fuente: Casañas y Morales (2016).

2.11 Información ambiental

El periodismo ambiental ha sido un área de especialización poco estudiada desde el punto de vista académico. Pocas veces los periodistas se interesan en difundir información sobre biodiversidad o recursos naturales. Por el contrario, sus historias se concentran en su mayoría en problemas que tengan relación con lo más próximo a las personas: la contaminación del aire o manejo de basura en su ciudad (Jukofsky, 2000).

“Los periodistas deben de tener la oportunidad de dejar su oficina e ir al campo para informar para informar sobre “temas verdes”, es decir, aquellos que están ocurriendo permanentemente en nuestra naturaleza y que no constituyen un escándalo” (p. 28).

Esta comunicación no busca simplemente transmitir información y mensajes, sino también educar y formar al ciudadano a través de procesos comunicativos que influyan en el cambio de actitudes, valores, prácticas y comportamientos. Es un instrumento que permite que el conocimiento científico básico se difunda y llegue a todos los sectores y actores sociales con el fin de que sus actividades no perjudiquen, dañen, o causen procesos irreversibles de deterioro del

medio ambiente. La comunicación ambiental a nivel macro-social trata de educar e informar sobre qué es la gestión ambiental, sus fines, objetivos y métodos para que las decisiones relativas al desarrollo no dañen al medio ambiente (...) mientras que a nivel micro o individual intenta formar a los ciudadanos para que éstos adecúen sus formas de consumo y estilos de vida a prácticas ambientales sanas. (Agirre, 2011, p. 25)

Los temas que aborda el periodismo televisivo, según Joaquín Fernández son:

- Residuos (urbanos, industriales, agrícolas, hospitalarios, nucleares, suelos contaminados).
- Agua (ríos, pantanos, trasvases, regadíos, contaminación de aguas superficiales y subterráneas, depuración, nuevas tecnologías, plantas desalinizadoras, el canon de vertido, las confederaciones hidrográficas).
- Bosques (incendios, repoblaciones).
- Conservacionismo o protección de la naturaleza (espacios protegidos, parques naturales y nacionales, especies de fauna y flora en peligro de extinción, comercio y tráfico de animales, caza y pesca, biodiversidad, aves).
- Mares (contaminación marina, efectos del mar en el clima, recursos marinos, disminución de recursos pesqueros, especies en peligro de extinción (las ballenas como especie emblemática), la contaminación radiactiva de los mares, (los vertidos de residuos nucleares y otros residuos especialmente impactantes, mareas negras).
- Costas (especulación urbanística, regeneración de playas).
- Suelo (especulación urbanística, erosión y desertificación).
- Energía (energías convencionales, energías alternativas, la energía nuclear, los residuos nucleares, el ahorro y la eficiencia energética).
- Transporte (impactos ambientales de los diferentes medios de transporte, tráfico urbano, automóvil, automóviles del futuro).
- Atmósfera (contaminación atmosférica en general, capa de ozono, efecto invernadero, cambio climático).
- Problemas urbanos (contaminación, tráfico, ruido, zonas verdes, degradación del patrimonio arquitectónico).
- Agricultura (agricultura y ganadería intensiva y extensiva, agricultura ecológica, pesticidas, desarrollo rural, vías pecuarias).
- Nuevas tecnologías. Reconversión ecológica de los procesos industriales. Seguimiento de los numerosos programas de investigación relacionados con la problemática ambiental.
- Las organizaciones ecologistas.
- Desarrollo sostenible y otros conceptos básicos del pensamiento ecológico.
- Turismo (impacto en el medio ambiente y en el uso de los recursos, turismo ecológico).
- Seguimiento de los estudios de impacto ambiental.

- Problemas de población.
(Fernández, citado por Rogelio Fernández, 2002, p. 145)

2.12 Definición de periodismo ambiental

El vocablo *ambiental* prevalece sobre el término *ecológico*, así lo afirmó Fernández, quien además aclaró sus diferencias: “Lo ecológico resulta más conflictivo, pues se asocia a ideología, compromiso, adoctrinamiento, dogma, militancia, lucha, etc. Es sin duda, un término cargado de intencionalidad y hasta de resonancias revolucionarias para muchos.” (Fernández Rogelio, 2003)

El periodismo ambiental es el tratamiento a través de los medios masivos de comunicación de los temas relacionados con el ambiente. Las consecuencias de las actividades del ser humano, como la misma ciencia y la tecnología en particular sobre el planeta, es decir, propone entender la interacción ser humano – naturaleza. (Bacchetta, 2000)

Según (Rekondo, 2002), define al periodismo ambiental como un periodismo en el que se establecen complicidades y confabulaciones con el ciudadano, donde se apelan a las actitudes y comportamientos de las personas, y esto a su vez invita a la acción, a la modificación de conductas entre los individuos.

Los medios de comunicación pueden y deben desempeñar un papel fundamental en la conciencia ambiental de la sociedad, y sin embargo no conceden al medio ambiente la importancia que éste merece. Por su parte, los periodistas ambientales están mejor preparados y tienen cierta conciencia de grupo, pero aún deben enfrentarse a muchas dificultades. (Fernandez Parrat, 2006)

Es un tema incorporado a la agenda de los gobiernos, de las agencias de Naciones Unidas, de los organismos internacionales, del sector empresarial, del académico, y de amplios estratos de la sociedad civil. En otras palabras, su cada vez mayor importancia aumenta proporcionalmente la responsabilidad del periodista a la hora de informar y formar opinión. (Sorhuet, 1975, p. 138)

2.13 Historia del periodismo ambiental

La cumbre realizada en Estocolmo, Suecia, del 5 al 16 de junio de 1972 fue el primer encuentro sobre cuestiones ambientales internacionales (...) es recordada como la conferencia que dio inicio a la conciencia moderna política y pública de los problemas ambientales globales. Y fue precisamente allí donde se afirmó que (Agirre, 2011):

Es esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio ambiente y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el ser humano pueda desarrollarse en todos los aspectos". (p. 10)

En España, la Asociación de periodistas de información ambiental (APIA) fijó definitivamente el término periodismo ambiental en 1994. De este modo, los profesionales de la especialidad «se desvinculaban de las confusiones que podía acarrear el nombre 'ecológico' por su carga ideológica y se reafirmaban en lo ambiental como un ejercicio profesional» (Fernandez Rogelio, 2003)

... en la conferencia de Río de Janeiro, Brasil, del 3 al 14 de junio (...) el informe sobre el estado del medio ambiente del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) señalaba que "los medios de información han contribuido de manera fundamental a centrar más la atención del público en muchas cuestiones ambientales. Sin embargo, su intervención no ha sido por lo general innovadora, sino una mera reacción ante hechos determinados". (Agirre, 2011, p. 11)

En el 2002 se realizó la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible Johannesburgo [Sudáfrica] en donde se dijo que "si no cambian los modelos de patrón de desarrollo se pondrán en peligro el futuro de la Tierra y por consiguiente la de sus habitantes". La cumbre era la ocasión perfecta para firmar acuerdos, planes de acción con objetivos concretos, calendarios y financiación sobre las problemáticas mundiales, sin embargo todo quedó en buenos propósitos, grandes declaraciones políticas y pocos compromisos. (pág. 11)

El “Código” para los periodistas ambientales se estableció en Sri Lanka, donde del 19 al 23 de octubre de 1998 se organizó el Tercer Congreso Mundial de Periodistas Ambientales (Agirre, 2011, p. 14):

1. El derecho a un ambiente limpio y al desarrollo sostenible es fundamental y se encuentra estrechamente vinculado con el derecho a la vida, a la salud al bienestar. El periodista ambiental debe informar al público sobre las amenazas al medio ambiente, ya sea en el ámbito mundial, regional, nacional o local.
2. A menudo, los medios de prensa son la única fuente de información sobre el ambiente. El deber del periodista consiste en aumentar la conciencia del público sobre las cuestiones ambientales y en esforzarse por ofrecer una pluralidad de opiniones al respecto.
3. Al informar al público, el periodista juega un papel esencial, porque permite que las personas adopten medidas para proteger su ambiente. El deber del periodista no consiste solo en dar la alerta de una amenaza ambiental en su comienzo, sino también en realizar un seguimiento del fenómeno y mantener al público al tanto de los acontecimientos. También debería procurar escribir sobre las posibles soluciones a los problemas ambientales.
4. El periodista no debe ser influido en estos asuntos por intereses creados, ya sean comerciales, políticos, gubernamentales o no gubernamentales. El periodista debe mantener distancia de tales intereses y no aliarse con ninguno de ellos. Como regla, debe informar a todas las partes en cualquier controversia ambiental.
5. El periodista debe, en lo posible, citar las fuentes de información y evitar los informes alarmistas o especulativos, así como los comentarios tendenciosos. La autenticidad de su fuente, ya sea comercial, oficial o no gubernamental, debe ser siempre verificada.
6. El periodista ambiental debe promover la equidad en el acceso a la información y ayudar a organizaciones e individuos a obtenerla. La recolección electrónica de datos puede resultar un instrumento útil e igualitario en este sentido.
7. El periodista debe respetar el derecho a la privacidad de los individuos afectados por catástrofes ambientales, naturales o similares.
8. El periodista ambiental no debe dudar en corregir una información que anteriormente creía correcta ni en influir en la opinión pública mediante un análisis a la luz del desarrollo de los acontecimientos. (Agirre, 2011, p. 14)

El periodismo ambiental se enfrenta a una serie de problemas y desafíos que van desde definir su papel en el debate ambiental, pasando por procurar maneras de cubrir o tratar los temas más adecuadas y acceder a fuentes de

información más confiables, hasta captar la atención de unos receptores más interesados en cuestiones de sociedad, entretenimiento o deportes que en el cuidado del medio ambiente (Fernández Parrat, 2006)

Desde luego ha habido avances. Recordemos que en la cumbre de Río – hace ya 20 años- los países de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) presionaron al resto y lograron que en los documentos oficiales de la recordada conferencia no quedara escrito en ninguno de ellos que la combustión de hidrocarburos provocaba el calentamiento global, a pesar de las irrefutables confirmaciones científicas que ya estaban disponibles. Hoy a nadie se le ocurría plantear algo parecido. (Sorhuet, 1975, p. 141)

2.14 Periodismo ambiental en la academia

Estados Unidos es uno de los primeros países en donde en materia de periodismo ambiental se mostró un mayor interés por incrementar los recursos educativos para los estudiantes que deseen dedicarse a generar contenidos ambientales. Ya para 1975 era notorio el aumento de universidades que ofrecían a sus alumnos la posibilidad de hacer dobles licenciaturas en periodismo y otros estudios relacionados con el medio ambiente. (Schoenfeld, 1975)

Según Sorhuet, uno de los mayores problemas que se presentan en el periodismo ambiental, al menos en América Latina, es el espacio o cabida que les dan los medios de comunicación a los periodistas ambientales, por esta razón, cuanto más preparado esté el comunicador, más rápida y mejor será su respuesta ante un desafío profesional. (Sorhuet, 1975, p. 142)

Para transformarnos en buenos periodistas en una temática tan compleja como el cambio climático es menester priorizar la formación permanente en la materia, aprovechando toda oportunidad que se presente y, al mismo tiempo, buscando caminos alternativos complementarios. Si el cambio climático está llamado a ser uno de los asuntos ejes en la construcción de la sociedad de los próximos

decenios, deberá ser un tema de dominio elemental para cualquier periodista que pretenda ser un buen profesional. (Schoenfeld, 1975)

“Ejercer el periodismo ambiental lleva implícita la dificultad de modificar algunos de los patrones clásicos – y muy arraigados- del ejercicio del periodismo” (pág. 135). “Quién si no el periodismo está mejor capacitado para tender este puente entre el público y la información disponible” (Sorhuet, 1975, p. 142).

2.15 Dificultades y retos del periodismo ambiental

El periodista ambiental ha tenido que lidiar con ciertos obstáculos o limitaciones que dificultan su completa y correcta ejecución. Tres son las razones por las que no hay periodistas ambientales: las noticias ambientales generalmente son de escaso interés, los editores y directores no gustan de ella y no es prestigioso ser un periodista ambiental. (Jukofsky, 2000, p. 24).

Los periodistas ganan reconocimiento cuando cubren noticias importantes o de impacto sobre temas de interés. Los periodistas ambientales raramente reciben premios o se vuelven famosos. Por lo tanto, pocos periodistas jóvenes aspiran y se esfuerzan para convertirse en excelentes periodistas ambientales (...) los periodistas muy pocas veces escriben sobre un asunto ambiental importante, si no es un escándalo o una emergencia. A menudo les falta tiempo y recursos para hacer periodismo de investigación (...) Los medios, comúnmente, tienen un déficit de personal y rara vez un editor permite que se dedique más de un día para una historia o está dispuesto a pagar los costos de una investigación fuera de la ciudad (p. 26).

Dice Sagan: “No sé hasta qué punto la ignorancia de la ciencia y las matemáticas contribuyó al declive de la antigua Atenas, pero sé que las consecuencias del analfabetismo científico son mucho más peligrosas en nuestra época que en cualquier otra anterior. Es peligroso y temerario que el ciudadano medio mantenga su ignorancia sobre el calentamiento global, la reducción del ozono, la contaminación del aire, los residuos tóxicos y radioactivos, la lluvia ácida, la erosión del suelo, la deforestación, el crecimiento exponencial de la población”. Ante este panorama, ¿quién forma, capacita, actualiza a los periodistas? Las empresas periodísticas no suelen invertir en sus recursos humanos,

salvo en el terrero del periodismo económico y político. (Sorhuet, 1975, pág. 139)

Hoy en día la información ambiental, sigue estando en un segundo plano si lo comparamos con la información económica, la política o la deportiva. Y esto ocurre aún a sabiendas de que serán los problemas ambientales que ahora comenzamos a vislumbrar los que obligarán a frenar el actual sistema de desarrollo y buscar políticas más sostenibles para garantizar la supervivencia sobre el planeta. (Agirre, 2011, p. 7)

Para Sonia Fernández (2006) “los periodistas que manejan información ambiental se enfrentan a varios impedimentos para ejercer su profesión. Entre las dificultades encontradas están:

- La falta de preparación es la principal causante de que la información transmitida no siempre sea todo lo rigurosa e imparcial que debiera. A esto se suma la necesidad de tener conocimientos de campos como biología, química, gestión y auditoría ambiental, o derecho, entre otros, para poder abordar temas aparentemente muy dispares. Ante esta difícil tarea, es necesario que se fomente la especialización tanto desde la etapa formativa en la universidad como desde los propios medios de comunicación.
- Los responsables de los medios buscan la rentabilidad y siguen mostrando reticencias a contratar a profesionales especializados en detrimento de los periodistas todoterreno capaces de cubrir cualquier tipo de información. Al no existir una sección o espacio fijos para el medio ambiente –que no se crean por considerar que no interesan al público y posiblemente por falta de una concienciación de los propios responsables–, no ven necesaria la contratación de especialistas.
- En mayor medida los que no cuentan con la preparación necesaria, recurren con demasiada frecuencia a las instituciones públicas [como fuente única].
- La dependencia con respecto a los medios para los que trabajan, que a menudo se muestran reacios a otorgar a la temática ambiental la atención que merece.
- En el caso de aquellos medios que hacen un hueco a la información ambiental, no debe olvidarse que a veces sus alianzas basadas en intereses económicos y políticos disminuyen su supuesta neutralidad a la hora de cubrir este tipo de acontecimientos.
- Los medios no son los únicos culpables de que el medio ambiente no goce de más protagonismo. Debido a que se enfrentan a un influjo enorme e incesante de información, los ciudadanos se ven obligados a seleccionar e interpretar las partes de las noticias que tienen algún significado relevante para sus intereses y valores personales. Los receptores parecen prestar cada vez más atención a cuestiones de

sociedad, entretenimiento o deportes en detrimento de otros como el medio ambiente. (Fernandez Parrat, 2006)

CAPÍTULO 3. Metodología

3.1. Enfoque metodológico

La investigación tiene un enfoque mixto; se utilizaron técnicas cuantitativas, encuestas a estudiantes de tres universidades de Guayaquil, tomando en consideración el nivel de educación, alto, medio y bajo. En el método cualitativo se realizaron entrevistas a profundidad a productores de televisión, periodistas y especialistas que tengan experiencia en el campo de temas ambientales. El enfoque mixto nos permitió hacer un acercamiento exploratorio y descriptivo a la investigación.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental.

3.3. La población, la muestra y el tipo de muestreo

Los individuos que participaron directamente en nuestra investigación se definieron a través de la elaboración del cuadro de involucrados donde determinamos que personas o grupos intervendrán, además en el cuadro se detalla el tamaño de muestra que utilizaremos, el tipo de muestreo y la técnica que empleamos. Los involucrados nos brindaron los resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación.

Tabla 1: Involucrados.

<u>GRUPO INDIVIDUO</u>	TAMAÑO GRUPO (N)	TAMAÑO MUESTRA (n)	TIPO MUESTREO	<u>MÉTODO TÉCNICA</u>
Productores y periodistas de noticieros de televisión.	4	4	intencional	Entrevista a profundidad
Estudiantes de los dos últimos ciclos de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	48	48	-----	Encuesta
Estudiantes de los dos últimos ciclos de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil	347	182	Aleatorio Simple	Encuesta
Estudiantes de los dos últimos ciclos de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana.	75	75	-----	Encuesta
Directores y catedráticos de la Carrera de Comunicación social y periodismo de la Universidad de Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana y Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.	4	4	Intencional	Entrevista.

Se seleccionaron a estudiantes de los tres últimos semestres de la carrera de Comunicación Social de las universidades Católica de Santiago de Guayaquil y Politécnica Salesiana. En el caso de la Universidad de Guayaquil (Facso) se eligió la muestra aleatoria a estudiantes que cursaban el último semestre.

El tamaño de la muestra solo se realizó para la Universidad de Guayaquil que tuvo 347 estudiantes en su último ciclo, por lo tanto, el muestreo aleatorio simple consideró a 182 de 7 paralelos para ser encuestados. En cambio, para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil se encuestó a 48 estudiantes y la Universidad Politécnica Salesiana a 75 estudiantes, dejando como resultado un total de 305 estudiantes encuestados. Se seleccionó a estudiantes que cursaban los últimos ciclos porque de acuerdo a su nivel académico de formación y conocimientos adquiridos sobre periodismo ya tienen un criterio formado y pueden analizar si existe una escasa influencia de los medios de comunicación para crear una conciencia ambiental en la sociedad, además de identificar si dentro de la academia se interesan por los temas ambientales para en el futuro realizar un periodismo ambiental de forma responsable.

También se entrevistó a productores, periodistas de medios de comunicación para conocer sobre la perspectiva que tienen referente a los temas ambientales.

3.4 Métodos y técnicas de investigación

La investigación consistió en el análisis exploratorio para determinar si existe una baja o escasa incidencia en los medios de comunicación, monitoreando para este estudio a Ecuavisa.

Se analizaron los datos para la obtención de resultados, lo primero que se realizó fue la elaboración del cuadro de variables de conciencia ambiental y periodismo ambiental.

Se elaboró una base de datos en Excel para realizar la tabulación de los resultados de las 16 preguntas que fueron expuestas en la encuesta que se aplicó a 305 estudiantes de la carrera de comunicación social de la

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana y Universidad de Guayaquil (Facso).

3.4.1 Análisis de contenido de material audiovisual

La investigación consistió en realizar un monitoreo exploratorio entre la fecha del 13 de junio al 02 de julio del 2016 de las noticias sobre reportajes que tengan contenidos ambientales. Estas piezas periodísticas fueron extraídas del noticiero de Ecuavisa dentro de su horario de emisión de estelar. El noticiero de Gama TV fue considerado también para dicho estudio, sin embargo, este último medio expresó no tener material audiovisual en las fechas establecidas, posteriormente comentó tener un reportaje, pero finalmente no se comprometieron con la causa. Uno de los periodistas de este medio indicó que una de las razones por el que no facilitaron el material solicitado fue porque sufrieron inconvenientes técnicos al borrarse en su mayoría los materiales que se guardan en el área de archivo, lugar donde se almacenan todos los productos audiovisuales.

Esta observación se realizó para determinar los criterios de calidad y noticiabilidad, abordaje o tratamiento, frecuencia y repercusión que se le dan a temas ambientales, los recursos audiovisuales que utilizan para lograr comprobar si cumplen con lo establecido. Luego se elaboró una tabla para cada noticia/reportaje que estuvo bajo observación.

3.4.2 Investigación Bibliográfica

La investigación contó con la ayuda de plataformas virtuales como Scielo, Dialnet plus, Google Académico, quienes nos proporcionaron libros académicos, revistas, repositorios de universidades del exterior e investigaciones que han realizado por especialistas o periodistas acerca de temas ambientales, conciencia ambiental o periodismo ambiental.

3.4.3 Entrevistas a profundidad

Esta técnica sirvió para recopilar información y conocer la percepción, experiencias y recomendaciones de productores y periodistas que están inmiscuidos en los noticieros televisivos. Con anticipación se elaboró un cuestionario de preguntas tomando como referencia el cuadro de variables que se realizó para este proyecto.

3.4.4 Encuesta

Se aplicó una encuesta a estudiantes de los tres últimos ciclos de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, para conocer la perspectiva que tienen sobre las noticias de índole ambiental que se transmiten en los medios de comunicación. Además, se buscaba la opinión que tienen los estudiantes sobre la posible incorporación de una materia de periodismo ambiental dentro de su carrera.

Para descifrar los resultados de las encuestas, se realizó un conteo manual de cada una de las personas encuestadas y posteriormente se efectuó la tabulación ingresando los datos arrojados de la encuesta a través de Microsoft Excel. A partir de ese procedimiento se inició un análisis detallado de cada pregunta, que fue acompañado de un gráfico estadístico donde se describe la interpretación de la información proporcionada por datos porcentuales.

3.4.5 Cobertura y Localización

En la cobertura y localización, el desarrollo de la investigación está dirigida a estudiantes de los tres últimos ciclos de la carrera de comunicación social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y Universidad de Guayaquil (Facso). La investigación se desarrolla en un ambiente televisivo, puesto que para el proyecto se consideró el noticiero Televistazo, emitido por Ecuavisa. Para esto se entrevistó a periodistas y productores de Ecuavisa, así mismo de Gama Tv. Los entrevistados se localizaron en Guayaquil.

Tabla 2: Definición operacional de la conciencia ambiental.

Variable 1	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica de Investigación
Conciencia Ambiental	Componente cognitivo (conocimientos de problemas ambientales)	Información ambiental	ideas	Análisis de contenido
		Nivel comprensión de la información	Alto Medio Bajo	Encuesta y entrevista
	Afectiva	Percepción del entorno	Creencias Necesidades	Encuesta
	Disposiciones (criterios preambientales)	Participación ambiental	Actividades ambientales	Encuesta
		Sensibilidad ambiental	Preocupación personal por el interés del medio ambiente	Encuesta y entrevista
	Activa (Impacto ambiental)	Acciones y comportamientos ambientales	Positivos Negativos Conducta colectiva Conducta individual	Encuesta
			Interés por el tema	Activista Seguidor Simpatizante Observador Medios de comunicación Instituciones Educativas Instituciones Públicas Organizaciones Ambientales

Tabla 3: Definición operacional de información ambiental.

Variable 2	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica de Investigación
Información Ambiental	Abordaje o tratamiento periodístico	Criterios de calidad periodística	Antecedentes Historia Proyección Fuentes	Análisis de contenido
		Criterios de noticiabilidad	Novedad Evolución futura de los acontecimientos Grado de importancia de un acontecimiento Proximidad Periodicidad	Encuesta Análisis de contenido
		Condiciones o requisitos para difundir contenido ambiental	Interés del medio sobre temas ambientales: Si la noticia es de impacto Solo si afecta al país Si tiene características de sucesos Si afecta la localidad Si es de trascendencia internacional Si involucra daños humanos No se interesa en estos temas	Encuesta Entrevista
	Formación técnica del comunicador	Formación en periodismo ambiental	Seminarios Investigación Propia Taller Cursos online Cursos presenciales Especialización	Entrevista

			Maestría Doctorado Post Doctorado	
	Contenido Ambiental	Repercusión de los temas	Reciclaje Educación Ambiental Ecología Reforestación Áreas protegidas Cambio climático Contaminación Huella ecológica	Encuesta
		Consumo	Interés en el tipo de contenido	Encuesta y entrevista
	Dificultades	Conflicto de intereses	Falta de tiempo y espacio Falta de interés político de los medios Falta de continuidad en el tema Falta de tiempo y recursos para hacer periodismo de investigación. Prohibición para el acceso a la información. No contar con un buen banco de fuentes de información. Falta de compromiso. Poco entrenamiento sobre temas ambientales.	Encuesta Entrevista
	Impacto del contenido	Nivel de comprensión de la información	Alto, medio, bajo.	Encuesta

CAPÍTULO 4. Resultados y Análisis

4.1. Resultados de las entrevistas a periodistas y productores de Ecuavisa y Gama TV.

Tabla 4: Entrevistas a periodistas de Ecuavisa y Gama TV.

Tema	Fernando Terranova (Ecuavisa)	Emilio Zamora (Gama TV)
<i>Sobre periodismo ambiental</i>	Entiendo que es el proceso investigativo, de elaboración y publicación de contenidos relacionados al medio ambiente.	Es el periodismo que se encarga de mostrar la realidad del medio ambiente, todo lo que tenga que ver con los impactos y modificaciones del entorno natural.
<i>Interés de los estudiantes sobre temas ambientales, frente a su bajo consumo de noticias de este tipo</i>	Los espectadores tienen poco interés en temas medioambientales, de ahí que los directores de contenido en los noticieros prefieren dar al público lo que desea ver (crónica, judiciales, política, economía), y dejan de lado el periodismo ambiental.	Opino que en los noticieros poco o nada se difunde sobre el medio ambiente.
<i>Nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros televisivos de Guayaquil</i>	Escaso.	En la escala del 1 al 10. Le pongo 4.
<i>Prioridad al abordaje de noticias sobre temas ambientales</i>	Poca prioridad que da el público. Lo que los medios ofrecen es el reflejo de la sociedad para la que trabajan. Tendría que ocurrir algún desastre natural derivado de alguna cuestión	No se le da el interés que se merece. Y para que esto no ocurra, se debe

	ambiental para que ese tipo de noticias se conviertan en titular.	empezar con armar una agenda para difundir noticias medio ambientales.
<i>Plan de acción para posicionar el tema ambiental en los noticieros</i>	No depende de que los medios impongan este tipo de contenidos, sino más bien en que las audiencias se interesen. Sin embargo, podría empezarse por emitir informes especiales sobre temas ambientales que llamen la atención del espectador.	Se debe establecer una agenda con el fin de crear contenidos. Empezaría con segmentos verdes en los noticieros y los haría atractivos, para captar a los publicistas.
<i>Análisis del manejo del Periodismo ambiental en los noticieros televisivos</i>	El periodismo ambiental es una de las últimas ruedas del coche dentro de esta profesión. En la mayoría de los casos no existe un periodista de temas ambientales. Esto refleja el poco interés de los medios en publicar este tipo de temas que, en gran medida se debe a lo que las audiencias quieren ver.	Creo que los directores de medios han descuidado el tema.
<i>Importancia del papel del periodista ambiental</i>	Importante sí, pero no fundamental.	Es una cuestión de conciencia, la gente no se preocupa en cuidar este mundo y ya se buscan otros planetas para migrar, parece descabellado, pero es la verdad.
<i>Conciencia ambiental en la ciudadanía guayaquileña y estrategias para su generación</i>	No existe conciencia medioambiental y eso se evidencia cuando vemos a alguien botar desperdicios a la calle. Es muy difícil crear conciencia que no depende de los medios. Sin embargo, si lo que se quiere es empezar por	En las escuelas propondría una ley, para que los alumnos le dediquen 30 minutos en la limpieza de su escuela 3 veces a la semana. En Japón, es

	algún lado, los medios podrían enfatizar en la amenaza del cambio climático para alertar a la ciudadanía de que el problema es real.	norma. En Latinoamérica es castigo para quienes se portaron mal en clases.
<i>Sobre los temas más preponderantes de corte ambiental en el Ecuador de los últimos años que han creado un nuevo paradigma en términos de periodismo ambiental. Caso Chevron y caso Yasuní</i>	Ese tipo de temas se tergiversó y se trató más de una manera política que medioambientalista. El paradigma es el mismo. Lo único que se logró es que una mayor cantidad de ecuatorianos conozca dónde queda el Yasuní.	Considero que sí. Al menos ya se habla del tema.
<i>Los fines a los que responde la difusión de información ambiental. (Ambiental, económico, político o social).</i>	A la gente le preocupan las sequías no por las vacas que se mueren, sino por la afectación que podrían generar a la economía. De cierta manera, se pone en evidencia el egoísmo del ser humano.	Es cierto. Sin interés no hay acción inmediata.
<i>Frecuencia con la que se transmite contenidos ambientales en los medios en los que labora</i>	En el medio en el que laboro se da con poca frecuencia. Se suele dar apertura a este tipo de temas cuando viene acompañado de alguna repercusión a otro nivel (político, económico, social).	Casi nunca.
<i>Preparación académica de los periodistas ambientales</i>	Sí es necesario tener una base sólida respecto a temas medioambientales porque, si bien es cierto, no se cubren con frecuencia, en algún momento nos va a tocar.	Pienso que sí. En todos los escenarios.

Tabla 5: Entrevista a Productores de Ecuavisa y Gama TV.

Tema	Joao Chiluzza (Ecuavisa)	Geovanna Montero (Gama TV)
<i>Lo que se entiende por Periodismo Ambiental</i>	El periodismo ambiental es la información ya sea escrita o audiovisual, sobre lo que sucede en el medio ambiente, sus alrededores, su entorno, sus principales figuras, como es la naturaleza y todo lo que conlleva eso, incluido nosotros como personas.	El periodismo ambiental es una de las especialidades periodísticas más amplias y completas, abarca con igual énfasis los aspectos científicos, sociales, políticos, económicos, culturales, ambientales, y éticos.
<i>Periodistas especializados en medio ambiente</i>	Todos están preparados en poder cubrir cualquier tema relacionado al medio ambiente.	Mis compañeros tienen que saber manejar todos los temas que se les designen.
<i>Nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros hacia la ciudadanía</i>	A partir de la ley de comunicación ciertos contenidos ambientales son más periódicos en las pantallas de algunos medios, pero no es el óptimo, son contados. La mayoría no son vistas por que no logran el dinamismo necesario para que sean consumidos por el espectador.	Le falta mucha más difusión a los noticieros, hacer conocer a los ciudadanos la importancia del medio ambiente, esto nos ayudaría a saber qué camino tomar a la hora de educar a las nuevas generaciones para conseguir así un desarrollo más sostenible.
<i>Limitaciones para realizar un periodismo ambiental orientado a la concientización</i>	Las limitaciones pueden ser las mismas personas a las que les llegará el mensaje. El periodismo ambiental es un reto para las personas que lo desarrollan porque no	No contestó.

	siempre son temas que son escuchados si no se lo muestra bien.	
<i>Plan de acción para que los noticieros posicionen el tema ambiental dentro de su agenda setting</i>	Una buena forma a mi punto de vista son los ejemplos, es necesario ser bien explicativos y lo visual puede ayudar bastante a que tengamos conciencia de algo que deseamos exponer.	Conseguir un equilibrio entre los aspectos económicos, aspectos ambientales y aspectos sociales.

Ante todo lo expuesto por los especialistas en comunicación periodística, se concluye que el abordaje y relevancia que los medios de comunicación Ecuavisa y Gama TV le prestan a la difusión de temas ambientales es escaso, por lo tanto el nivel de difusión ambiental es mínimo e insuficiente.

4.2 Resultados de encuestas a estudiantes

La encuesta fue aplicada a un total de 305 estudiantes que fueron seleccionados de los dos últimos ciclos de las carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), Universidad Politécnica Salesiana (UPS), y Universidad Guayaquil (Facso).

Ciclo

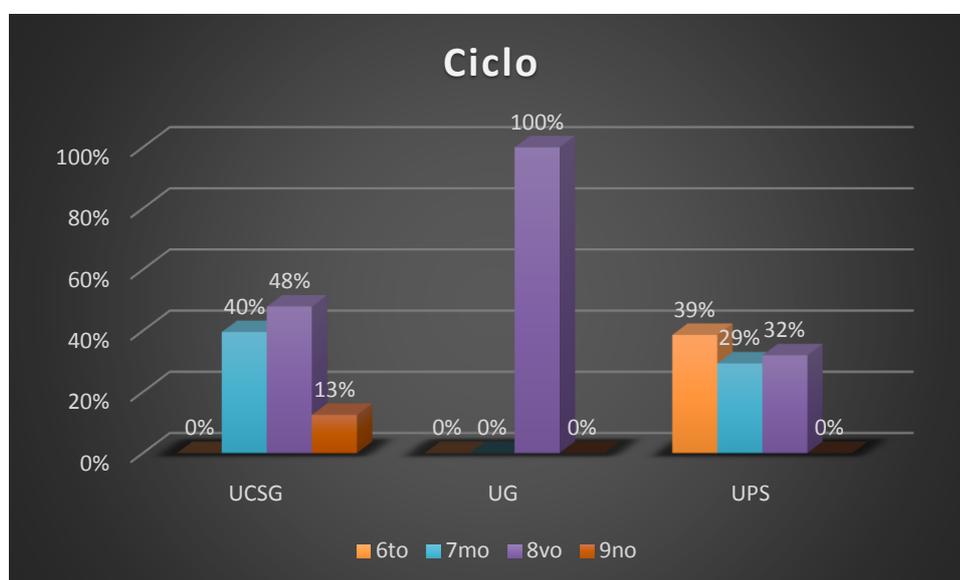


Figura 11: Total de estudiantes encuestados.

En la UCSG se aplicó a 48 estudiantes que cursaban los últimos tres ciclos. En 7mo ciclo fueron encuestados 19 alumnos que representan el 40% de la muestra; en 8vo ciclo a 23 que representan el 48% de la muestra; de la misma manera en 9no ciclo se encuestó a 6 que representan el 13% de la muestra.

En cambio, para la UG se encuestó a 182 alumnos del 8vo ciclo que representan el 100% de la muestra, pero fue dividida en 7 paralelos con 26 estudiantes.

En el caso de la UPS se aplicó la encuesta a 75 estudiantes; en 6to se encuestó a 29 estudiantes que representan el 39% de la muestra; en 7mo se encuestó a 22 estudiantes lo que representa el 29% de la muestra; y para 8vo ciclo se encuestó a 24 estudiantes que representan el 24% de la muestra.

Pregunta 1.

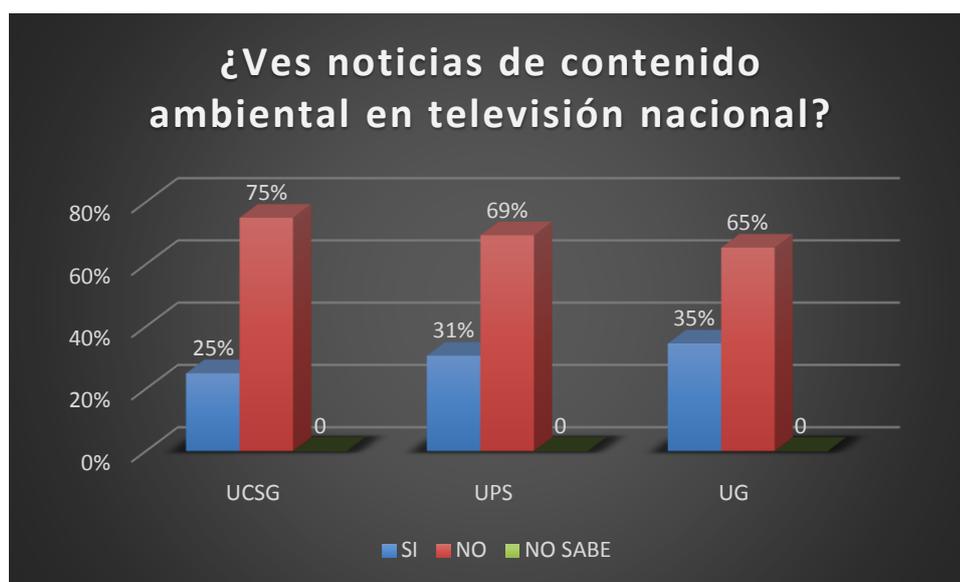


Figura 12: Pregunta 1 ¿Ves noticias de contenido ambiental en televisión nacional?

Mediante el gráfico se observa que el 25% de los estudiantes de la UCSG contestaron que sí ven noticias de contenido ambiental, mientras que un 75% señaló que no ven noticias de contenido ambiental en televisión nacional. La UPS dijo en un 31% que sí ven contenidos ambientales, pero un 69% mencionó que no ven este tipo de noticias. La Universidad de Guayaquil, la de mayores encuestados, en cambio mencionó que en un 35% sí ven noticias de contenido ambiental, con una diferenciación de un 65% que señalaron que no lo hacen.

Estos resultados comprueban que la mayoría de la población que fue encuestada no ven noticias de contenido ambiental en la televisión nacional, mientras que una baja cantidad de encuestados sí ven este tipo de noticias. Evidentemente hay una diferencia porcentual abismal, se entiende que existe

cierta cantidad de la población que sí consumen noticias ambientales en televisión nacional, pero es mínima a comparación de las que no lo hacen.

Pregunta 2.

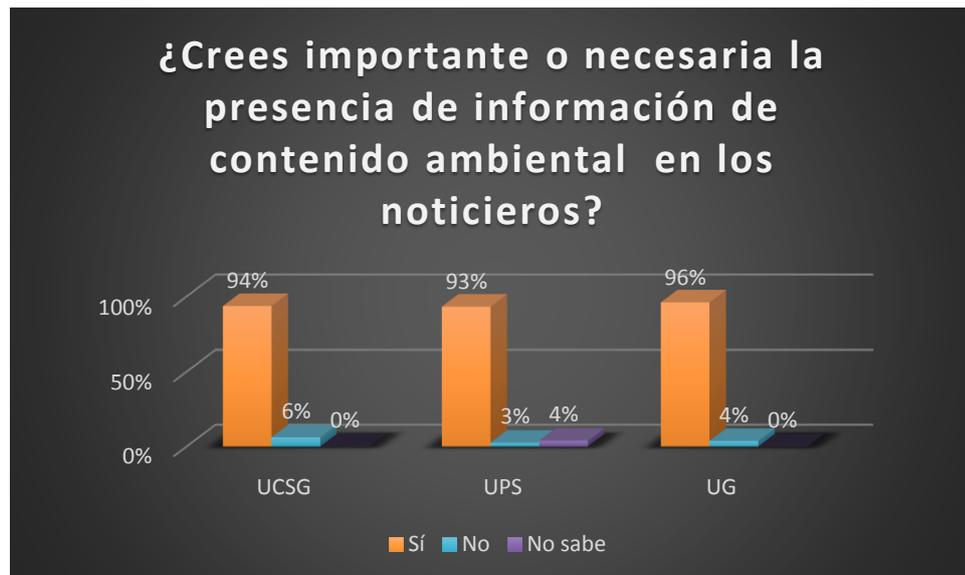


Figura 13: Pregunta 2 ¿Crees importante o necesaria la presencia de información de contenido ambiental en los noticieros?

Los resultados arrojados de la encuesta corresponden a que los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo sí creen importante y necesaria la presencia de información de contenido ambiental dentro de los noticieros de los medios de comunicación.

Así tenemos que para el caso de la universidad de Guayaquil (Facso), con una cifra significativa, un 96% sí consideran importante la presencia de información de contenido ambiental en noticieros, la UCSG en un 94% señalaron que sí y en la UPS en un 93% también consideran importante la figura de temas ambientales en los noticieros televisivos.

En cambio, en un porcentaje menor, el 6% de los estudiantes de la UCSG, el 3% de la UPS y el 4% de la UG manifestaron que no consideran importante la presencia de contenidos ambientales en la televisión. Sin embargo, una minoría mantienen una posición incierta, el 4% de los estudiantes de la UPS

desconocen si sea importante o no la aparición de contenidos ambientales en tv nacional.

Pregunta 3

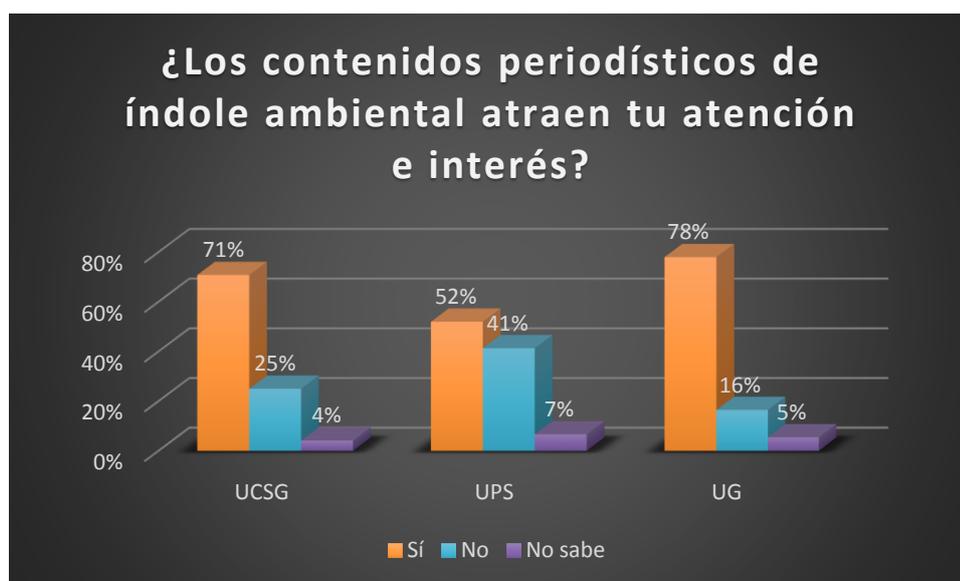


Figura 14: Pregunta 3 ¿Los contenidos periodísticos de índole ambiental atraen tu atención e interés?

Esta pregunta dentro de la encuesta es fundamental porque con ella la intención es conocer la conciencia ambiental que tiene la población.

Los jóvenes universitarios de la UCSG indicaron en un 71% que los contenidos periodísticos de índole ambiental atraen su atención, un 25% indicaron lo contrario, tan solo un 4% se mostraron indecisos por lo que marcaron la opción “No sabe” para dejar plasmado su inseguridad. En el caso de la UPS, aproximadamente la mitad de los encuestados, un 52 % indicaron que sí les atraen los contenidos ambientales, la diferencia con los que no se muestran interesados por este tema fue mínima pues un 41% indicaron que no son de su interés los contenidos ambientales, pero un 7% no estaba seguro sí les interesaban o no estos temas, por lo que podemos decir que esta pequeña parte de los encuestados se encuentran desorientados o desconocen sobre estos temas.

Por su parte, en la Universidad de Guayaquil (Facso), un 78% también indicaron que muestran interés por los temas de información ambiental, mientras que un 16% manifestó su desinterés por los contenidos ambientales. Tan solo un 5% mantenía una posición dudosa pues indicaron que no sabían si estos temas llamaban su atención.

Con este resultado podemos concluir que existe un gran interés de los estudiantes de comunicación y periodismo por los contenidos ambientales, pero también hay una parte considerable de los encuestados que no se muestran atraídos.

Pregunta 4

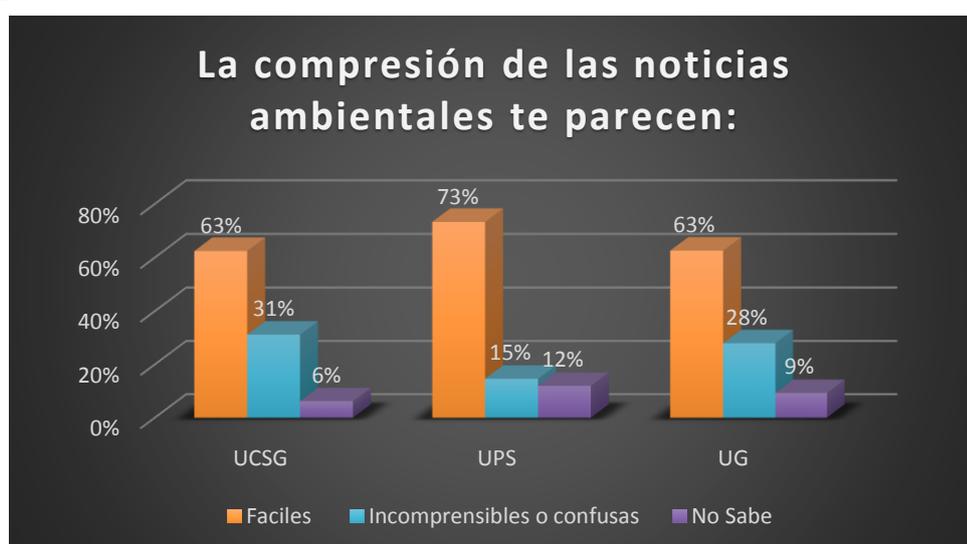


Figura 15: Pregunta 4 La comprensión de las noticias ambientales te parecen: fáciles, incomprensibles o no sabe.

Según las cifras de los estudiantes de comunicación y periodismo de las tres universidades que fueron encuestadas, el 63% de la UCSG y el 73% de la UPS coinciden que les parece fácil la comprensión de las noticias ambientales.

Sin embargo, al 31% de los jóvenes de la UCSG, 15% de la UPS y 28% de la UG les parecen incomprensibles y confusas las noticias de carácter ambiental. Existe una cifra porcentual menor del 12% dentro de las tres universidades que no saben si son fáciles o confusas.

Pregunta 5

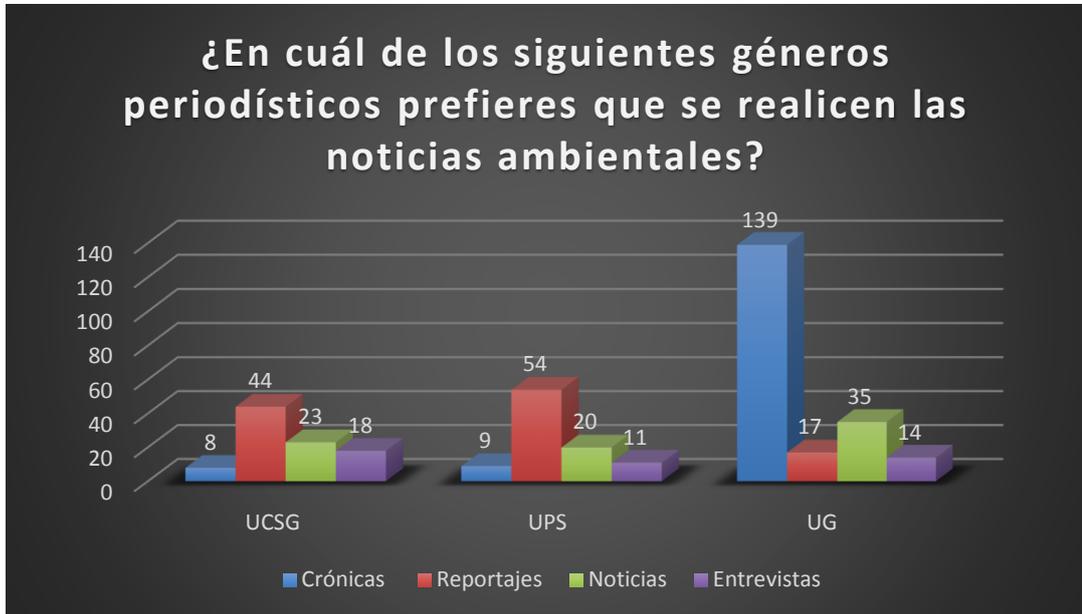


Figura 16: Pregunta 5 ¿En cuál de los siguientes géneros periodísticos prefieren que se realicen las noticias ambientales?

Las respuestas de los encuestados en esta pregunta dejaron una gran sorpresa, pues 139 estudiantes de la UG indicaron que les gustaría que se realicen las noticias ambientales en forma de crónica, frente a 8 de la UCSG y 9 de la UPS. En segundo lugar, quedó que los 44 estudiantes de la UCSG, 54 de la UPS y 17 de la UG prefieren que los temas ambientales se los realice a manera de reportaje. En tercer lugar, se encuentran encasilladas las noticias, pues 23 de la UCSG, 20 de la UPS y 35 de la UG manifestaron que en este género periodístico se deberían realizar este tipo de contenidos. Y, por último, las menos consideradas para que se realicen contenidos ambientales fueron las entrevistas, un 18 de la UCSG, 11 de la UPS y 14 de la UG así lo dejaron señalado en las encuestas. Con esto se deja claro que los tres géneros periodísticos que más destacaron los estudiantes fueron la crónica, reportaje y noticia, considerando a estos como los ideales para realizar contenidos ambientales.

Pregunta 6

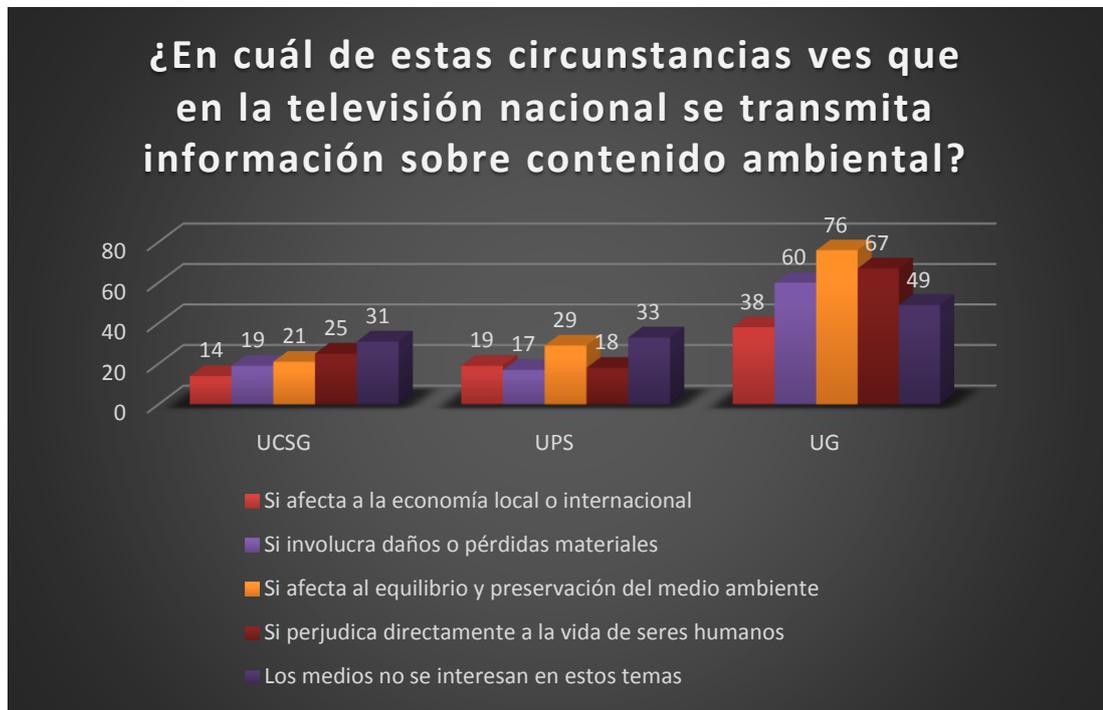


Figura 17: Pregunta 6 ¿En cuál de estas circunstancias ves que en la televisión nacional se transmita información sobre contenido ambiental?

Los estudiantes encuestados han determinado que en la televisión nacional se transmite información sobre contenido ambiental solo si afecta al equilibrio y preservación del medio ambiente y si perjudica directamente a la vida de los seres humanos, pero también afirmaron que los medios de comunicación no se interesan por estos temas. Sin embargo, los resultados varían según las universidades.

31 Estudiantes de la UCSG, 33 de la UPS y 49 de la UG indicaron que definitivamente los medios no muestran interés por temas ambientales; 25 de la UCSG, 18 de la UPS y 67 de la UG dijeron que en la televisión nacional se transmite información sobre contenido ambiental solo si perjudica directamente a la vida de seres humanos; 21 de la UCSG, 29 de la UPS y 76 de la UG (la mayoría) dijeron que solo si afecta al equilibrio y preservación del medio ambiente; 19 de la UCSG, 17 de la UPS y 60 de la UG si involucra daños o pérdidas materiales; 14 de la UCSG, 19 de la UPS, 38 de la UG indicaron si afecta a la economía local. Estos resultados denotan que se

transmiten noticias ambientales solo si afecta al medio ambiente, según los estudiantes de la UG, además de que los medios no se interesan por transmitir este tipo de noticias, así lo dejaron señalado la gran mayoría de encuestados de la UCSG y UPS.

Pregunta 7

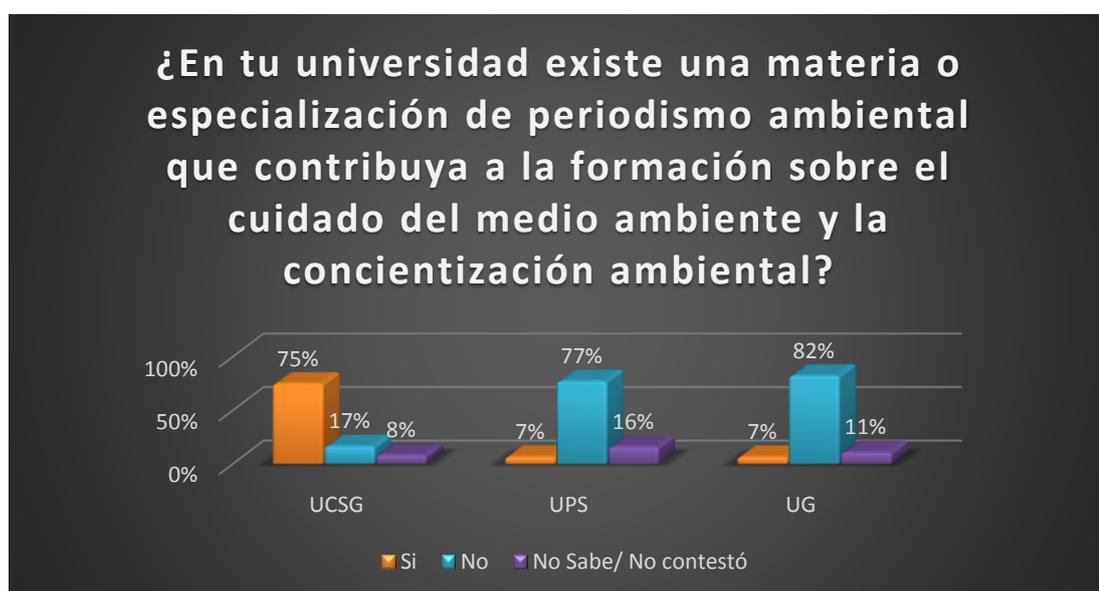


Figura 18: Pregunta 7 ¿En tu universidad existe una materia o especialización de periodismo ambiental que contribuya a la formación sobre el cuidado del medio ambiente y la concientización ambiental?

La incorporación de una materia o especialización de periodismo ambiental que contribuya a la formación sobre el cuidado del medio ambiente y la concientización ambiental es baja dentro de las mallas curriculares de las carreras de comunicación social y periodismo de estas tres universidades en Guayaquil. Según los resultados de la encuesta, solo una de ellas cuenta con una materia dedicada al periodismo ambiental, que precisamente lleva el mismo nombre. La UCSG es la única que brinda una materia de periodismo ambiental, si bien es cierto, las otras universidades encuestadas indicaron en un 7% que sí tienen una materia como esa, pero manifestaron que solo es “optativa”, lo que quiere decir es que existe una materia que tienen cierto

contenido ambiental pero que no es considerada periodismo ambiental como tal.

Un 16% de la UCSG, 11% de la UPS y 8% de la UG indicaron No sabe/ No contestó la pregunta de si existe o no una materia de periodismo ambiental, esto puede darse porque según testimonios de los estudiantes tal vez nunca vieron materias con contenidos ambientales.

Pregunta 8

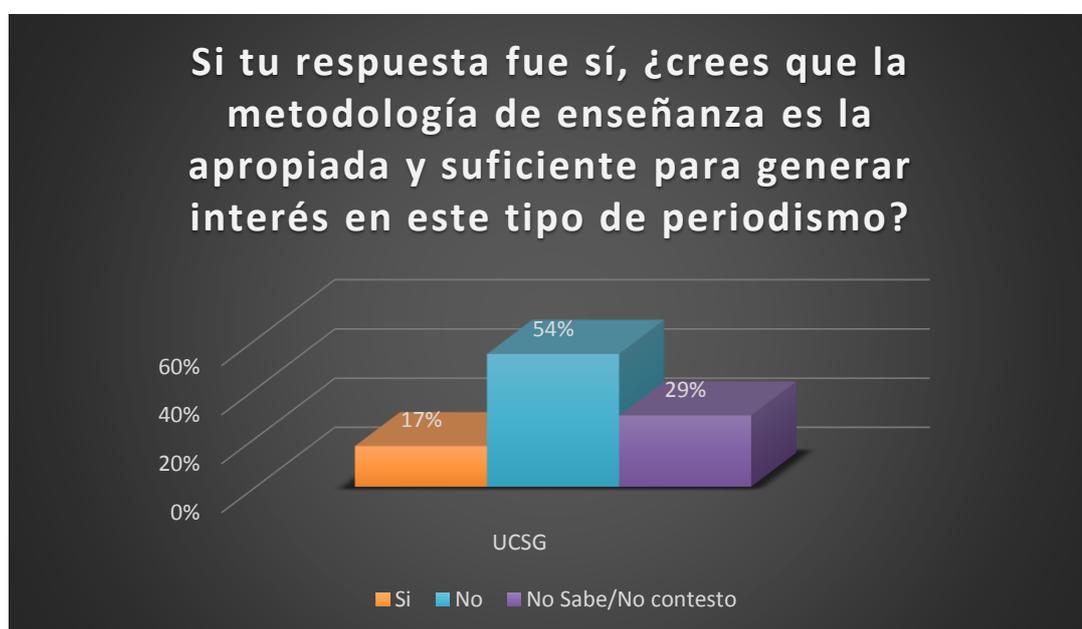


Figura 19: Pregunta 8 Si tu respuesta fue sí, ¿crees que la metodología de enseñanza es la apropiada y suficiente para generar interés en este tipo de periodismo?

Un 54% de estudiantes de la UCSG han señalado que el método de enseñanza que existe en su universidad no es la apropiada y suficiente para generar interés en el periodismo ambiental frente a un 29% que no supieron qué señalar y otros que prefirieron no contestar, tan solo un 17% indicó que el método de enseñanza sí era el indicado.

Pregunta 9

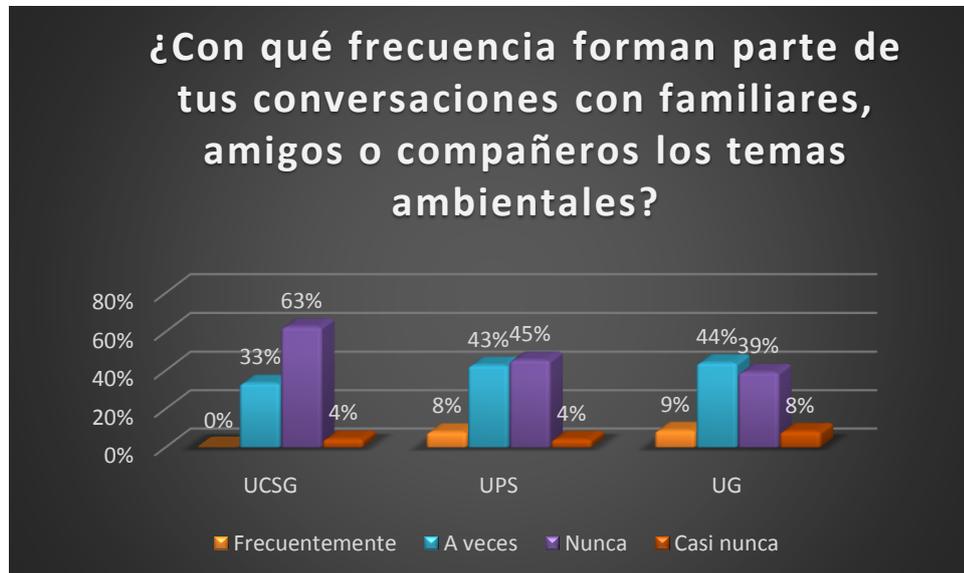


Figura 20: Pregunta 9 ¿Con qué frecuencia forman parte de tus conversaciones con familiares, amigos o compañeros los temas ambientales?

La UCSG con un 63% y la UPS con una 45% coinciden en que los temas ambientales nunca forman parte de sus conversaciones entre familiares o amigos, en cambio la UG con un 44%, reveló que 'a veces' conversan de temas ambientales con sus familiares o amigos cercanos.

Por debajo de un 8% las tres universidades indicaron que casi nunca mencionan los temas ambientales en sus diálogos. Una baja cifra, para ser precisos, un 8% de la UPS y un 9% de la UG señalaron que frecuentemente incluyen los temas ambientales a sus conversaciones habituales.

Pregunta 10.



Figura 21: Pregunta 10 ¿Qué recomendarías a los canales de televisión nacional para que fomenten la conciencia ambiental en la audiencia?

Generar campañas de concienciación ambiental es lo que recomiendan los encuestados a los canales de televisión, así lo dejaron marcado los estudiantes de la UPS con un 57% y los de la UG con un 60%, mientras que la UCSG con un 42%.

Mientras tanto, dar más protagonismo al tema ambiental también fue tomada en cuenta considerablemente por los jóvenes universitarios, pues un 56% de la UCSG aconseja que se les dé más espacio a este tipo de temas en la televisión de señal abierta para que puedan fomentar conciencia ambiental en la audiencia. El 39% de la UPS y el 40% de la UG también están de acuerdo con esta opción. Solo una cifra menor al 4% indicó que deben realizar más abordaje a temas ambientales con investigación profunda y fuentes que respalden los temas.

Pregunta 11

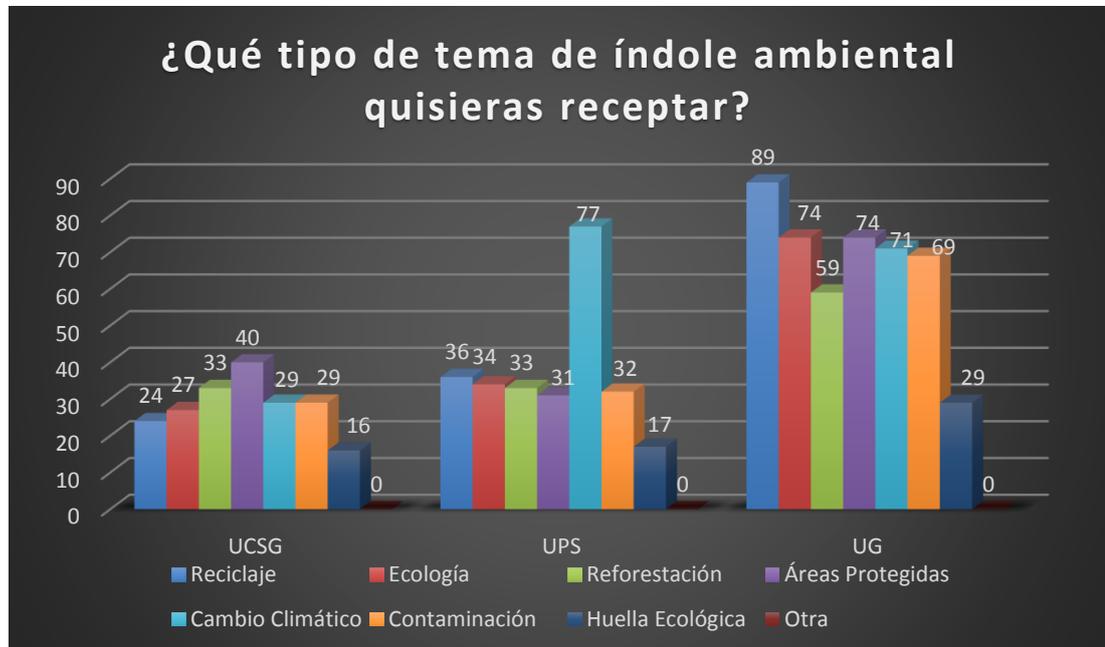


Figura 22: Pregunta 11 ¿Qué tipo de tema de índole ambiental quisieras receptor?

Reciclaje, cambio climático y áreas protegidas son los tres temas de índole ambiental que más desean receptor los estudiantes de comunicación y periodismo. En los primeros lugares están los más puntuados, aunque los resultados varían según la universidad, por lo que no existió coincidencia en las respuestas.

Reciclaje 89 estudiantes de la UG lo eligen, 36 de la UPS y 24 de la UCSG.

Cambio Climático Si hablamos de cifras, el mayor número para este caso lo tiene la UPS, registrando que 77 estudiantes optan por receptor temas sobre el cambio climático, mientras que la UG tiene 71, seguido la UCSG con 29 estudiantes que se inclinaron por receptor estas noticias.

Áreas protegidas fue seleccionado por 40 estudiantes de la UCSG, 31 de la UPS y 74 de la UG.

Ecología, en cifras, el mayor número lo tiene la UG, ya que fue la universidad con mayor número de encuestados, registrando que 74 estudiantes prefieren receptor temas ecológicos, mientras que 34 de la UPS y 27 de la UCSG también se inclinan por este tema.

Contaminación, 62 estudiantes de la UG registraron que prefieren receptor temas sobre contaminación ambiental, 32 de la UPS y 29 de la UCSG también se decidieron por esta opción.

Reforestación: esta alternativa fue elegida por 59 estudiantes de la UG y 33 de la UPS y UCSG.

Huella ecológica: esta opción obtuvo pocos votos, pues de 305 encuestados entre las tres universidades tan solo 29 estudiantes señalaron que desean receptor noticias sobre huellas ecológicas, así mismo, 17 de la UPS y 16 de la UCSG.

Pregunta 12

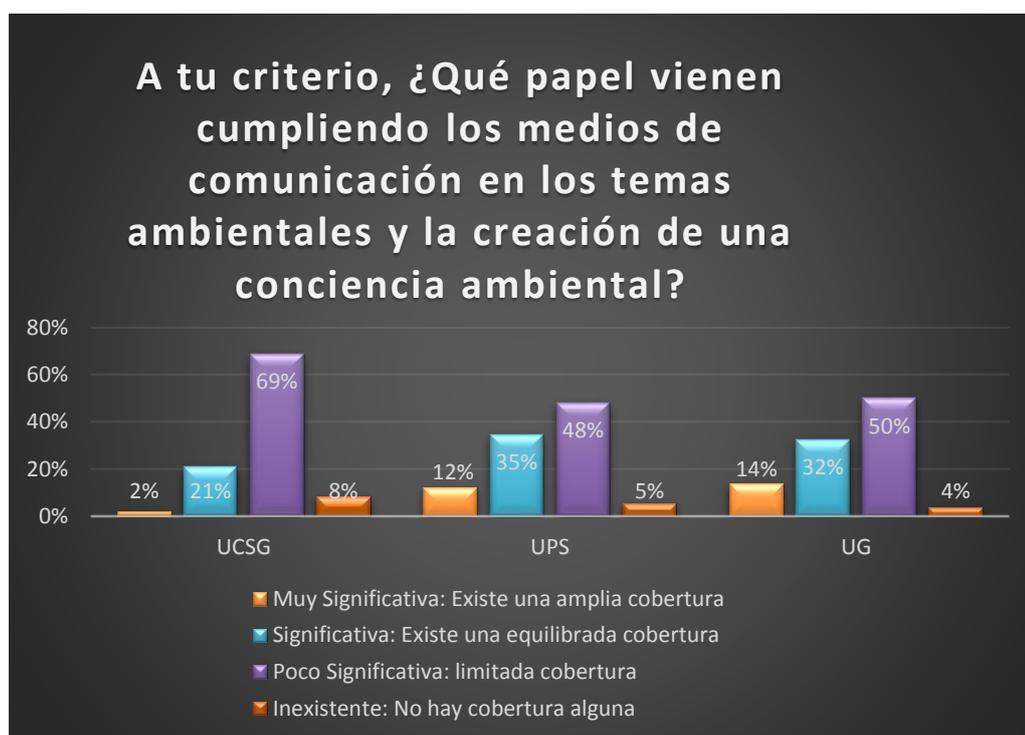


Figura 23: Pregunta 12 A tu criterio, ¿qué papel vienen cumpliendo los medios de comunicación en los temas ambientales y la creación de una conciencia ambiental?

Limitada cobertura, así dejaron registrado los jóvenes universitarios con un porcentaje elevado al papel que vienen cumpliendo los medios de comunicación en los temas ambientales y la creación de una conciencia ambiental. La UCSG indicó en un 69% que el papel de los medios en cuanto a cobertura de temas ambientales es poco significativo, un 21% manifestó que

existe una cobertura significativa y equilibrada. Un 8% señaló que no hay cobertura sobre temas ambientales por parte de los medios de comunicación. Tan solo un 2% dijo que sí existe una amplia cobertura. Para el caso de la UPS, un 48% reveló también que existe una limitada cobertura para los temas ambientales dentro de la tv, un 35% dijo que existe cobertura equilibrada, es decir ni mucha ni poca, un 12% en cambio dijo que sí hay una amplia cobertura de temas relacionados al medio ambiente, tan solo un 5% señaló que no hay cobertura, que es inexistente estos temas dentro de la televisión nacional. Por otro lado, los estudiantes de la UG contestaron en un 50% que la cobertura es limitada dentro de los medios de comunicación para los temas de índole ambiental, mientras que un 32% dijo que es equilibrada, es decir, que sí suelen hacer este tipo de cobertura, frente un 14% que manifestó que sí hay una máxima cobertura sobre estos temas, pero un 4% dijo que nunca se hablan de estos temas ni se les da espacio dentro de los noticieros televisivos.

Pregunta 13

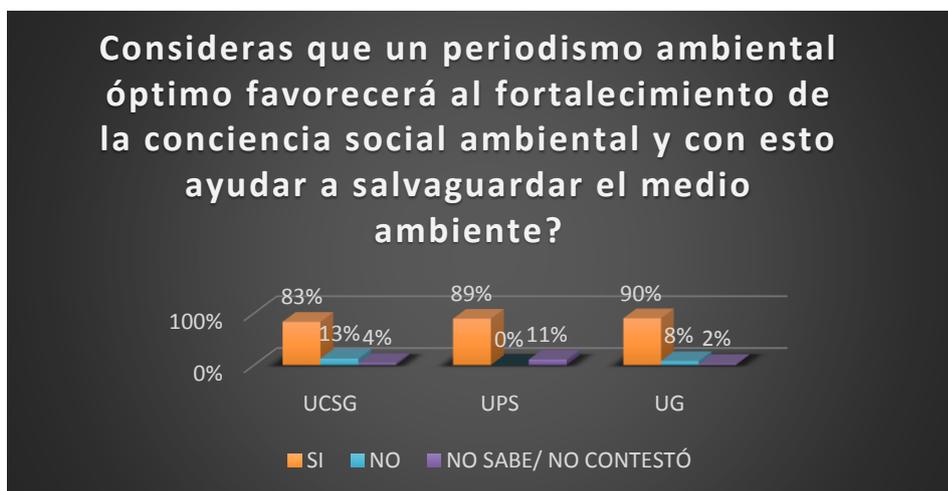


Figura 24: Pregunta 13. ¿Consideras que un periodismo ambiental óptimo favorecerá al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudará a salvaguardar el medio ambiente?

Desde un 83% hasta un 90% de estudiantes encuestados de las tres universidades consideran que un periodismo ambiental óptimo favorecerá al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudará a salvaguardar el medio ambiente. Fueron pocos los que consideraron lo

contrario, un 13% de la UCSG y 8% de la UG señalaron que no creen que sea de esa manera. También hubo estudiantes como un 4% de la UCSG, 11% de la UPS y un 2% de la UG que desconocen si un buen periodismo favorecería al aumento y consolidación de una conciencia ambiental dentro de la sociedad, ellos prefirieron no contestar a la pregunta dejando el espacio en blanco.

Pregunta 14

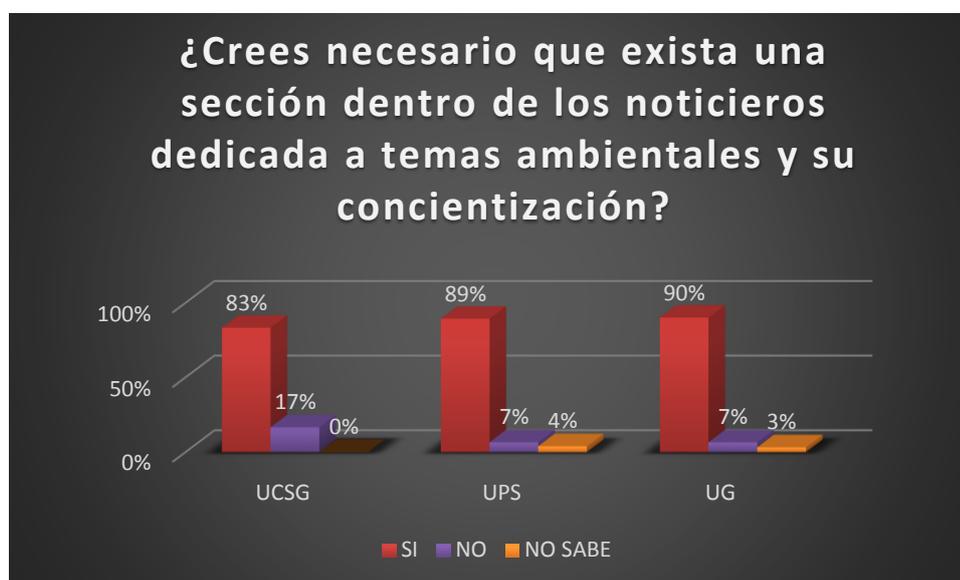


Figura 25: Pregunta 14 ¿Crees necesario que exista una sección dentro de los noticieros a temas ambientales y su concientización?

Podríamos decir que los estudiantes de la carrera de comunicación social y periodismo de la UCSG, UPS y UG están totalmente de acuerdo en que es necesario que exista una sección en los noticieros dedicada a temas ambientales y posteriormente su concientización. Los resultados que apuestan porque se realice un apartado de temas ambientales en noticieros quedaron así: 83% UCSG, 89% de la UPS y 90% de la UG. Mientras que un 17 de la UCSG, 7% de la UPS y UG respondieron que no es necesario. Tan solo un 4% de la UPS y 3% de la UG dudaron sobre si es o no necesario, por lo que prefirieron responder con un “no sabe”.

Pregunta 15

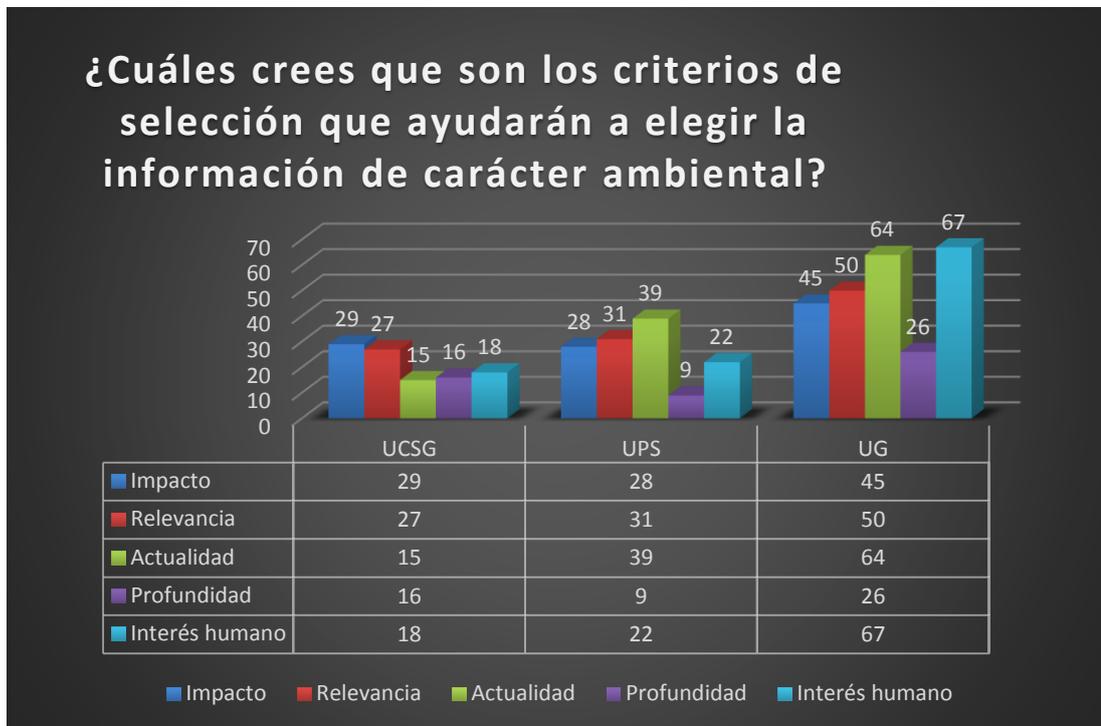


Figura 26: Pregunta 15 ¿Cuáles crees que son los criterios de selección que ayudarán a elegir la información de carácter ambiental?

67 estudiantes de la UG seleccionaron Interés humano, alcanzando el primer lugar en comparación con los otros criterios que consideran que ayudarán a elegir la información de carácter ambiental, le siguen los temas de actualidad, así lo dejaron evidenciados 64 alumnos de la UG y 39 de la UPS (siendo este el más importante para ellos); para el caso de la UCSG, 29 estudiantes consideran que los temas de impacto son los más importantes al momento de elegir una información de carácter ambiental.

Pregunta 16

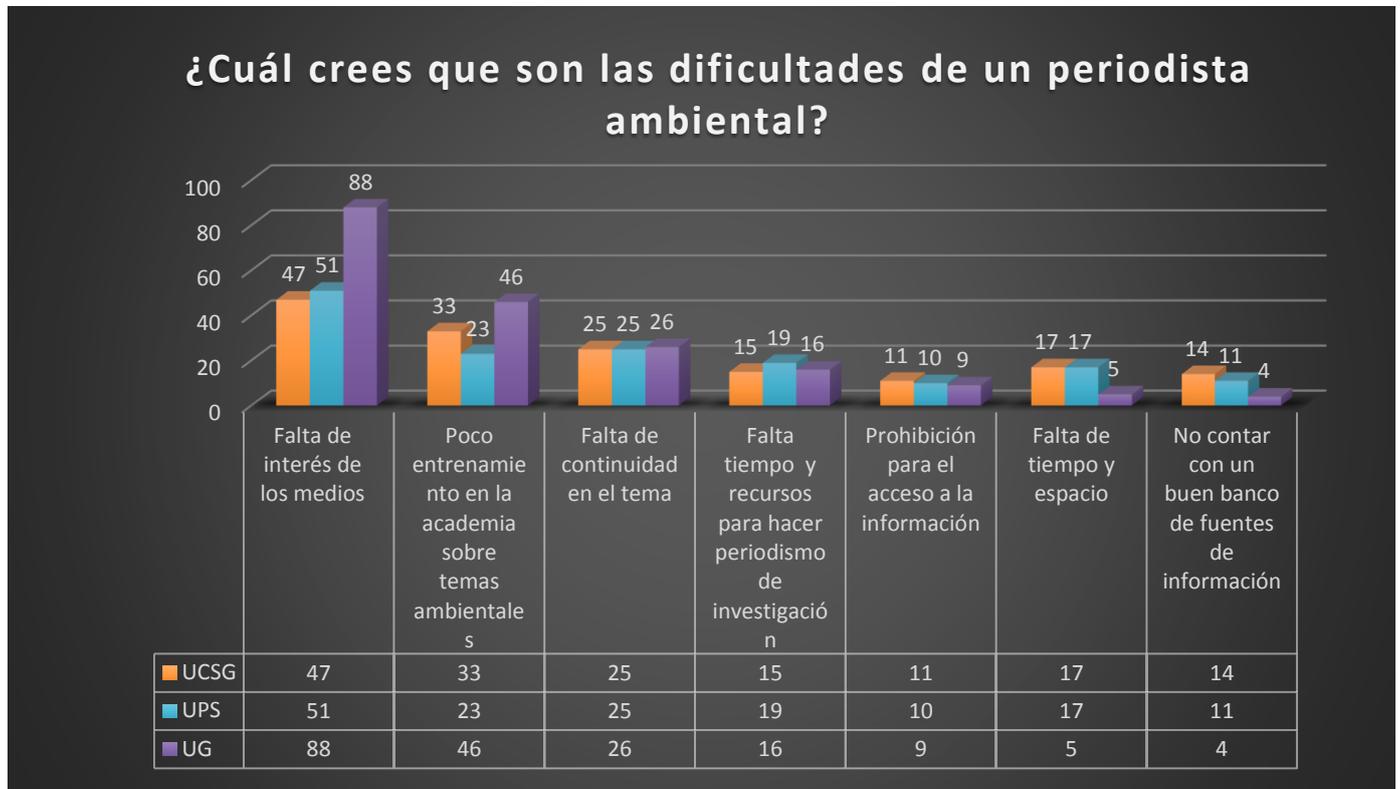


Figura 27: Pregunta 16 ¿Cuál crees que son las dificultades de un periodista ambiental?

La falta de interés de los medios por cubrir temas ambientales sería la mayor dificultad de un periodismo ambiental, así lo han confirmado los estudiantes en las encuestas, pues 88 alumnos de la UG, 52 de la UPS y 47 de la UCSG marcaron esta opción. Seguido se encuentra como segunda opción: “existe poco entrenamiento en la academia sobre temas ambientales” con 46 de la UG, 33 de la UCSG y 23 de la UPS. Además mencionan que hay una falta de continuidad cuando se difunden temas ambientales, esto explica la siguiente opción que se registró en la encuesta, la falta de tiempo y recursos para hacer periodismo de investigación, además los estudiantes en una cantidad mínima han considerado que una de las causas que le dificulta a un periodista a realizar periodismo ambiental sería que hay una limitación al acceso de información, la falta de tiempo y espacio para estos temas o posiblemente no cuentan con fuentes de información que sustenten la noticia.

Se concluye que el nivel de difusión de conciencia ambiental de los estudiantes, a partir de las encuestas, es bajo.

4.3 Resultados de entrevistas a directores de carrera y a una docente

Para este proyecto de investigación se realizó entrevistas a directores de la carrera de comunicación social y periodismo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana y Universidad de Guayaquil (Facso). Además, se entrevistó a periodistas y productores de televisión para que nos den a conocer su perspectiva del periodismo ambiental en los noticieros televisivos.

A continuación, detallaremos a los entrevistados y una breve trayectoria de ellos.

Efraín Luna Mejía



- Director de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
Director de UCSG Radio
- Magister en Educación, Licenciado en Periodismo.
- Docente en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Katuska Flores Peralta



- Directora de la carrera de Comunicación Social de la UPS
- Tres años con el cargo.
- Catedrática en la en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana.

Julio Armanza Astudillo



- Director de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil (Facso)
- Docente en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Cecilia Herbas Muñoz



- Catedrática en la en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Coordinadora académica en Educación continua de la UCSG.

Emilio Zamora



- Periodista de Gama Tv.
- Profesor de edición.
- Realizador y editor.

Fernando Terranova



- Periodista de Ecuavisa.

Geovanna Montero



- Productora del noticiero de Gama Tv

Joao Chiliza



- Productor de noticias en Ecuavisa.

4.3.1. Resumen de entrevistas a directores de la carrera y a una docente de periodismo ambiental

Tabla 6: Entrevista a directores de la carrera y docente de periodismo ambiental

TEMA	Msc. Julio Armanza (FACSO)	Msc. Katuska Flores (SALESIANA)	Mgs. Efraín Luna Mejía (UCSG)	Mgs. Cecilia Herbas Muñoz (UCSG)
<i>Presencia de una materia de periodismo ambiental en la malla curricular</i>	Realmente se nos ha escapado, no hemos valorado la importancia temática. Se ha creado una comisión con docentes para que justamente se estudie la posibilidad de tener contenidos ecológicos y culturales que la ley de comunicación y la sociedad también reclaman.	Recién tenemos nuestra primera promoción de graduados. Yo no fui parte de la creación de la carrera, no sabría por qué no pusieron una materia con contenido ambiental, no obstante, la carrera de comunicación ha propuesto una nueva asignatura y ahí se ha incorporado una materia que se llama Economía, ambiente y política. Esto seguramente no es solo una necesidad como carrera sino como sociedad.	Tal vez otras universidades se descuidaron de desarrollar la asignatura de periodismo ambiental, les pareció muy "light". Es posible que no hayan tenido esa visión, pero nosotros estamos muy conformes con esta decisión.	Tal vez sus mallas están diseñadas con objetivos diferentes a los nuestros, pero yo creo se debe recordar que el comunicador o el periodista debe saber un poco sobre muchísimos temas, si bien es cierto que cuando cursas una materia nada más como la de ambiental no vas a ser un experto o especialista en el tema, pero creo que se crea conciencia en el tema ecológico y se va instruyendo un poco.

<p><i>Falta de interés en el país y los medios sobre temas ambientales frente a otros países que sí abordan el tema</i></p>	<p>Creo que la sociedad está avanzando, existe un problema de dos vías, el uno es lo formal, como una institución responde y el otro es el individual, como yo contribuyo, aquí hay desinterés por esos temas. A veces los medios no siempre preparan a sus periodistas. Por ese motivo la audiencia se queda sin ese alguien que les maneje los temas con mucha claridad.</p>	<p>Yo creo que es una cuestión de tendencias, en qué está interesada la gente. No hay demanda o interés por crear una materia con especialización ambiental. Países como España, son más avanzados.</p>		<p>Yo creo que en este momento en el país, a la importancia de estas noticias no se les da mucho espacio, no son tratadas a profundidad, ni siquiera toman en consideración temas básicos como la recolección de basura, este tipo de cosas cotidianas, no se lo toma en cuenta si no está involucrado un tema político o económico.</p>
<p><i>Factores que motivaron a la creación de una materia sobre contenido ambiental</i></p>		<p>Las nuevas tendencias sociales, la necesidad y sobre todo las condiciones del ambiente, crear conciencia que es muy importante dentro de las nuevas generaciones, y además como recurso muy importante de nuestra sociedad.</p>	<p>Vimos la necesidad ante tantos problemas de orden climático, además notamos que la mayoría de medios que trataban estos temas, no contaban con personas que manejaran claramente lo que se estaba haciendo, sabemos que en algún momento el periodismo ambiental se va a volver una necesidad.</p>	<p>Trabajamos en una metodología práctica y en hacer que este tipo de cosas como el calentamiento global, el reciclaje, se conozcan a profundidad. La visita que hacemos tiene una doble intencionalidad, más allá de acercarlos al medio ambiente, es también un poco que ellos puedan ejercer la práctica en el periodismo.</p>

<p><i>Motivos por el cual no se consume contenido ambiental</i></p>	<p>La gente a veces asocia, la ecología con la basura, y lo ambiental con la salud ambiental, no tienen muy clara la importancia del tema, la profundidad del entorno ecológico y el respeto, los medios se manejan mucho con la noticia de coyuntura, este tema debe ser bien elaborado y sobre todo preparado para que el público lo entienda y valore.</p>	<p>Yo no creo que los jóvenes no estén preparados, esta nueva generación está más consciente, lamentablemente las estrategias y los esfuerzos que se hacen no son tan asertivos. Es una cuestión de tendencias, ver hacia donde se dirigen los medios, que es lo que necesita la sociedad.</p>	<p>La tarea justamente del comunicador, es que si el comunicador ve que hay un problema y empieza a ver la importancia que tiene, debe buscar la forma de que eso trascienda.</p>	<p>El periodismo ambiental necesita mucha investigación, presupuesto y tiempo de los reporteros, y lamentablemente en los medios de este país no vemos ese apoyo, hay una falta de compromiso de los mismos periodistas en algunos casos pero precisamente el medio es el que te da el espacio.</p>
---	---	--	---	---

Se concluye que la influencia que reciben los estudiantes que cursan la carrera de Comunicación Social sobre la producción de temas ambientales para la concienciación de medio ambiental es baja.

4.4. Resultados del análisis de contenido de material audiovisual

A continuación, se detallan los resultados obtenidos por indicador del análisis de contenido de los reportajes ambientales emitidos en el noticiero Televistazo de Ecuavisa desde el 13 de junio hasta el 02 de julio del 2016, en el horario de las 13h00 y 20h00. Para este análisis sobre los criterios de calidad se utilizó una tabla creada por José Carlos Casañas y Paulina Morales para su trabajo de titulación. (Casañas J, Morales M, 2016, pp. 21-22)

Tabla 7: Criterios de calidad periodística

Medio de Comunicación: Ecuavisa				
Programa: Noticiero Televistazo 20h00				
Criterios de calidad periodística				
Reportaje	Antecedentes	Historia	Proyección	Fuentes
Día del cóndor	X	X	X	X
Río Guayas	X	—	—	X
Contaminación Río Guayas	X	—	—	X
Refugio Animales	X	X	—	—
Derrame Remedía	X	—	—	X
Incendio Cajas	X	—	—	—

Tabla 8: Criterios de noticiabilidad.

Medio de comunicación: Ecuavisa			
Programa: Noticiero Televistazo 20h00			
Criterios de noticiabilidad			
Reportaje	Novedad	Evolución futura de los acontecimientos	Grado de importancia de un acontecimiento
Día del Cóndor	X	—	X
Río Guayas	—	—	X
Contaminación Río Guayas	—	—	X
Refugio Animales	X	—	—
Derrame Río	X	X	X
Derrame Remedía	X	X	X
Incendio Cajas	X	X	X

Se concluye que existe una baja calidad y poca difusión de temas ambientales, puesto que el medio o los periodistas dan más espacio a otros temas y no profundizan en las noticias de corte ambiental.

4.5 Cumplimiento de los objetivos específicos

Objetivo 1

Examinar la relevancia, abordaje y nivel de difusión que se da a los temas de índole ambiental en los medios de comunicación televisivos a partir de entrevistas a productores y periodistas de Ecuavisa y Gama TV.

Según la información obtenida de las entrevistas aplicadas a periodistas y productores de Gama TV y Ecuavisa, se conoce que en los noticieros poco contenido se difunde sobre el medio ambiente. El periodismo ambiental es tratado como “una de las últimas ruedas del coche” dentro de esta profesión. En la mayoría de los casos no existe un periodista dedicado o titular en temas ambientales, esto refleja el poco interés de los medios en publicar este tipo de temas, que en gran medida se deben a lo que las audiencias quieren ver. Las pocas veces que se le da apertura al periodismo ambiental, el hecho noticioso debe venir acompañado de alguna repercusión a otro nivel (político, económico, social). A la gente le preocupan las sequías no por las vacas que se mueren, sino por la afectación que podrían generar a la economía. De cierta manera, se pone en evidencia el egoísmo del ser humano.

Los espectadores tienen poco interés en temas medioambientales, por este motivo los directores de contenido en los noticieros prefieren dar al público lo que desea ver (crónica, judiciales, política, economía), dejando de lado el periodismo ambiental.

Finalmente señalan que ahora ciertos contenidos ambientales son más periódicos en las pantallas de algunos medios, pero aun así no es el óptimo. La mayoría de las noticias ambientales no son vistas por que no logran el dinamismo necesario para que sean consumidos por el espectador.

Objetivo 2

Identificar el nivel de conciencia ambiental de los estudiantes de la muestra bajo estudio, considerando las necesidades y exigencias informativas de la audiencia sobre contenidos ambientales, mediante encuestas dirigidas a estudiantes de Comunicación social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte y Universidad Politécnica Salesiana.

Después de analizar los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de Comunicación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte y Universidad Politécnica Salesiana se determina que el alumnado universitario tiene una baja conciencia ambiental. Los estudiantes, además, confesaron que los temas de índole ambiental no forman parte de sus conversaciones cotidianas con sus familiares o amigos.

Frente a esta realidad, su baja conciencia ambiental es provocada, entre otras cosas, por un bajo consumo de información ambiental de los noticieros. Sin embargo, los estudiantes afirman que los temas medio ambientales sí son importantes y necesarios. Es decir, existe una preocupación en los estudiantes por el medio ambiente pero no se ha estimulado dicho interés.

Objetivo 3

Analizar la influencia de la preparación académica de los periodistas sobre temas ambientales, en la producción de contenido periodístico para la concienciación sobre la necesidad de contribuir al fortalecimiento y conservación de los recursos del medio ambiente.

Luego de la entrevista a los directores de carrera de las tres universidades antes mencionadas, se conoció que solo la Universidad Católica ha implementado una materia que enseñe a sus estudiantes periodismo

ambiental (hace cuatro años), la Universidad Salesiana y la Universidad de Guayaquil aún no. Sin embargo, la Universidad Salesiana próximamente impartirá la materia de Periodismo Ambiental en su nueva y actualizada malla.

En el país no hay muchas universidades que tengan una especialización en periodismo ambiental. Una de las docentes de la UCSG creería que solo la Universidad San Francisco de Quito, en la capital, y la UCSG, en Guayaquil son las únicas que cuentan con una materia sobre periodismo ambiental. Los catedráticos piensan que el periodismo ambiental despierta el interés de los estudiantes cuando ven a este aplicándose en su vida diaria, por ejemplo, lo que ocurre con el tinte de cabello que algunos usan, ¿a dónde van a parar esas aguas residuales?

La falta de implementación de una asignatura ligada al periodismo ambiental repercute en la baja producción y por lo tanto escaso consumo de información medio ambiental que despierte interés y accionar en la audiencia.

El comunicador o el periodista debe saber un poco sobre muchísimos temas, entre ellos el ambiental, si bien es cierto, no se va a convertir en un experto o especialista, pero se crea en el alumnado una conciencia ambiental y se desarrollan ciertas habilidades en ellos para la redacción de estos tipos de temas.

Objetivo 4

Evaluar la información de carácter ambiental del noticiero televisivo bajo estudio, realizando un análisis de los criterios de calidad y noticiabilidad a partir de una investigación documental.

El análisis del material audiovisual (reportajes) del noticiero de Ecuavisa, de su horario nocturno, arrojó los siguientes resultados:

En cuanto a la calidad periodística:

- Se evidenció que en la mayoría de los reportajes no profundizaron la *proyección* o alcance del hecho noticioso, pese a tratarse de temas que en corto o largo plazo podrían conducir a un punto sin retorno. Cabe recalcar, que, pese a que el medio ambiente es conformado por muchas especies de animales, gran parte de este material audiovisual mostraban como único o mayor afectado al hombre.
- Los *antecedentes* del evento noticioso fueron bien planteados y comunicados, se logró comprender los factores próximos que produjeron el hecho.
- Sin embargo, la mayoría de los reportajes no abordaron la *historia* detrás de los temas narrados.
- Los periodistas sí acudieron a un número considerable de fuentes de información, excepto en un par de reportajes en donde mencionaron únicamente a dos fuentes oficiales, siendo temas que se prestaban para entrevistar a fundaciones u ONG.

En cuanto a los criterios de noticiabilidad:

- Se evidenció que la mayoría de los reportajes contaron con el criterio de *novedad*, pues eran temas que se desconocían, por lo que se nota un intento por atraer la atención del espectador.
- Los periodistas les acreditan un grado de importancia a los acontecimientos que se narraron en la mayoría de los reportajes, pues eligieron temas que impactan y que son de interés tanto nacional como local, para el caso de Guayaquil el derrame del bunker en el río Daule, pero deja en duda, si trataron este asunto porque fue un tema que les preocupó únicamente porque que impactó y perjudicó a la población guayaquileña o porque además de esto afectó al medio ambiente como tal, además, el reportaje del día del cóndor, dejó la inquietud de que si no hubiese sido por el día de conmemoración del cóndor, posiblemente

no se lo tomaba en cuenta, cuando debería dársele seguimiento sobre su extinción y lo que se está haciendo al respecto por esta ave.

- Pocos fueron los reportajes que mostraban una evolución futura de los acontecimientos, pues no todos resaltaban las repercusiones del hecho, las consecuencias y posibles soluciones, eran temas de los que se podía seguir construyendo información durante varios días, sin embargo, no lo hicieron.

4.6 Comprobación de la hipótesis

La hipótesis fue:

La información de carácter ambiental, al ser limitada y escasa, no tiene incidencia en la conciencia ambiental de la audiencia de los noticieros televisivos.

4.6.1 Evidencia obtenida de los periodistas

Entre las declaraciones pudimos rescatar ciertas opiniones que ellos consideran importantes, una de ellas fue que los periodistas están conscientes que tendría que ocurrir algún desastre natural derivado de alguna cuestión ambiental para que ese tipo de noticias se conviertan en titular. Uno de los productores señaló que a la gente le preocupan las sequías no por las vacas que se mueren, sino por la afectación que esto podría generar a la economía. De cierta manera, se pone en evidencia el egoísmo del ser humano.

Los criterios que dieron los entrevistados revelan que el nivel de frecuencia de difusión de la información de carácter ambiental es bajo, según los entrevistados, lo ubican en un promedio del 30%, esto podría darse por la falta de interés de los medios, la poca capacitación en periodismo ambiental o profundización y seguimiento a los temas ambientales. Sin embargo, Terranova señala que despertar conciencia ambiental es algo muy difícil y que no depende de que los medios impongan este tipo de contenido a su audiencia, sino más bien de que esta se interese en estos asuntos. Lo que los medios ofrecen es el reflejo de la sociedad para la que trabajan. Ellos recomiendan que, si se quiere empezar por algún lado, los medios podrían enfatizar en la amenaza del cambio climático, para alertar a la ciudadanía de que el problema es real. Emilio Zamora (Gama TV) alude a la emisión de informes especiales o “segmentos verdes” que llamen la atención del espectador y de los publicistas. Zamora también explica que no existe conciencia medioambiental y eso se evidencia cuando se ve a alguien botar

desperdicios a la calle. También mencionan que existen varias estrategias comunicacionales en marcha, como la llevada a cabo por Puerto Limpio (en lo referente a recolección de basura), que poco o nada han logrado cambiar. Finalmente se concluye con una frase dicha por uno de los entrevistados, Emilio Zamora: “en los noticieros poco se difunde sobre el medio ambiente. Pienso que es una cuestión de conciencia, la gente no se preocupa en cuidar este mundo y ya se buscan otros planetas para migrar, parece descabellado, pero es la verdad”.

4.6.2 Evidencia obtenida de los productores de TV

A partir de las entrevistas obtenidas de los productores de Ecuavisa y Gama TV podemos concluir que no existe un periodista especializado en medio ambiente trabajando para estos medios de comunicación, según lo señalaron todos sus reporteros están preparados para cubrir cualquier tema que les asignen, incluido los ambientales.

Los entrevistados también exponen que fue a partir de la Ley de Comunicación que los contenidos ambientales son más periódicos que antes, pero aun así su nivel de difusión no es óptimo. La mayoría del material periodístico no es visto porque no logran el dinamismo necesario para que sean consumidos por el espectador. A los noticieros les hace falta hacer conocer a los ciudadanos la importancia del medio ambiente, esto ayudaría a saber qué camino tomar a la hora de educar a las nuevas generaciones para conseguir así un desarrollo más sostenible.

Además, indican que son las mismas personas a las que les llega el mensaje, las que se convierten en el principal limitante que tiene el periodismo ambiental.

Una buena forma para alcanzar esta asertividad, son los ejemplos, es necesario ser bien explicativo, así como hacer un buen uso del factor visual. Para despertar conciencia sobre lo que se desea exponer, es importante lograr un equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y sociales que se hallen inmersos en el hecho noticioso. El periodismo ambiental es un reto

para quienes lo desarrollan, se debe ser asertivo para que estos informes sean atendidos correctamente.

4.6.3 Evidencia obtenida de los directores de la carrera de comunicación social y docente de periodismo ambiental

Los directores de carrera concuerdan que en los medios de comunicación existe desinterés, falta de compromiso y despreocupación hacia las cuestiones del medio ambiente, a estos temas no se les da el merecido espacio y no son tratados a profundidad. Reconocen que los medios tienen una participación fundamental dentro de la educación de la sociedad sobre la problemática medio ambiente y que son los primeros en ser llamados a crear conciencia, pese a ello, se observa que la transmisión de temas ambientales es limitada en la televisión, básicamente se habla de estos temas cuando la economía o política están involucradas. Los profesionales recomiendan utilizar el poder que tienen los medios de comunicación para crear contenidos que vayan hacia el despertar de conciencia del medio ambiente.

Es importante que los estudiantes lean sobre ciencia y aprendan a interpretarla. En clase, una de las principales actividades que la profesora Cecilia Herbas realiza con sus estudiantes son los talleres sobre temas teóricos como los ecosistemas que tiene la ciudad de Guayaquil: los manglares y los bosques protectores, calentamiento global, el uso de plástico y el reciclaje. Las visitas de Herbas y sus estudiantes a las áreas protegidas tiene una doble intencionalidad, acercarlos al medio ambiente y ejercer el periodismo ambiental en la práctica.

En el país no hay muchas universidades que tengan una especialización en periodismo ambiental. Herbas creería que solo la Universidad San Francisco de Quito, en la capital y la UCSG, en Guayaquil son las únicas que cuentan con una materia sobre periodismo ambiental. La catedrática piensa que el periodismo ambiental despierta el interés de los estudiantes cuando ven a este aplicándose en su vida diaria, por ejemplo, lo que ocurre con el tinte de cabello que algunos usan, ¿a dónde van a parar esas aguas residuales? La

sociedad no valora el recurso del agua, como la ven todo el tiempo, creen que existe en abundancia.

Frente a la cifra del 75% de los estudiantes de la UCSG que no ven noticias de contenido ambiental en los medios televisivos, Herbas dice que el porcentaje debería ser superior, además añade que a la mayoría de los estudiantes no les gusta redactar.

El periodismo ambiental necesita mucha investigación, para esto es fundamental el presupuesto, además del tiempo de los reporteros, y en los medios del país no se evidencia este apoyo, hay una falta de compromiso por parte de los periodistas y de los medios. Por ejemplo, en el tema del derrame del bunker en el río Daule del año pasado, muchas interrogantes quedaron sin responder en la información difundida por los medios: ¿qué significaba esto para la ciudadanía?, ¿cómo impactaba?, ¿qué multas se dieron?, ¿se cerró la empresa?, ¿tienen protocolos de seguridad frente a estos acontecimientos?, ¿se dijo quién era el dueño de la empresa? (un político conocido).

4.6.4 Evidencia obtenida de los estudiantes

En la tabla N° 9 la población universitaria encuestada considera en su mayoría que si se ejerciera un periodismo ambiental óptimo sí favorecería al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudaría a salvaguardar el medio ambiente.

Tabla 9: Periodismo óptimo para fortalecer la conciencia ambiental.

¿Consideras que un periodismo ambiental óptimo favorecerá al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudar a salvaguardar el medio ambiente?			
	SI	NO	NO SABE/ NO CONTESTÓ
UCSG	83%	13%	4%
UPS	89%	0%	11%
UG	90%	8%	2%

En la tabla N° 10 la mayoría de la población universitaria que fue encuestada cree necesario que exista una sección dentro de los noticieros dedicados exclusivamente a temas ambientales y su concientización.

Tabla 10: Sección dedicada a temas ambientales.

¿Crees necesario que exista una sección dentro de los noticieros dedicada a temas ambientales y su concientización?			
	SI	NO	NO SABE
UCSG	83%	17%	0%
UPS	89%	7%	4%
UG	90%	7%	3%

En la tabla N° 11 los encuestados consideraron que existe una limitada cobertura en temas ambientales, por lo que el papel que vienen cumpliendo

los medios de comunicación en la creación de una conciencia ambiental es poco significativa.

Tabla 11: El papel de los medios en temas ambientales y la creación de la conciencia ambiental.

A tu criterio, ¿Qué papel vienen cumpliendo los medios de comunicación en los temas ambientales y la creación de una conciencia ambiental?				
	Muy Significativa: Existe una amplia cobertura	Significativa: Existe una equilibrada cobertura	Poco Significativa: limitada cobertura	Inexistente: No hay cobertura alguna
UCSG	2%	21%	69%	8%
UPS	12%	35%	48%	5%
UG	14%	32%	50%	4%

En la tabla N° 12 se evidencia que la mayor cantidad de encuestados sí consideran importante la presencia de contenido ambiental dentro de los noticieros.

Tabla 12: Importancia de la presencia de contenido ambiental en noticieros

¿Crees importante o necesaria la presencia de información de contenido ambiental en los noticieros?			
	Sí	No	No sabe
UCSG	94%	6%	0%
UPS	93%	3%	4%
UG	96%	4%	0%

En la tabla N° 13 se observa que la mayoría de los estudiantes de las tres universidades encuestadas no ven noticias de contenido ambiental en la televisión nacional.

Tabla 13: Consumo de contenido ambiental en televisión nacional.

¿Ves noticias de contenido ambiental en televisión nacional?			
	SI	NO	NO SABE
UCSG	25%	75%	0
UPS	31%	69%	0
UG	35%	65%	0

En la tabla N° 14 los encuestados en un mayor porcentaje indican que nunca los temas ambientales forman parte de sus conversaciones con familiares, amigos o compañeros.

Tabla 14: El tema ambiental como parte de las conversaciones.

¿Con qué frecuencia forman parte de tus conversaciones con familiares, amigos o compañeros los temas ambientales?				
	Frecuentemente	A veces	Nunca	Casi nunca
UCSG	0%	33%	63%	4%
UPS	8%	43%	45%	4%
UG	9%	44%	39%	8%

En la tabla N° 15 la población encuestada tiene sus respuestas equilibradas, los estudiantes de la UCSG recomiendan a los canales de televisión que den más protagonismo a temas ambientales, la UPS y la UG sugirieron que realicen campañas de concienciación ambiental para que se pueda fomentar la conciencia ambiental en la audiencia.

Tabla 15: Recomendaciones de la audiencia a los medios de comunicación para fomentar la conciencia ambiental.

¿Qué recomendarías a los canales de televisión nacional para que fomenten la conciencia ambiental en la audiencia?			
	Dar más protagonismo al tema ambiental	Generar campañas de concienciación ambiental	Otras
UCSG	56%	42%	2%
UPS	39%	57%	4%
UG	40%	60%	0%

En la tabla N° 16 se explica que el reciclaje, áreas protegidas, cambio climático, son los temas ambientales que prefieren receptor los estudiantes encuestados.

Tabla 16: Temas ambientales que la audiencia quiere receptor.

¿Qué tipo de tema de índole ambiental quisieras receptor?								
	Recicla je	Ecolo gía	Refores tación	Áreas Protegi das	Cambio Climático	Contam inación	Huella Ecoló gica	Otra
UCS G	24	27	33	40	29	29	16	0
UPS	36	34	33	31	77	32	17	0
UG	89	74	59	74	71	69	29	0

4.6.5 Evidencia obtenida del análisis de contenido de material audiovisual

A partir de los resultados obtenidos se comprueba que las noticias periodísticas sobre temas ambientales que se transmitieron en el noticiero Televistazo 20h00 de Ecuavisa, se evidencia una baja calidad, por lo que se podría entender que esto sucede por las rutinas periodísticas o los filtros con los que seleccionan las noticias, además de las políticas e intereses que tenga el medio. Posiblemente el medio y/o el periodista dan más prioridad a otros temas por los que dejan de lado a las noticias ambientales, y por ende no hay una mayor profundización.

A partir de la evidencia detallada anteriormente, las autoras están en capacidad de afirmar que la hipótesis se acepta.

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación cuyo objetivo era analizar la influencia de la información de carácter ambiental de los noticieros televisivos en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- El abordaje, relevancia y nivel de difusión que se da a los temas de índole ambiental en los medios de comunicación televisivos. El periodismo en Ecuador no ha dado la cabida necesaria a los temas de corte medio ambiental, a pesar de la relevancia que representa difundir contenidos de esta índole. Los medios de comunicación televisivos, por lo tanto, no han logrado incidir en las conciencias de los estudiantes, motivando a comportamientos o actos proambientales.
- El nivel de conciencia ambiental de los estudiantes de la muestra bajo estudio, considerando las necesidades y exigencias informativas de la audiencia sobre contenidos ambientales. Los estudiantes de Comunicación Social pese a que reconocen su preocupación por el medio ambiente y su situación crítica, no han despertado en sí mismos conciencia ambiental. La población ecuatoriana en general, tiene baja conciencia ambiental, esto, entre otras cosas, se debe una falta de interés por generar y divulgar contenidos ambientales que inciten a las personas a proceder con conciencia ambiental.
- La influencia de la preparación académica de los periodistas sobre temas ambientales, en la producción de contenido periodístico para la concienciación sobre la necesidad de contribuir al fortalecimiento y conservación de los recursos del medio ambiente. A partir de la investigación, la academia periodística en su mayoría, excepto por la UCSG, no han abordado la materia de periodismo ambiental en su

malla curricular, al ser así, el desconocimiento y desinterés por desarrollar temas ambientales se vuelve un círculo vicioso, que podríamos decir, inicia en la academia. Al no preparar futuros periodistas con conocimientos sobre la relevancia y abordaje de estos temas, obtendremos profesionales desinteresados y con falta de preparación para hacerlo, por ende, una sociedad desinformada e inconsciente será el resultado.

- La calidad de la información de carácter ambiental del noticiero televisivo de Ecuavisa es baja puesto que no profundizan las noticias ambientales, además de la poca difusión de estos temas, restándole importancia para darle más prioridad a temas políticos, económicos, entre otros.

RECOMENDACIONES

- El abordaje, relevancia y nivel de difusión que se da a los temas de índole ambiental en los medios de comunicación televisivos. Los periodistas deben procurar escribir más temas sobre biodiversidad, sin esperar a que surja una historia de trágicas repercusiones para la vida del hombre en su contexto urbano.
- El nivel de conciencia ambiental de los estudiantes de la muestra bajo estudio, considerando las necesidades y exigencias informativas de la audiencia sobre contenidos ambientales. A los estudiantes, se les sugiere activar de su conciencia y sensibilidad, que son precisamente características que nos hacen humanos. Más aún, como futuros periodistas, deben abarcar conocimientos diversos y relevantes, como el periodismo ambiental, y así ayudar a construir un mejor mundo para las futuras generaciones.
- La influencia de la preparación académica de los periodistas sobre temas ambientales, en la producción de contenido periodístico para la concienciación sobre la necesidad de contribuir al fortalecimiento y conservación de los recursos del medio ambiente, se recomienda fortalecer un espacio destinado a los temas ambientales como la integración en su malla curricular la materia de periodismo ambiental y que le presten la misma atención, interés y esmero que se les brinda a otras materias ya existentes. Además de elaborar estrategias de enseñanza efectivas para que el maestro las ponga en práctica con sus alumnos; reformular los planes de estudio de su syllabus alrededor del tema ambiental, en busca de la transformación de la cultura y conciencia ambiental mediante la docencia universitaria.
- La calidad de la información de carácter ambiental del noticiero televisivo de Ecuavisa.

A Ecuavisa (por formar parte este proyecto) y en general a todos los medios de comunicación televisivos, como potenciales difusores de información masiva, se les hace un llamado para entablar una alianza estratégica con los gobiernos, instituciones pro ambientales, centros de estudios ambientales y demás fuentes de información, para que además de divulgar contenido periodístico ambiental de mayor calidad y compromiso, desarrollen campañas de prevención, adelantándose a posibles acontecimientos que terminen afectando el equilibrio y bienestar del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Agirre, N. (2011). EKOFLASH: una píldora televisiva ambiental [Archivo PDF]. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/treecpro/2011/hdl_2072_172921/PFC_Naroa_AgirreKamio.pdf
- Bacchetta, V. (2000). Ciudadanía Planetaria: Temas y desafíos del Periodismo Ambiental. Quito: Federación Internacional de Periodistas Ambientales.
- Casañas J, Morales M. (2016). Incidencia del tipo de medio de comunicación en la calidad de la construcción de las noticias periodísticas relacionadas al tema político. Estudio comparativo entre RTS, Ecuavisa, Diario El Telégrafo y El Universo. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Repositorio digital UCSG. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5032/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-103.pdf>
- Corraliza, Berenguer, Moreno, Martín. (2004). La investigación de la conciencia ambiental. Un enfoque psicosocial. Recuperado de https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Documentos_Tecnicos/personas_sociedad_y_ma/cap7.pdf
- Cornejo Bravo, A. L. (2016). La contaminación ambiental en el Ecuador y las alternativas de prevención para conservar la riqueza natural de nuestra patria. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9661/1/ECUACS-ESS-DE00013.pdf>
- Escudero, L. (1996). Malvinas: El gran relato: fuentes y rumores en la información de guerra.. España. Gedisa.

Fernandez Parrat, S. (2006). La información ambiental en los medios de comunicación. Dificultades y retos. Telos. Recuperado de <https://www.google.com/url?hl=es-419&q=https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloexperiencia.asp@idarticulo%3D1%26rev%3D68.htm&source=gmail&ust=1486866999930000&usg=AFQjCNE61ikgrBIW-r9GrqpqLOsJ1-R0wA>

Fernandez, Rogelio. (2003). En torno al debate sobre la definición del periodismo. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, nº 9-10: 143-151. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/168/16801007.pdf>

Flores, R. C., & Reyes, L. H. (2016). Estudio Sobre La Percepciones y La Educación Ambiental. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/38939/ESTUDIO%20SOBRE%20LA%20PERCEPCIONES%20Y%20LA%20EDUCACI%C3%93N%20AMBIENTAL.pdf?sequence=1>

Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente [Archivo PDF]. Barcelona, Paidós. Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/49136944/TEORIA_DEL_PERIODISMO_-_Lorenzo_Gomis.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487608770&Signature=iwpRKwnLKDEe%2FzgR8RxIFw4AMEI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTEORIA_DEL_PERIODISMO_-_Lorenzo_Gomis.pdf

Gutiérrez, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. Recuperado de [Dialnet-AnalisisDeLaCalidadInformativaPrimerPasoHaciaElCam-2053231%20\(1\).pdf](http://www.dialnet-analisisdelacalidadinformativaprimerpasoahiacaelcam-2053231%20(1).pdf)

INEC. (2016). Información Ambiental en Hogares. Ecuador en Cifras. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Encuestas_Ambientales/Hogares/Hogares_2016/Documento%20tecnico.pdf

Informe Confidencial. (2013). Después de la TV, los ecuatorianos prefieren informarse por internet. Fundamedios. Recuperado de <http://www.fundamedios.org/despues-de-la-tv-los-ecuatorianos-prefieren-informarse-por-internet/>

Jiménez y Lafuente. (2004). La operalización del concepto de conciencia ambiental en las encuestas. La experiencia del Ecobarómetro andaluz. [Archivo PDF]. Recuperado de <http://www.iesa.csic.es/publicaciones/201120130.pdf>

Jukofsky, D. (2000). Periodismo Ambiental: Una especie en extinción. Chasqui . Revista Latinoamericana de Comunicación. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16007004.pdf>

Liceras, A. (2005). Los medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales. IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Recuperado de http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/medios_comunicacion_masas_educacion_informal_aprendizajes_sociales.pdf

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Buenos Aires, Argentina: Norma .

Maxwell McCombs, Donald Shaw. (1972). 'The Agenda-Setting Function of Mass-Media' (Vol. 36). in The Public Opinion Quarterly.

Molina, J. C. (2012). La responsabilidad al abordar temas ambientales. Razón y Palabra, 17(81). Recuperado de <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/578>

Navarro, A. M. (2003). La interacción entre las familias y la televisión. Un estudio en Aguascalientes. México. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Prada, E. (2013). Conciencia, concientización y educación ambiental: conceptos y relaciones. *Revista Temas*, (7), 231-244. Recuperado de <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/TEMAS/article/view/585>

Pérez, C. (2006). Introducción a la televisión [Archivo PDF]. Universidad de Cantabria, España. Recuperado de <http://personales.unican.es/perezvr/pdf/Introduccion%20a%20los%20sistemas>

Ramos, C. V., Moreno, J. M., Galindo, L. V., & Sánchez, G. G. (2011). Actitudes ambientales en los estudiantes de nivel superior en México. *revista. luna. azul*, 32, 31-36. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Juana_Medellin/publication/267297267_ACTITUDES_AMBIENTALES_EN_LOS_ESTUDIANTES_DE_NIVEL_SUPERIOR_EN_MEXICO/links/5508e0710cf27e990e0d22b1.pdf

Rekondo, J. (2002). Información ambiental: ¿necesidad de una especialización? En torno al periodismo científico. Madrid: Mediatika. Recuperado de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/mediatika/08/08413422.pdf>

Rincón, O. (2011). *Diario El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/omar-rincon-nuestra-television-es-un-espejo-social>

Roda, Fernández, R. (1989). *Medios de comunicación de masas: Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Sáez, M. T. M. (2014). El periodismo ambiental como área de especialización en las aulas universitarias/Environmental journalism as area of specialization

in university classrooms. *Historia y Comunicación Social*, 19, 213-226. Recuperado de <http://search.proquest.com/openview/95a5b2dc9ea198910deb358dcb0b7795/1?pq-origsite=gscholar&cbl=85374>

Sandoval, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*. Bogotá. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-92672006000200002&script=sci_arttext&tlng=en

Schoenfeld, C. (1975). *Future Careers in Environmental Journalism*.

Sgammini, M. (2011). *Televisión y vida cotidiana: la domesticación del cable en Córdoba*. Euvim. Recuperado de <http://core.cambeiro.com.ar/0-152887-8.pdf>

Shoemaker, P. (1991). *Media Gatekeeping* [Archivo PDF]. Recuperado de <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/shoemakergatekeeping.pdf>

Sorhuet, H. (1975). Periodismo Ambiental, una de las claves para afrontar el cambio climático. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36885/Pages%20from%20ActasJornadasMediosdeComunicacion-9.pdf?sequence=1>

Trotti, R., & González, S. (2010). *Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura informativa*. Sociedad Interamericana de Prensa. Smashwords Edition. San José, Costa Rica. Recuperado de <https://www.uaa.edu.py/biblioteca/images/stories/pdf/periodismo-ambiental-riesgos-y-oportunidades-en-la-cobertura-informativa.pdf>

Verón, E. (1981). *Construire l'évènement. Les médias et l'accident de Three Mile Island* Paris: Editions de Minuit. Paris: Editions de Minuit.

Warren, C. (1979). *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: ATE.

- Wolf. (1987). Investigación de la comunicación de masas [Archivo PDF]. Recuperado de <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauroinvestigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>
- Yubero, S. (2003). Socialización y aprendizaje social. En D. P. Zubieta (coords.), Psicología Social, cultura y educación. Madrid: Pearson.

ANEXOS



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Encuesta

“Influencia de la información de carácter ambiental de los noticieros televisivos en la conciencia social ambiental de la audiencia”

Ciclo:

Estimados estudiantes, estamos realizando una investigación para el proyecto de titulación de Comunicación Social. Es de mucha ayuda que nos puedan contestar esta breve encuesta. Selecciona tu respuesta marcando con una **X** o un **✓**. Gracias por tu colaboración. Buen día.

1. ¿Ves noticias de contenido ambiental en televisión nacional?

SI ____

NO ____

NO SABE ____

2. ¿Crees importante o necesaria la presencia de información de contenido ambiental en los noticieros?

SI ____

NO ____

NO SABE ____

3. ¿Los contenidos periodísticos de índole ambiental atraen tu atención e interés?

SI ____

NO ____

NO SABE ____

4. La comprensión de las noticias ambientales te parece

Fáciles ____

Incomprensibles o confusas ____

NO SABE ____

5. ¿En cuál de los siguientes géneros periodísticos prefieres que se realicen las noticias ambientales?

Crónicas ____

Reportajes____

Noticias____

Entrevistas____

6. ¿En cuál de estas circunstancias ves que en la televisión nacional se transmita información sobre contenido ambiental?

Si afecta a la economía local o internacional____

Si involucra daños o pérdidas materiales____

Si afecta al equilibrio y preservación del medio ambiente____

Si perjudica directamente a la vida de seres humanos____

Los medios no se interesan en estos temas____

7. En tu universidad, ¿existe una materia o especialización de periodismo ambiental que contribuya a la formación sobre el cuidado del medio ambiente y la concientización ambiental?

SI ____

NO ____

NO SABE____

8. Si tu respuesta fue sí, ¿crees que la metodología de enseñanza es la apropiada y suficiente para generar interés en este tipo de periodismo?

SI ____

NO ____

NO SABE____

9. ¿Con qué frecuencia forman parte de tus conversaciones con familiares, amigos o compañeros los temas ambientales?

Frecuentemente____

A veces____

Casi nunca____

Nunca____

10. ¿Qué recomendarías a los canales de televisión nacional para que fomenten la conciencia ambiental en la audiencia?

Dar más protagonismo al tema ambiental _____

Generar campañas de concienciación ambiental _____

Otra. ¿Cuál? _____

11. ¿Qué tipo de tema de índole ambiental quisieras receptor? Selecciona todas las deseadas.

Reciclaje___

Ecología___

Reforestación___

Áreas protegidas___

Cambio climático___

Contaminación___

Huella ecológica___

Otra

¿Cuál?_____

12. A tu criterio, ¿Qué papel vienen cumpliendo los medios de comunicación en los temas ambientales y la creación de una conciencia ambiental?

Muy Significativa: Existe una amplia cobertura ___

Significativa: Existe una equilibrada cobertura ___

Poco Significativa: limitada cobertura ___

Inexistente: No hay cobertura alguna ___

13. ¿Consideras que un periodismo ambiental óptimo favorecerá al fortalecimiento de la conciencia social ambiental y con esto ayudar a salvaguardar el medio ambiente?

SI___

NO___

NO SABE ___

14. ¿Crees necesario que exista una sección dentro de los noticieros dedicada a temas ambientales y su concientización?

SI ___

NO ___

NO SABE___

15. ¿Cuáles crees que son los criterios de selección que ayudarán a elegir la información de carácter ambiental?

Impacto___

Relevancia___

Actualidad ___

Profundidad___

Interés humano____

16. ¿Cuál crees que son las dificultades de un periodista ambiental?

Falta de interés de los medios____

Poco entrenamiento en la academia sobre temas ambientales____

Falta de continuidad en el tema____

Falta de tiempo y recursos para hacer periodismo de investigación____

Prohibición para el acceso a la información____

Falta de tiempo y espacio____

No contar con un buen banco de fuentes de información____

Falta de compromiso____

Entrevista a Fernando Terranova
Periodista Ecuavisa

1. ¿Qué se entiende por periodismo ambiental?

Entiendo que es el proceso investigativo, de elaboración y publicación de contenidos relacionados al medio ambiente.

2. En una encuesta realizada a estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de comunicación social de tres universidades de Guayaquil, la gran mayoría respondió que sí le interesan los temas de índole ambiental, sin embargo, casi en su totalidad dijeron que no ven noticias ambientales en los medios de comunicación del país. ¿Qué opina usted al respecto? ¿Esto se debe tal vez a que no hay noticias de contenido ambiental que ver en los noticieros?

Considero que esto responde a la prioridad que se le da a la audiencia al momento de emitir contenidos periodísticos. Los espectadores tienen poco interés en temas medioambientales, de ahí que los directores de contenido en los noticieros prefieren dar al público lo que desea ver (crónica, judiciales, política, economía), y dejan de lado el periodismo ambiental.

3. ¿Cómo califica el nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros televisivos de Guayaquil?

Escaso.

4. ¿A qué factores y/o limitaciones le atribuye usted que en el periodismo televisivo se le reste prioridad al abordaje de noticias sobre temas ambientales? ¿Qué hace falta que ocurra o que se haga para que el tema ambiental sea uno de los temas que lidere la agenda setting?

Justamente a la poca prioridad que da el público. Lo que los medios ofrecen es el reflejo de la sociedad para la que trabajan. Tendría que ocurrir algún

desastre natural derivado de alguna cuestión ambiental para que ese tipo de noticias se conviertan en titular.

5. ¿Cómo estructuraría usted un plan de acción para que los noticieros posicionen el tema ambiental dentro de su agenda setting y no fracasen en el intento?

Creo que no depende de que los medios impongan este tipo de contenidos, sino más bien en que las audiencias se interesen. Sin embargo, podría empezarse por emitir informes especiales sobre temas ambientales que llamen la atención del espectador.

6. ¿Cuál es el análisis crítico que usted hace sobre el manejo del Periodismo Ambiental en los noticieros televisivos?

El periodismo ambiental es una de las últimas ruedas del coche dentro de esta profesión. No tiene peso como fuente por sí sola. Me refiero a que, por ejemplo, en las salas de redacción existe un periodista que cubre cultura, otro que cubre judiciales, otro crónica, otro política, economía, pero en la mayoría de los casos no existe un periodista de temas ambientales. Esto refleja el poco interés de los medios en publicar este tipo de temas que, como ya expuse anteriormente, en gran medida se debe a lo que las audiencias quieren ver.

7. ¿Cuál es el papel del periodista ambiental? ¿Es importante, fundamental o no necesariamente?

Importante sí, pero no fundamental.

8. ¿Cree usted que existe conciencia ambiental en la ciudadanía guayaquileña? Si su respuesta es no, ¿qué estrategias comunicativas hacen falta para construir en la ciudadanía una conciencia ambiental?

No existe conciencia medioambiental y eso se evidencia cuando vemos a alguien botar desperdicios a la calle. Hay varias estrategias comunicacionales

en marcha, como la llevada a cabo por Puerto Limpio (en lo referente a recolección de basura), que poco o nada han logrado cambiar. Considero que es algo muy difícil crear conciencia que no depende de los medios. Sin embargo, si lo que se quiere es empezar por algún lado, los medios podrían enfatizar en la amenaza del cambio climático para alertar a la ciudadanía de que el problema es real.

9. Tomando en consideración que Ecuador en los últimos años ha sido un máximo referente de temas ambientales, por ejemplo, por la explotación del Yasuní y la recolección de firmas para su preservación, el juicio de las manos sucias de Chevron, por mencionar algunas, ¿considera usted que se ha gestado en los medios de comunicación un nuevo paradigma en términos de comunicación y medio ambiente?

No. Ese tipo de temas se tergiversó y se trató más de una manera política que medioambientalista. El paradigma es el mismo. Lo único que se logró es que una mayor cantidad de ecuatorianos conozca dónde queda el Yasuní.

10. Según algunos estudiosos del tema, afirman que el periodismo ambiental se lo ejecuta siempre y cuando la noticia esté ligada o responda a una afectación directa o indirectamente a la economía o política de las sociedades, más no por el hecho mismo de la preocupación por el daño inmediato o a futuro del medio ambiente, ¿qué tan cierto o falso es esto en el ejercicio periodístico?

Totalmente cierto. A la gente le preocupan las sequías no por las vacas que se mueren, sino por la afectación que podrían generar a la economía. De cierta manera, se pone en evidencia el egoísmo del ser humano.

11. ¿Con qué frecuencia y qué tipo de temas ambientales transmite su medio de comunicación? ¿Estos temas los suelen desarrollar a manera de reportaje, noticia, crónica...?

En el medio en el que laboro se da con poca frecuencia. Se suele dar apertura a este tipo de temas cuando viene acompañado de alguna repercusión a otro nivel (político, económico, social).

12. ¿Cree usted necesario que los periodistas se capaciten de manera especial para informar sobre temas ambientales? Si su respuesta es sí, ¿esto debe ser desde sus estudios de pregrado, en sus estudios de postgrado o en el transcurso del ejercicio de su profesión?

Sí es necesario tener una base sólida respecto a temas medioambientales porque, si bien es cierto, no se cubren con frecuencia, en algún momento nos va a tocar.

Entrevista a Emilio Zamora

Periodista Gama Tv

1. ¿Qué se entiende por periodismo ambiental?

Es el periodismo que se encarga de mostrar la realidad del medio ambiente, todo lo que tenga que ver con los impactos y modificaciones del entorno natural.

2. En una encuesta realizada a estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de comunicación social de tres universidades de Guayaquil, la gran mayoría respondió que sí le interesan los temas de índole ambiental, sin embargo, casi en su totalidad dijeron que no ven noticias ambientales en los medios de comunicación del país. ¿Qué opina usted al respecto? ¿Esto se debe tal vez a que no hay noticias de contenido ambiental que ver en los noticieros?

Opino que en los noticieros poco o nada se difunde sobre el medio ambiente. Concuero con ellos.

3. ¿Cómo califica el nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros televisivos de Guayaquil?

En la escala del 1 al 10. Le pongo 4.

4. ¿A qué factores y/o limitaciones le atribuye usted que en el periodismo televisivo se le reste prioridad al abordaje de noticias sobre temas ambientales? ¿Qué hace falta que ocurra o que se haga para que el tema ambiental sea uno de los temas que lidere la agenda setting?

Pienso que el factor principal es el hecho que no se le da el interés que se merece. Y para que esto no ocurra, se debe empezar con armar una agenda para difundir noticias medio ambientales.

5. ¿Cómo estructuraría usted un plan de acción para que los noticieros posicionen el tema ambiental dentro de su agenda setting y no fracasen en el intento?

Pienso que se debe establecer una agenda con el fin de crear contenidos, empezaría con segmentos VERDES en los noticieros y los haría atractivos, para captar a los publicistas.

6. ¿Cuál es el análisis crítico que usted hace sobre el manejo del Periodismo Ambiental en los noticieros televisivos?

Creo que los directores de medios han descuidado el tema.

7. ¿Cuál es el papel del periodista ambiental? ¿Es importante, fundamental o no necesariamente?

Pienso que es una cuestión de conciencia, el mundo no se preocupa en cuidar este mundo y ya se buscan otros planetas, para migrar, parece descabellado, pero es la verdad.

8. ¿Cree usted que existe conciencia ambiental en la ciudadanía guayaquileña? Si su respuesta es no, ¿qué estrategias comunicativas hacen falta para construir en la ciudadanía una conciencia ambiental?

Como estrategia invirtiera en tachos de basura para que existan en cada esquina. En las escuelas propondría una ley, para que los alumnos le dediquen 30 minutos en la limpieza de su escuela 3 veces a la semana. En Japón, es normal. En Latinoamérica es castigo para quienes se portaron mal en clases.

9. Tomando en consideración que Ecuador en los últimos años ha sido un máximo referente de temas ambientales, por ejemplo, por la explotación del Yasuní y la recolección de firmas para su preservación, el juicio de las manos sucias de Chevron, por mencionar algunas,

¿considera usted que se ha gestado en los medios de comunicación un nuevo paradigma en términos de comunicación y medio ambiente?

Considero que sí. Al menos ya se habla del tema.

10. Según algunos estudiosos del tema, afirman que el periodismo ambiental se lo ejecuta siempre y cuando la noticia esté ligada o responda a una afectación directa o indirectamente a la economía o política de las sociedades, más no por el hecho mismo de la preocupación por el daño inmediato o a futuro del medio ambiente, ¿qué tan cierto o falso es esto en el ejercicio periodístico?

Considero que es cierto. Sin interés no hay acción inmediata.

11. ¿Con qué frecuencia y qué tipo de temas ambientales transmite su medio de comunicación? ¿Estos temas los suelen desarrollar a manera de reportaje, noticia, crónica...?

Casi nunca.

12. ¿Cree usted necesario que los periodistas se capaciten de manera especial para informar sobre temas ambientales? Si su respuesta es sí, ¿esto debe ser desde sus estudios de pregrado, en sus estudios de postgrado o en el transcurso del ejercicio de su profesión?

Pienso que sí. En todos los escenarios.

UCSG

Entrevista al Mgs. Efraín Luna

Director de la carrera de Comunicación Social y Periodismo

1. En la Universidad Católica se imparte la materia de periodismo ambiental, ¿qué factores motivaron a incluir esta asignatura a su malla curricular?

Cuando nosotros rediseñamos la malla 2012, o sea malla 9, vimos la necesidad ante tantos problemas de orden climáticos, de cuestión de llamados de las naciones unidas de las ongs, de otras entidades fuera y dentro del país, de la necesidad reciclajes, del calentamiento, vimos que la mayoría de los periodismo trataban eso pero no tenían personas que manejaran claramente lo que se estaba haciendo, y cada vez habían más publicaciones y dijimos bueno, a pesar de que no hay una especialización como el periodismo deportivo, el periodismo económico, dijimos en algún momento el periodismo ambiental se va a volver una necesidad para que la gente pueda manejar estas situaciones desde un punto de vista profesional, que alguien lo trate de manera profesional, no solo por el gusto, ay yo soy ecologista, no, sino para que empiecen a ver todas la posibilidades que hay, entonces, ante esa coyuntura del país y del mundo dijimos hay que poner una asignatura que se llame periodismo ambiental. Todo el mundo hablaba de la necesidad, pero nadie hacía aún plena conciencia. Recién desde el año 2000 hay un despertar de la conciencia ambiental. En 1998 cuando se supo de la capa de ozono, prendió el foco del mundo y después comenzó el deshielo de los nevados. El perfil de egreso de nuestros estudiantes se da de acuerdo a las coyunturas que hay en el entorno, en el mundo, por ejemplo, el perfil de egreso después de 4 años no será el mismo de ustedes, va a ser diferente porque el mundo va cambiando.

- 2. En las carreras de Comunicación Social, pero de otras Universidades, como la FACSO y la UPS, los estudiantes aseguran que no se les enseña periodismo ambiental, ¿a qué cree usted que se debe que estas universidades aún no integren esta materia en su malla, considerando que el tema ambiental está en los primeros lugares de las agendas de estado en el mundo?**

Tal vez otras universidades se descuidaron de desarrollar la asignatura de periodismo ambiental, les parecieron muy light. Es posible que no hayan tenido esa visión, pero nosotros estamos muy conformes que esta decisión.

- 3. Según unas encuestas realizadas a estudiantes de esta universidad, un 75% asegura que sí existe una materia de periodismo ambiental en su malla curricular, sin embargo, solo el 17% señala que la metodología de enseñanza es la apropiada para generar en ellos interés en este tipo de periodismo.**

Es muy difícil tener los profesores más adecuados para dictar esa asignatura. Depende mucho de la visión, no justifico la mala metodología que pudieran tener los profesores, pero hay muchos chicos que tienen un “queminportismo” hacia las cuestiones del medio ambiente, no les genera interés.

- 4. Los estudiantes en un 75% aseguran que no ven noticias de contenido ambiental en los noticieros, ¿esto se debe a que tal vez no se ha estimulado el despertar de un interés en el periodismo ambiental aquí en la academia o tal vez porque definitivamente no haya noticias de corte ambiental en los noticieros nacionales?**

Las nuevas mallas vienen con un sistema de educación europeo llamado trabajo autónomo, que consiste en que el profesor da los temas a abordar y los estudiantes deben investigar y regresar a clases para discutir del tema investigado, pero los alumnos eso lo consideran como vagancia por parte del

maestro. La tarea justamente del comunicador, si el comunicador ve que hay un problema y empiezo a ver la importancia que tiene, debo buscar la forma de que eso trascienda.

5. ¿Quiénes son para usted los tienen ese compromiso o responsabilidad con la sociedad de fomentar la conciencia social ambiental?

Todavía pensamos que la tierra aún resiste, hay otros más realistas o tal vez pesimistas que creen que no llegaremos al otro milenio. Cuando viajé a la ciudad de México noté que su mayor problema era el agua, ellos están muy preocupados porque su agua la obtienen del subterráneo. El momento que perdemos la capacidad de asombro, dejamos de ser periodistas, porque el periodista es aquel que ve algo, se preocupa y lo difunde. Estamos perdiendo la sensibilidad. La coca cola invirtió en el país más de mil millones en refresco, porque Ecuador todavía es un lugar donde hay agua barata. La Coca Cola justo acaba de poner una fábrica de Cola cerca de río Daule. Entonces van a embotellar esa agua para venderlo en otros países.

UPS

Entrevista a la Msc. Katuska Flores Peralta

Directora de la Carrera de Comunicación Social

1. ¿Qué papel cree usted que cumplen los medios de comunicación en temas ambientales y la creación de conciencia ambiental?

Yo creo que los medios tienen una participación preponderante dentro de todos los aspectos y obviamente porque no dentro del medio ambiente, creo que son los primeros en ser llamados a crear conciencia, utilizar ese poder y esa fuerza que tienen los medios de comunicación para a través de estos crear contenidos que vayan hacia el despertar de conciencia en cuanto al cuidado del medio ambiente, definitivamente tienen toda la fuerza y deberían de fomentarlo, en realidad es poco lo que se viene haciendo dentro de los medios de comunicación, pero creo que si se puede hacer más. Ahora, hay algo dentro de los medios que es, lo que vende y lo que no, yo creo que ahí más bien sería de crear estrategias con programas entretenidos, con contenidos llamativos, que fomenten el cuidado del medio ambiente, tal vez no un programa completo, pero si un segmento que este dirigido a este tipo de temas.

La realidad de los medios es otra, que es lo que les vende, les da rating, lo que le gusta a la gente y la televisión o medios de comunicación siempre están creando contenidos en función de que es lo que la gente quiere, lamentablemente hay esa mala concepción.

2. En la encuesta aplicada a los estudiantes de esta universidad un 93% considera importante la presencia de contenido ambiental en los noticieros, mientras que tan solo 7% indica que sí existe una materia ligada al periodismo ambiental, que contribuya a la concienciación ambiental. ¿Por qué si los estudiantes se muestran interesados en los temas ambientales y considerando además de que este tema está en los primeros lugares de las agendas de gobierno a nivel mundial, no se ha implantado esta materia en la universidad? ¿Qué hace falta?

Todas las materias se construyen a través de un proyecto académico que son elaborados en el IESS, luego se los presenta al CES y son ellos quienes lo aprueban, estos proyectos académicos no pueden ser cambiados mientras no haya una primera promoción de graduados, nosotros recién tenemos la promoción de graduados, pero no se ha podido cambiar la malla, esto es desde la creación de la carrera.

Yo no fui parte de la creación de la carrera, no estaba en ese periodo, no sabría porque las personas que formaron parte de la creación de la malla no pusieron una carrera con contenido ambiental, no obstante hay otras materias que tal vez cubren esa parte, no de manera tan directa pero que si se pueden ver estas cuestiones por ejemplo materias como nuevos escenarios de la comunicación, sociología de la comunicación, comunicación y cultura, de alguna manera tocan estos temas pero ya la carrera de comunicación ha propuesto una nueva malla y ahí se ha incorporado una materia que se llama “Economía, ambiente y política”. Esto seguramente no es una necesidad como carrera sino como sociedad, son temas muy importantes no solo en comunicación sino en todas las carreras.

3. ¿Qué le motivó a la creación de esta materia dentro de la nueva malla curricular?

Las nuevas tendencias sociales, la necesidad y sobre todo las condiciones del ambiente, crear conciencia que es muy importante dentro de las nuevas generaciones, y además como recurso muy importante dentro de nuestra sociedad.

4. ¿Qué estrategias se implementan en esta universidad o podrían implementarse para despertar la conciencia ambiental en sus estudiantes?

Yo creo que se puede trabajar mucho con contenidos divulgativos que fomenten la concienciación del cuidado del medio ambiente.

5. En universidades como la de Palermo de España, entre otras, existe materias de periodismo ambiental, es más, hay posgrados o especializaciones en periodismo ambiental, ¿por qué no ha llegado ese interés a nuestro país?

Estamos hablando del otro lado del mundo, de países más avanzados, yo creo que es porque apenas se está despegando, por ejemplo, aquí no hay especialización de comunicación política, recién se empieza a ver interés por ciertos estudiantes que estudian comunicación por especializarse en comunicación política, yo creo que es una cuestión de tendencias, en que están interesados. No hay una demanda, interés por crear una materia con especialización ambiental.

6. Los estudiantes en un 69% aseguran que no ven noticias de contenido ambiental en los noticieros, ¿esto se debe a que tal vez no se ha estimulado el despertar de un interés en el periodismo ambiental aquí en la academia o tal vez porque definitivamente no haya noticias de corte ambiental en los noticieros nacionales?

Yo no creo que los jóvenes no estén preparados, esta nueva generación está más consciente, lamentablemente las estrategias y los esfuerzos que se hacen no son tan asertivos, pero sin embargo hoy más que nunca la necesidad del cuidado del ambiente es importantísima y es justamente por eso creo que hay un poco de conciencia en los jóvenes, pero sin embargo es poco lo que se puede hacer.

Es una cuestión de tendencias, ver hacia donde se dirigen los medios, que es lo que necesita la sociedad, por eso te ponía el tema de comunicación política porque está sonando duro, y porque se ha visto la necesidad dentro de nuestro

contexto de hablar de comunicación política, de pensar incluso en maestrías en esta rama, porque se ve la tendencia, de donde nace no sé si son los medios o en la academia. Las ofertas académicas nacen de las necesidades especiales. Nosotros hacemos una encuesta para sacar las ofertas académicas, se hace un estudio de demanda.

7.¿Con que frecuencia usted ha observado que los medios de comunicación producen contenido ambiental?

No, yo creo que no, tal vez alguna publicidad de empresas que están enfocadas al tema del medio ambiente, de ahí contenidos como tal, yo creo que no, aunque no veo mucha televisión, pero lo poco que he visto no he podido observar que transmitan contenidos ambientales.

8.¿En qué nivel ubicaría usted a la conciencia social ambiental guayaquileña?

Yo lo ubicaría en un 30% lo que estaría en un nivel bajo.

FACSO

Msc. Julio Armanza

Directo de la Carrera de Comunicación Social

1. En la encuesta aplicada a los estudiantes de la universidad de Guayaquil un 96% considera importante la presencia de contenido ambiental en los noticieros, mientras que tan solo 7% indica que sí existe una materia ligada al periodismo ambiental, que contribuya a la concienciación ambiental. ¿Por qué si los estudiantes se muestran interesados en los temas ambientales y considerando además de que este tema está en los primeros lugares de las agendas de gobierno a nivel mundial, no se ha implantado esta materia en la universidad? ¿Qué hace falta?

Todos estamos viendo que materias o que temas tendríamos que mejorar, no podemos cambiar el nombre a las materias porque los estudiantes del último semestre entraron con una malla y la ley no nos permite, lo que no permite la universidad y la ley es adaptar los contenidos. Se ha creado una comisión con unos docentes que están haciendo Phd, para justamente verificar, porque no tenemos contenidos ecológicos ni interculturales que la ley de comunicación y la sociedad también los reclama. Lo que hemos hecho es que, en el último semestre, dentro de la materia organización de la información de los medios dentro de los contenidos crear una unidad específica para los contenidos interculturales, realmente se nos ha escapado, no hemos valorado la importancia de la temática.

2. ¿Qué estrategias podrían implementarse en la universidad para despertar la conciencia ambiental de los estudiantes?

Considero que el tema ambiental y ecológico no ha llegado a nivel de medios y a nivel de universidades a tener esa importancia. Pero los docentes, si no tienen como materia específica de este tema, podemos ubicarlo como unidad para problemas de Ecuador, pero también es problema de conciencia individual, si yo doy una materia específica, pero coger un tema de actualidad ambiental y puedo trasladarlo dentro de la clase como método de estudio.

3. ¿Quiénes son para usted los tienen ese compromiso o responsabilidad con la sociedad de fomentar la conciencia social ambiental?

Yo creo que mientras jóvenes desde la universidad y los medios sigan insistiendo con la presentación del tema se va logrando una mayor concientización. Creo que la sociedad está avanzando, yo creo que existe un problema de dos vías, el uno es lo formal, como una institución responde y el otro es el individual, que yo como contribuyo que esa institución rompa ese paradigma. Es un problema de mucha conciencia social.

4. Los estudiantes en un 65% aseguran que no ven noticias de contenido ambiental en los noticieros, ¿esto se debe a que tal vez no se ha estimulado el despertar de un interés en el periodismo ambiental aquí en la academia o tal vez porque definitivamente no haya noticias de corte ambiental en los noticieros nacionales?

La gente a veces asocia, la ecología con la basura, y lo ambiental con la salud ambiental, no tienen muy claro sobre la importancia del tema, la profundidad del entorno ecológico y el respeto... cuando lo tienen claro la definición lo manejan, el medio no siempre queda claro, se manejan mucho con la noticia de coyuntura, este tema debe ser bien elaborado y sobre todo preparado para que el público lo entienda y valore.

A veces los medios no siempre preparan a sus periodistas. Por ese motivo la audiencia se queda sin que alguien les maneje los temas con mucha claridad.

5. ¿Qué papel cree usted que cumplen los medios de comunicación en temas ambientales y la creación de conciencia ambiental?

Los medios de comunicación tienen la obligación de poner contenidos ambientales.

9. ¿Con que frecuencia usted ha observado que los medios de comunicación producen contenido ambiental?

Muy limitado, básicamente las notas económicas, políticas, crónica roja son a las que más importancia se les da.

10. ¿En qué nivel ubicaría usted a la conciencia social ambiental guayaquileña?

Creo que es un nivel muy bajo, no veo que hay conciencia ambiental en hechos reales. Creo que nos falta mucho, desde el respeto al prójimo hasta tener una mayor conciencia ambiental.

UCSG

Entrevista a Cecilia Herbas

Docente y coordinadora académica de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

1. En la Universidad Católica se imparte la materia de periodismo ambiental, ¿qué temas relevantes son considerados para analizar dentro del syllabus esta materia?

Uno de los primeros temas importantes es que los chicos lean sobre ciencia y aprendan a interpretar, otro tema es el tema de la lectura y la escritura, en mis talleres siempre se realizan temas teóricos, en lo específico lo que nosotros tratamos son los ecosistemas que tenemos en la ciudad de Guayaquil, un poco por la cercanía... el otro tema son los cerros. La ciudad de Guayaquil tiene dos ecosistemas principales que son el manglar y los cerros que más que los cerros son los bosques protectores.

2. En las carreras de Comunicación Social, pero de otras Universidades, como la FACSO y la UPS, los estudiantes aseguran que no se les enseña periodismo ambiental, ¿a qué cree usted que se debe que estas universidades aún no integren esta materia en su malla, considerando que el tema ambiental está en los primeros lugares de las agendas de estado en el mundo?

Tal vez sus mallas están diseñadas de una forma diferente, con objetivos diferentes a los nuestros pero yo creo se debe recordar que el comunicador o el periodista debe saber un poco sobre muchísimos temas, si bien es cierto que cuando cursas una materia nada más como la de ambiental no vas a ser un experto o especialista en el tema pero creo que se crea conciencia en el tema ecológico y se va instruyendo un poco o desarrollando en los estudiantes ciertas habilidades para la redacción de estos tipo de temas, en realidad en el país no hay muchas universidades que tengan una especialización, solo en la San Francisco de Quito pero no sé si hayan en otras, en Guayaquil yo creería

que somos los únicos que contamos con una materia sobre periodismo ambiental.

3. ¿Qué metodología de enseñanza maneja usted como catedrática de periodismo ambiental de esta universidad para desarrollar el interés en los estudiantes en producir contenido periodístico medioambiental?

Trabajamos en una metodología práctica y en hacer que este tipo de cosas como el calentamiento global, el uso de plástico, el reciclaje, que conozcan a profundidad este tipo de temas, en la visita que hacemos, la visita tiene una doble intencionalidad, más allá de acercarlos al medio ambiente, es también un poco que ellos puedan ejercer la practica en el periodismo.

Yo creo que a los estudiantes les llama la atención cuando ya ven la aplicación de esto en su vida diaria, por ejemplo, que pasa con el tinte de cabello, a donde van a parar las aguas residuales, yo creo que la sociedad no valora el recurso del agua, como la vemos todo el tiempo creen que tenemos en abundancia.

4. Según unas encuestas realizadas a estudiantes de esta universidad, un 75% asegura que sí existe una materia de periodismo ambiental en su malla curricular, sin embargo, solo el 17% señala que la metodología de enseñanza es la apropiada para generar en ellos interés en este tipo de periodismo. ¿Por qué cree usted que los estudiantes lo consideran de esa manera?

Lo que yo intento es un acercamiento y también un poco el tema de la práctica y aunque a los estudiantes les moleste, no les parezca, tienen que redactar. Lo que me preocupa es lo que me dicen los estudiantes que no saben ahora cómo no dañar el medio ambiente, la idea no es que vivas asustados, pero si es importante que tengas una concienciación del medio ambiente.

Yo creo que sería más el porcentaje que no ven, el periodismo ambiental necesita mucha investigación, para la investigación necesitas presupuesto y

tiempo de los reporteros, y lamentablemente en los medios de este país no vemos ese apoyo, hay una falta de compromiso de los mismos periodistas en algunos casos, pero precisamente el medio es el que te da el espacio, yo creería que el porcentaje está equivocado.

También yo no entiendo cómo responden los alumnos porque yo veo que cuando le pregunto a mis alumnos sobre noticias y no las leen, me parece que es terrible porque no puedes pretender ser comunicador cuando ni siquiera lees los medios porque entonces como sabes que vas a mejorar. Eso es algo preocupante.

5. Los estudiantes en un 75% aseguran que no ven noticias de contenido ambiental en los noticieros, ¿esto se debe a que tal vez no se ha estimulado el despertar de un interés en el periodismo ambiental aquí en la academia o tal vez porque definitivamente no haya noticias de corte ambiental en los noticieros nacionales?

Yo creo que, en este momento en el país, la importancia de estas noticias no se les da mucho espacio, no son tratados a profundidad, ni siquiera toman en consideración temas básicos como la recolección de basura, de hospitales, este tipo de cosas cotidianas, no se lo toma en cuenta si no está involucrado un tema político, económico. Otro ejemplo puede ser el tema del derrame del bunker el año pasado, fue la novedad, pero qué significaba eso para la ciudadanía, cómo impactaba, qué multas ocurrieron, se cerró la empresa, tienen protocolos de seguridad las empresas sobre este tema, como me afecta a mí como ciudadano, esos temas no se trataron, se dijo quién era el dueño de la empresa por ser un político conocido, paso y ya, y el tema murió, hay muchos temas que se pueden abordar.

6. ¿En cifras porcentuales cómo mediría usted la conciencia ambiental de sus estudiantes?

Es difícil, realmente es baja y espero que cuando termine la materia, llegue a una media, los estudiantes piensan que no hay impacto sobre temas ambientales.

Entrevista a Geovanna Montero
Productora de Noticias Gama Tv

1. ¿Qué se entiende por periodismo ambiental?

El periodismo ambiental es una de las especialidades periodísticas más amplias y completas, pues abarca con igual énfasis los aspectos científicos, sociales, políticos, económicos, culturales, ambientales, y éticos. En el terreno ambiental “el todo es bastante más que la simple suma de las partes.

2. ¿Hay periodistas especializados en medio ambiente trabajando en el noticiero de Gama TV?

Desde mi punto de vista El periodista ambiental, para considerarse tal, debe ir más allá del hecho y la noticia del momento; debe buscar brindar al lector aquellos elementos que le permitan entender cuál es la historia, cuál es el origen y la evolución del fenómeno que está considerando. Para ello es necesario identificar a los diferentes factores y protagonistas que intervienen en el suceso, cuál ha sido y cuál es su influencia actual.

3. ¿Qué nivel cobertura y tratamiento les dan a los temas ambientales?

A nivel de cobertura los temas ambientales constituyen uno de los problemas más críticos en el mundo y es por ello que ha surgido la necesidad de la toma de conciencia la búsqueda de alternativas para su solución.

4. ¿A qué factores le atribuye usted que en el periodismo televisivo se le reste importancia al abordaje de noticias sobre temas ambientales?

El objetivo es ofrecer a la audiencia buena información, veraz, con datos precisos, que pueda ser de utilidad se pueda opinar y decidir. Las decisiones se toman sobre la base de la información, pues siempre es mejor saber más

que menos sobre un asunto. Por último, la comunicación debe ser honesta y rigurosa, aunque seamos esclavos de nuestra propia historia.

5. ¿Cuáles son las limitaciones que tienen para realizar un periodismo ambiental orientado a la concientización? ¿Qué hace falta?

En este trabajo se tratará lo relacionado con la investigación de los problemas ambientales y su importancia, su origen y las posibles soluciones, con fin de crear inquietudes que favorezcan la toma de conciencia de este problema y en lo posible, el desarrollar actividades en la comunidad que contribuirán con el control de la contaminación de nuestro medio ambiente.

6. ¿Cómo califica el nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros hacia la ciudadanía?

Que le falta mucha más difusión en los noticieros para que los ciudadanos puedan saber. La importancia de conocer los contenidos ambientales nos ayuda a saber qué camino tomar a la hora de educar a las nuevas generaciones para conseguir así un desarrollo más sostenible.

Desde mi punto de vista tener un buen contenido ambiental es fundamental para llegar a tener un Desarrollo Sostenible en el que podamos tener unas condiciones de vida adecuadas al conseguir un equilibrio entre los aspectos económicos, aspectos ambientales y aspectos sociales.

7. ¿Cómo estructuraría usted un plan de acción para que los noticieros posicionen el tema ambiental dentro de su agenda setting?

Es tu trabajo investigar, informar y educar, para ayudar a tu audiencia a entender las consecuencias de los productos o servicios que fabrican, eligen o compran. Es un trabajo que nunca es aburrido; que te llevará a lugares recónditos.

Entrevista a Joao Chiluzia

Productor de Ecuavisa

1. ¿Qué se entiende por periodismo ambiental?

A opinión personal, creo que el periodismo ambiental se entiende a todo lo relacionado con la información que se puede dar ya sea escrita o audiovisual con respecto de lo que sucede en el medio ambiente, sus alrededores, su entorno, sus principales figuras como es la naturaleza y todo lo que conlleva eso incluido nosotros como personas siendo parte de influencia de las causas o consecuencias que podamos ocasionar como modelo de impacto en el desarrollo del mismo.

2. ¿Hay periodistas especializados en medio ambiente trabajando en el noticiero de Ecuavisa?

Todos los periodistas manejan sus propias fuentes, y todos están preparados en poder cubrir cualquier tema relacionado al medio ambiente.

3. ¿Qué nivel cobertura y tratamiento les dan a los temas ambientales?

Se podría decir que es periódico ya que siempre se genera noticia con respecto a la naturaleza, es un tema en coyuntura que se puede apreciar en la pantalla de los noticieros.

4. ¿A qué factores le atribuye usted que en el periodismo televisivo se le reste importancia al abordaje de noticias sobre temas ambientales?

Depende mucho de algunos factores como la disponibilidad de equipos periodísticos o sencillamente por tema de interés, actualmente se puede deducir que existen muchas noticias que cubrir que no sean relacionadas a temas ambientales y que son también importantes para la audiencia. Pero aun así se pueden ver temas en relación a lo ambiental.

5. ¿Cuáles son las limitaciones que tienen para realizar un periodismo ambiental orientado a la concientización? ¿Qué hace falta?

Quizás las limitaciones puede ser las personas a las que le llegarán el mensaje para poder lograr un mejor entendimiento, el periodismo ambiental es un reto para las personas que lo desarrollan porque no siempre son temas que son escuchados si no se lo muestra bien, hay que tener acierto para que estos informes sean atendidos correctamente. Una buena forma a mi punto de vista son los ejemplos, es necesario ser bien explicativos y lo visual puede ayudar bastante a que tengamos conciencia de algo que deseamos exponer.

6. ¿Cómo califica el nivel de difusión de contenidos ambientales en los noticieros hacia la ciudadanía?

Ahora que existe la Ley de comunicación podría decir que ciertos contenidos ambientales son más periódicos en las pantallas de algunos medios, más que nada lo relacionado con el contenido nacional, pero no es el óptimo, por Ley son contadas no con el fin de lograr algún cambio favorable, la mayoría no son vistas por que no logran el dinamismo necesario para que sean consumidos por el espectador.

7. ¿Cómo estructuraría usted un plan de acción para que los noticieros posicionen el tema ambiental dentro de su agenda setting?

Cada medio maneja su contenido no solo por la principal vía de difusión sino por redes sociales, estos temas serían muy bien visto en plataformas webs con información concreta con un mensaje adicional para la concientización. En televisión contar las causas de lo que ocurre podría influenciar más, es un plan en conjunto, llegaría a todos los grupos de personas.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, León Pozo Daniela Julieta, con C.C: #0931131924 autora del trabajo de titulación: La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de febrero de 2017

f. _____

León Pozo, Daniela Julieta

C.C: 0931131924



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Vásquez Rivas Elena de Jesús, con C.C: # 0941649147 autora del trabajo de titulación: La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de febrero de 2017

f. _____

Vásquez Rivas, Elena de Jesús

C.C: 0941649147



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La información de carácter ambiental en la creación de la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios		
AUTOR(ES)	León Pozo, Daniela Julieta ;Vásquez Rivas, Elena de Jesús		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Castaño Oliva Rafael		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación y Periodismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de febrero de 2017	No. DE PÁGINAS:	144
ÁREAS TEMÁTICAS:	Respuesta de medios y audiencia, producción de noticias, análisis de contenido		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Periodismo, Periodismo Ambiental, Información Ambiental, Conciencia Ambiental, Noticieros Televisivos, Audiencia, Preparación Académica.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Esta investigación busca estudiar la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación y la incidencia que reciben tanto de los noticieros televisivos del país, así como de la preparación en temas de corte ambiental impartidos en las aulas de la academia periodística. El método investigativo que se aplicó fue mixto, se combinó las técnicas cuantitativas y cualitativas. Este trabajo fue un estudio de tipo exploratoria/descriptiva. En el desarrollo del proyecto se acudió a diversas herramientas de investigación, tales como: entrevistas a productores y periodistas de televisión nacional, encuestas a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Politécnica Salesiana y de la Universidad de Guayaquil (Facso). Entre los resultados obtenidos se revela que los contenidos ambientales de los noticieros televisivos no inciden en la conciencia ambiental de los estudiantes de Comunicación. Además, la academia aún no consolida en su totalidad la relevancia del periodismo ambiental como materia que debe impartirse al alumnado.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-996750812/ +593-998517451	E-mail: julieta.leonpozo@gmail.com / elivasquezz@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: (COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE)	Nombre: Yáñez Blum, Sonia Margarita		
	Teléfono: +593-991923729		
	E-mail: sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			