



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

**“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA
SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN
AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA
PARROQUIA SUCRE”**

Tesis previa a la obtención del
grado de Licenciado en Ciencias
de la Comunicación Social.

AUTOR:

Marlon Alfonso Chamba Chamba

DIRECTOR DE TESIS:

Lic. Sybel Ontaneda Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Mg. Sc: Sybel Ontaneda

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de tesis titulado: **“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”** es de la autoría del egresado: **Marlon Alfonso Chamba Chamba** previo a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; el mismo que ha sido asesorado, y monitoreado con pertinencia y rigurosidad científica, en la ejecución del proyecto de tesis; por lo que se autoriza, su impresión, presentación, sustentación y calificación reservada, así como su defensa pública.

Loja, marzo 2015

Atentamente,



Mg.Sc. Sybel Ontaneda

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Marlon Alfonso Chamba Chamba declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja a la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba

Firma: 

Cédula: 1105070799

Fecha: 17-06-2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Marlon Alfonso Chamba Chamba**, declaro ser autor de la tesis titulada: **“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”** como requisito para optar al grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diecisiete días del mes de julio del dos mil quince, firma el autor.

Firma:

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba

Cédula: 1105070799

Dirección: Av. Calle México y Brasil

Correo Electrónico: chambamarlon@gmail.com

Teléfono:

Celular: 0959787788

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Mg. S.c. Sybel Enrique Ontaneda Andrade.

Tribunal de Grado: Ing. Mg. S.c. Wilman Merino Abarca (Presidente)

Lic. Almudena López (Vocal)

Dra. Bélgica Aguilar (Vocal)

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, en especial a la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, por permitirme realizar mis estudios de nivel superior; además, por ser formadora de profesionales competitivos, emprendedores, conscientes de su identidad nacional, justicia social, y democracia a través de la generación, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científicos y tecnológicos para contribuir al desarrollo sustentable de nuestro país.

Un especial agradecimiento a mi Director de Tesis: Mgs. Sc Sybel Ontaneda, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia científica en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo; en definitiva, haber asesorado y monitoreado con pertinencia y rigurosidad científica la ejecución del informe final de tesis; así como haber revisado oportunamente los avances de la investigación, devolviéndolos con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la misma.

A mis tíos, por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo del proyecto de tesis. Asimismo a mis compañeros, por su permanente disposición y desinteresada ayuda en los momentos más difíciles de mi vida.

Al licenciado José Padilla Editor Regional del diario La Hora “Loja”, por su gentil colaboración al proporcionar la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

A mi familia, quienes me han ayudado en muchos aspectos, con la finalidad de lograr el desarrollo de un buen trabajo investigativo. Sin ellos, no habría sido posible alcanzar esta meta. A todos mil gracias y que dios los bendiga siempre.

EL AUTOR

DEDICATORIA

A Dios:

Por darme la vida y así poder llegar hasta este punto tan exitoso de mi vida, por fortalecer e iluminar mi mente, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudios; y finalmente, por su infinita bondad y amor.

A mis padres:

Zoila Chamba y Serafín Chamba, por haberme apoyado a lo largo de toda mi vida académica, por sus consejos, sus valores, su paciencia, por la motivación inquebrantable que me han brindado lo cual me ha permitido ser una persona de bien; pero más que nada, por su cariño, brindándome un hogar cálido y enseñándome que la perseverancia y el esfuerzo son el camino idóneo para la consecución de los objetivos.

A mis tíos

Por su gran confianza, aprecio y constante motivación plasmado en el transcurrir de mi vida. Por ser mis mejores amigos, mis confidentes y compañeros más que eso mis hermanos para mí.

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/ NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS COMUNIDAD		
TESIS	Marlon Alfonso Chamba Chamba. “Análisis del diario la Hora de la ciudad de Loja sobre la actividad informativa en Conservación Ambiental y su incidencia en los habitantes de la parroquia Sucre”	U NL	2 0 1 4	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	PARROQUIA SUCRE	SUCRE	CD	Licenciado en ciencias de la Comunicación Social

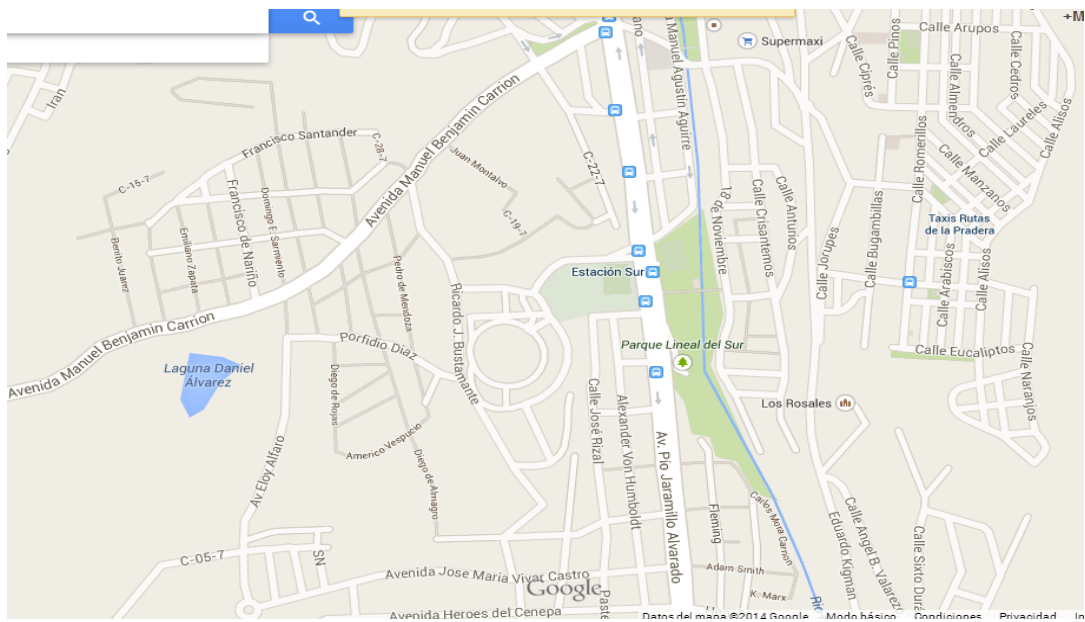
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: Plan de desarrollo territorial Loja

MODELO DEL TERRITORIO DESEADO



Fuente: Google Maps

ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS

- a. TÍTULO
- b. RESUMEN

SUMMARY

- c. INTRODUCCIÓN
- d. REVISIÓN DE LITERATURA
- e. MATERIALES Y MÉTODOS
- f. RESULTADOS
- g. DISCUSIÓN
- h. CONCLUSIONES
- i. RECOMENDACIONES

PROPUESTA

- j. BIBLIOGRAFÍA
- k. ANEXOS

PROYECTO

ÍNDICE

A. TÍTULO

“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación **“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”** muestra claramente el problema comunicacional en relación con la conservación ambiental de los moradores de la parroquia Sucre de la ciudad de Loja, de esta manera se establece las limitaciones que tienen algunos de los habitantes para hacer conocer a sus vecinos la necesidad de conservar el medio ambiente; por lo que la investigación nos ha permitido determinar posibles soluciones a la problemática existente. Para el proceso investigativo fue necesario el empleo de métodos tales como: científico, inductivo, deductivo, analítico – sintético, descriptivo y estadístico; los cuales ayudaron al cumplimiento de los objetivos. Así mismo, las técnicas utilizadas fueron: encuestas y entrevista, las primeras fueron aplicadas a 205 personas respectivamente y la segunda a una persona, la misma que permitió llegar a conclusiones y recomendaciones. En base al trabajo realizado en el lugar de estudio, la población investigada consideró la posibilidad de la implementación de una sección sobre el medio ambiente en el diario la Hora como alternativa para fortalecer el problema de estudio. Con relación a la investigación de campo esta contribuirá con la inclusión de ciudadanos informados, activos, provistos de conocimientos para cuidar el medio ambiente y tomar conciencia de las actividades que realizan diariamente y así dejar malas actitudes que no contribuyen al cuidado y manejo del medio ambiente. Este es el antecedente o problema que tiene la comunidad donde se busca la idea fundamental o el propósito de implementar la sección ambiental, la misma que detalla Objetivos, metas, factibilidad económica, parte estructural y productos comunicacionales a desarrollar. Con el estudio realizado se prevé que los productos elaborados alcancen la demanda efectiva para que en un futuro corto exista la transformación o el cambio que se trata de encontrar. El objetivo primordial de la sección será informar de lo más relevante a la localidad, así mismo se buscará llegar a instituciones del sector especialmente a los establecimientos educativos donde debe hacerse mayor énfasis en el análisis de las informaciones que se publicarán en la sección. La sección se denominará **“La Hora Ambiental o Sección verde”** este nombre permitirá a la ciudadanía conocer más en lo que concierne al cuidado del

medio ambiente, además se espera que sea un ejemplo a seguir por otras instituciones comunicativas de la ciudad y provincia.

PALABRAS CLAVES:

Problema Comunicacional, Establecimientos Educativos, Medio Ambiente, Loja, Parroquia Sucre.

Abstract

This research clearly shows the social communication problem by traversing the parish "Sucre" Canton Loja - Loja Province; for thus has established its reality. The limitations of local communication, research has allowed us to identify possible solutions to existing problems. For the research process was necessary to use methods such as scientific, inductive, deductive, analytic - synthetic, descriptive statistical; which have helped us to fulfill the objectives. Moreover, the techniques used were: sample surveys and interviews, the first were applied to 205 people respectively and the second two, which allowed them to reach a number of conclusions and recommendations. Based on the work done in the study site, the research population considered the possibility of implementing a section on the environment at the time the paper as an alternative to strengthen the proposal. In relation to this field research will contribute to informed citizens participation, assets, provided knowledge to protect the environment awareness of what they do and to leave those bad attitudes that have prevented the individual and collective development. This is the problem that has history or community which seeks the fundamental idea or purpose of the proposal detailing the same objectives, goals, economic feasibility, structural part to develop communication products. With the study is expected to reach processed products effective demand for transformation or change that is found there in a short future. The primary intent of this section is to report the most relevant that develops throughout the province, also seeks to reach all parts especially educational establishments should be greater emphasis on the analysis of the information be published in this section. The section "Environment Conservation" renamed it this name will enable citizens to learn more regarding the environment, and take it as example for other communicative institutions.

KEYWORDS:

Existing problems, Educational Establishments, Environment, Environment Conservation.

c. INTRODUCCIÓN

El tratamiento periodístico sobre la contaminación ambiental, en el ámbito global manifiesta en la actualidad un preocupante problema, debido a que no se le da la adecuada información al uso indiscriminado de los recursos naturales y la suficiente atención a la solución de los efectos negativos, lo cual afecta a todos los seres vivos y poblaciones humanas. Se estima que aproximadamente tres millones de personas mueren anualmente a causa de la contaminación ambiental según la Organización Mundial de la Salud OMS.

Los medios de comunicación abordan temas tradicionales que no contribuyen a contrarrestar el fenómeno de la contaminación ambiental, la misma que es desprendida del accionar humano diario, que aparentemente parecen positivas para el desarrollo, pero terminan generando mayor impacto contaminante.

En este sentido, los medios de comunicación son la base principal para un desarrollo equilibrado y justo, donde tengamos la oportunidad de recibir información a través de la comunicación la cual nos permitirá conocer cómo debemos cuidar el medio ambiente y la utilización de los recursos naturales.

La comunicación en los medios públicos y privados tienen una responsabilidad fundamental en el esparcimiento del progreso, de plantear políticas comunicacionales orientadas a desarrollar espacios de difusión de información sobre el medio ambiente.

En cuanto a los medios públicos, es obligatoria la atención a los temas ambientales, a través de una información veraz, contrastada y relevante que responda a la función social que están llamados a desempeñar.

Con respecto a las instituciones de comunicación privadas deberían hacer una revisión del tratamiento que le dan a la información sobre medio ambiente, creando espacios de información, mejorando la calidad de los contenidos, ya que si bien los medios de comunicación privados cubren los eventos que están en la actualidad en el boom del momento, considerado para ellos lo más importante, lo cual buscan obtener

el mayor rédito económico que les permita crecer como empresas, descuidando de esta manera el problema más importante el tratamiento ambiental.

Lamentablemente nuestro contexto nos muestra lo contrario. En la actualidad la globalización cultural, los medios de comunicación han moldeado la realidad social y por consiguiente el sentir de la ciudadanía. El proceso informativo que a diario se genera en los diferentes medios se ha centralizado, informando lo que más les genera ingresos o rentabilidad.

El presente trabajo de tesis; pone en referencia el nivel informativo que constituye a la Parroquia “Sucre” con el público exterior; es decir muy poco se han interesado los medios tanto locales, regionales en informar al sector y por ende facilitar el conocimiento la información. Siendo de esta manera desconocido por las personas el tratamiento al medio ambiente.

Es así, que en la presente investigación se establece como objetivo principal la incidencia de la comunicación en el desarrollo ambiental y cultural de los habitantes de este importante sector investigado; conocer de cerca la comunicación que emplean dichos grupos, y si los mismos favorecen y fortalecen la información con los habitantes del sector objeto de estudio; y finalmente, diseñar y desarrollar la intercomunicación de los pobladores de la Parroquia, en base a una propuesta alternativa, que contribuya el avance progresivo del sector, así como posibilite el incremento de información y comunicación ambiental especialmente para los habitantes de la parroquia Sucre.

Los tres medios impresos existentes en la ciudad de Loja son: “El diario la Hora”, “Centinela” y la “Crónica,” que difunden información local, provincial y nacional diaria constituyéndose así, en los más representativos de la ciudad que han logrado establecerse, los cuales poseen una muy buena aceptación por la ciudadanía, con lo que se lograrían llegar a los ciudadanos del sector a que se informen sobre cómo cuidar y proteger nuestro medio ambiente.

La ventaja informativa de los diarios establecidos en la ciudad de Loja la tiene el diario La Hora por su interacción de inmediatez, mayor volumen de hojas que lo

conforman, mayor tiraje de publicaciones con relación a los demás diarios, lo que se convierte en la institución idónea para llegar al sector investigado. En este sentido es necesario que la ciudadanía conozca cuidadosamente el accionar del medio privado y sobre el proceso de información de carácter ambiental. Es muy importante que los ciudadanos se informen sobre noticias de medio ambiente para que no actúen de forma irresponsable ante cualquier acción que afecte a la naturaleza.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un fenómeno nato de los seres vivos. Según Noboa 2010, “la comunicación es tan antigua como la vida misma y para el ser humano suena familiar porque es la forma adecuada para relacionarse e interactuar con los demás” (p. 23). Este autor asegura que la comunicación nació con el hombre mismo, puesto que es uno de los complementos de la humanidad para su desarrollo.

Según la historia, el surgimiento del hombre determinó la comunicación por que fue él, quien a través de sus gestos o expresiones faciales, risas chillidos llantos; expresaron sus primeras formas de comunicar; hoy en la actualidad existen diversos medios de comunicación donde las personas pueden expresar o comunicar lo que crean conveniente siempre y cuando no interfieran en la vida de otros o los demás. Así mismo se puede decir que la comunicación no solo se da a través de los medios de comunicación si no que está presentes en todo lado.

El diccionario de la Real Academia Española (2011), manifiesta que la palabra “**comunicar**” procede del latín **comunicare** que significa comunicarse a través de la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; también menciona las siguientes acepciones: hacer a otro participe de lo que tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa; conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito.

Para Lomonosov, A. (2012) la “comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes” (p.89). Este autor asegura que se trata de un asunto netamente social y que involucra directamente a la conducta de un ser humano que actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano; además la comunicación puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala.

Por su parte, Wolf, M. (2012) señala a la comunicación como “el acto de transmitir información, ideas, emociones, habilidades, por medio del uso de símbolos, palabras, figuras y gráficos” (p.112).

En esta definición el autor enfatiza la importancia de la comunicación al momento de transmitir cualquier tipo de información; ya que el objetivo y finalidad principal que tiene el acto comunicativo, es el de convencer al receptor, ya sea por medio de un recurso oral, escrito o audiovisual. En este caso resulta importante señalar que cada uno de estos medios cumple con características específicas y depende de qué se necesite, es el que se elige.

Por otro lado, en el artículo científico denominado Epistemología de la Comunicación escrito por Vilém, F (2009), asegura que “la comunicación humana es un proceso artificial” (p.10), señalando que esto ha ido cambiando y desarrollándose con el pasar de los años; así mismo señala que:

El carácter artificial de la comunicación humana –el hecho de que él se entienda con los otros hombres a través de artificios- no siempre es algo consciente para el hombre. Luego de haber aprendido un código tendemos a olvidar su artificialidad. Una vez que hemos aprendido el código de los gestos, no se piensa nuevamente que el asentir con la cabeza sólo significa un “sí” para aquellos que se sirven de tal código. Los códigos (y los símbolos, de los que están hechos) se convierten en una especie de segunda naturaleza, y el mundo codificado en el que vivimos –el mundo de los fenómenos significativos como el movimiento de la cabeza, las señales del tránsito y los muebles- nos hace olvidar el mundo de la “primera naturaleza” (el mundo significativo). En último término, este es el objetivo del mundo codificado que nos rodea: hacernos olvidar que él es un tejido artificial, que llena de significado a la insignificante naturaleza, en sí y para sí carente de significado, y que se adecua a nuestros requerimientos. El objetivo de la comunicación humana es hacernos olvidar el contexto falso de significación en el que nos hallamos por completo solos e incommunicados, es decir, aquel mundo en el que nos hallamos condenados a la prisión individual y a morir: el mundo de la “naturaleza” (p.12)

Para Aristóteles, la comunicación es “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión” (citado por Flores, H. 2009 p.13), con ello quiere decir que el emisor utiliza todos los recursos posibles para convencer al receptor y con ello alcanzar un fin determinado.

En este caso el filósofo de la antigua Grecia hace notar la importancia de que el receptor se convenza y asuma como cierta toda la información que le transmite el emisor; no basta que solo con que el receptor dé una respuesta, sino que esta respuesta sea comprendida en su totalidad.

En otra definición de la comunicación tenemos la del profesor Heinemann, P. (2010), en la que señala que es un “Proceso dinámico entre individuos y/o entre grupos, que mediante un intercambio informativo sirve para establecer la comprensión o un estado de comunidad” (p.33). Este escritor enfatiza principalmente en el dinamismo de la comunicación, señalando su espontaneidad y cuyo objetivo principal es comprender las ideas y estados de un grupo social íntimamente relacionado.

Esta concepción guarda relación con la del escritor González, V. (2009), en la que señala que “La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana” (p.102); con esto podemos evidenciar que son múltiples los significados de la palabra comunicación y extensos los autores que han hecho sus estudios de esta ciencia; es así que “ninguna de ellas será completamente satisfactoria que describa un proceso que sea complejo, que toque todas las áreas de la actividad humana” (Noboa, P. 20, p.3). Todos los conceptos de comunicación guardan relación entre sí y lo importante de ello es conocer más sobre esta ciencia que involucra directamente a la conducta del ser humano.

2. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

Después de haber establecido algunas definiciones de la palabra comunicación, resulta necesario conocer los componentes que intervienen en un proceso comunicacional; es así que el escritor Novoa, R (2012), señala que:

Toda comunicación tiene una fuente, esta puede ser; (persona o grupo de personas con un objetivo, ponerse en comunicación) cada fuente con sus ideas, intenciones y algún

propósito por el cual comunicarse; es necesario un segundo componente en la comunicación de la personalidad humana ya que estas pueden ser ideas, propósitos e intenciones que se expresan a través de códigos, símbolos que constituyen un mensaje o información (p.17)

Si hablamos de componentes de comunicación podemos mencionar o agregar todos los que conforman la parte del final del mensaje, considerando que son cuatro los elementos los que constituyen la comunicación, así tenemos: la fuente, la información, el personaje que trasmite la información o mensaje y el canal.

Un modelo que Galeano, E. C. (2011) menciona es el Modelo de Berlo, el mismo que contempla cuatro elementos esenciales que debe tener cualquier tipo de comunicación básica, estas son: Fuente, Decodificador, Mensaje y Canal, manifestando que:

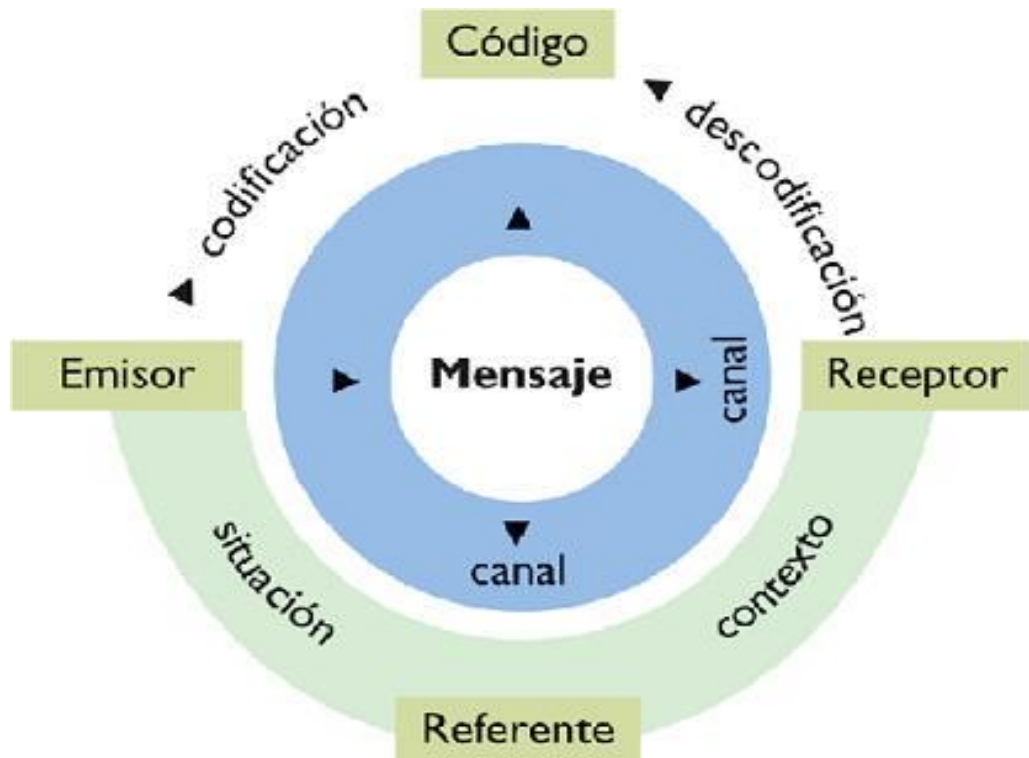
La comunicación es un proceso moderado que se atiene a las pautas de la acción comunicativa con una posición emisora que sería la fuente, una mediación que el codificador transforma la intención de la fuente en mensaje a transmitir por un canal medio o soporte que debe ser decodificado para una comunicación eficaz o una audiencia final supone que la comunicación constituye un proceso. Es decir, una estructura cuyos elementos se interrelacionan en forma dinámica y mutuamente influyente. En el proceso de comunicación no podemos identificar un principio o fin estable y constante a través del tiempo, por lo cual el modelo desarrollado corresponde al proceso de comunicación detenido arbitrariamente en un momento dado del tiempo.

En el proceso de comunicación podemos distinguir los siguientes componentes básicos para establecer una comunicación: Fuente de Comunicación, Encodificador, Mensaje, Canal, Decodificador y Receptor.

Estos elementos son inherentes a todo proceso de comunicación, ya sea que se trate de una conversación entre dos personas, una conferencia, etc. El carácter particular y las relaciones que se establezcan entre los diversos componentes dependerán del contexto en que la comunicación tiene lugar. En la comunicación interpersonal suele coincidir tanto la fuente con el encodificador como el decodificador con el receptor. (p. 108-110)

En la siguiente figura podemos evidenciar un Esquema de la Comunicación en el que se evidencia cada uno de los elementos con los cuales se realiza una buena comunicación.

Figura 1



Fuente: Obtenido de www.elementosdelacomunicacion.com

Sin duda, los componentes de la comunicación son esenciales para que se lleve a cabo una excelente comunicación, si llegara a faltar un componente el proceso comunicacional fallaría, dejando vacíos o incomprensibles los mensajes que se desea transmitir. Teniendo en cuenta y respetando cada uno de los componentes con los que se realiza la comunicación, se conseguirá con todo éxito el fin que nos planeamos antes del proceso comunicativo.

3.- LA COMUNICACIÓN Y SUS OBJETIVOS

Una nueva escuela surgió en el siglo XVII donde se la conoció por sus ideas y con el nombre de la Psicología de las Dificultades, esta escuela penetró claramente

en el alma y la mente de las personas atribuyendo diferentes facultades. “El dualismo alma-mente fue descifrado y tomado como base para dos intenciones de la comunicación. Una de esas intenciones era la naturaleza intelectual o cognitiva el otro era emocional” (Henry, G. 2011 p.73)

Para Henry, G. (2011) esta teoría de la comunicación tendría carácter informativo o carácter persuasivo y otro que se utilizaría en entretenimiento u otros tipos de medios de comunicación.

Pascuali, M. (2010) testifica que “la comunicación aparece en el instante que la estructura social empieza a formarse, como un esencial elemento” (p.54). También indica que sin comunicación no existe estructura social; así mismo el autor indica que el término social de comunicación debe “reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes sean cuales fueran los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia”

El objetivo principal que tiene una buena comunicación es convencer y persuadir a su receptor, por ello:

Lograr una comunicación efectiva es necesario para elaborar una formulación básica de sus objetivos, tener claro “que y a quién” se quiere comunicar así mismo se debe contar con la codificación de los valores los mismos que deben ser elocuentes hay que elegir correctamente el canal para que el resultado sea eficiente en función del mensaje y del receptor final. (Vargas, V. (2012) p.87)

Dentro de la efectividad de la comunicación se señala a la eficacia del modelo de comunicación de David Berlo (2002), en el cual indica que

La capacidad y la habilidad entre interlocutores resultan esencial y es necesario considerar que existe empatía cultural e ideológica de la fuente y del receptor con la finalidad de lograr una mayor cercanía con los rasgos de identidad y facilitar los objetivos de la comunicación propuesta (p.198)

Para comprender mejor este modelo, David Berlo diseñó el siguiente gráfico con lo que intenta dar respuesta a muchas de las inquietudes a las que se encuentra sujeta su modelo de comunicación.

Figura 2



Fuente: Obtenido de www.modelos de comunicaci3n.com

Con este modelos nos podemos dar cuenta que la comunicaci3n es met3dica, es decir permite al ser humano poner su posici3n en su entorno en el que se desarrolla, de modo que:

La comunicaci3n es un valor de interlocuci3n, de poder de influencia y de control la eficacia de la comunicaci3n est3 sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos sino que puede estar abocada al fracaso generalmente por incompatibilidad entre el prop3sito de quien emite la disposici3n de quien recibe. (Berlo, D. (2002) p.179-actualizado en el a3o 2014.)

Con todo esto podemos evidenciar que son claros los objetivos que tiene la comunicaci3n y que se encuentran íntimamente relacionados con los distintos

modelos que existen para que la comunicación se realice de la mejor manera y pueda lograr todas sus metas planteadas.

4. ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entendemos la comunicación, como el proceso mediante el cual dos o más interlocutores realizan un intercambio de informaciones en un contexto determinado. Dentro de esta definición, es importante establecer una primera diferencia entre lo que es comunicar y lo que es informar, diferencia relevante antes de señalar las estrategias comunicacionales existentes.

Frente a esto, Muñoz, C. (2012) señala que “en la comunicación, se da la retro-alimentación o feedback, o respuesta que el receptor hace al emisor para hacerle ver que ha entendido su mensaje” (p.129. Con esto el autor nos hace caer en cuenta que dentro de la comunicación existe la retro-alimentación cosa imposible que no se da dentro de la información

Para potenciar esta definición, podemos señalar que la función principal de la comunicación es mejorar las relaciones interpersonales. Además de esta función principal, se dan las conocidas como “*las tres c*”:

- **Captar** la atención
- **Cautivar** al interlocutor.
- **Convencer** de realizar alguna acción.

Dentro de la temática establecida, la palabra "estrategia" proviene del vocablo griego "estratego" que significa general. Sus orígenes se revelan en el campo militar, transfiriéndose con gran acierto a la esfera económica y, a su vez, ha encontrado propiedad en las diferentes esferas de la sociedad. Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura tratando de conceptualizar el término de referencia y su diversidad se expresa en correspondencia con la esfera en que se emplee.

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción

humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida. (Arellano, L. (2010) p.88)

Esta autora hace referencia a las estrategias de comunicación como el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, señala específicamente la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar o que permitan alcanzar el éxito deseado; claro está, todo ello se lograría sin alterar la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos.

Por otra lado, para Martínez, Y. (2009) “una estrategia de comunicación es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos” (p.160). Con esta definición, esta dramaturga señala algunas acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito; esto se lo lograría gracias a una estrategia de la comunicación.

La verdad es que la acción comunicativa exige de un proceso de planeación previa, que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios con un compromiso implícito de recursos y que ayuden a la toma de decisiones.

El concepto de estrategia ha sido objeto de múltiples interpretaciones, de modo que no existe una única definición. No obstante, Mendoza, A. (2009) identifica cinco concepciones alternativas que si bien compiten, tienen la importancia de complementarse para la elaboración de una estrategia de comunicación:

Estrategia como plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

Estrategia como táctica: Una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.

Estrategia como pautas: La estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.

Estrategia como posición: La estrategia es cualquier posición viable o forma de situar a la empresa en el entorno, sea directamente competitiva o no.

Estrategia como perspectiva: La estrategia consiste, no en elegir una posición, sino en arraigar compromisos en las formas de actuar o responder.

Con estas concepciones podemos evidenciar los distintos enfoques clásicos del concepto de estrategia que este autor le atribuye dentro de la comunicación, la definen como un proceso a través del cual el estratega se abstrae del pasado para situarse mentalmente en un estado futuro deseado, y desde esa posición tomar todas las decisiones necesarias en el presente para alcanzar dicho estado. De esta definición se destaca el concepto de estrategia como un plan puramente racional y formal que se define hacia el futuro con total prescindencia del pasado.

Las estrategias comunicativas, parten de determinar un grupo de situaciones y saber a dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y trata de resolver cualquier tipo de dificultad que se presente dentro de su desarrollo. Una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas. Galindo, T. (2010) señala que existe dos tipos de estrategias comunicacionales:

La transmisiva, de modelo vertical, parte del clásico paradigma EMISOR - MENSAJE - RECEPTOR, es unidireccional y va hacia afuera, y la participativa que resulta horizontal, parte de que todos son sujetos de la estrategia, funciona la auto-persuasión y va hacia dentro. La conformación de una serie de actos comunicativos implica una planeación, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y de compartir información (p.66).

Dados los diferentes conceptos anteriormente expuestos sobre las estrategias de comunicación, se elabora desde la posición como autor una definición propia sobre dicho concepto, el cual se considera como: "Un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin que asegura una decisión óptima en cada momento y tiene como objetivo incrementar los niveles de efectividad e impacto a nivel del comportamiento individual, el cambio social y organizacional. Es una perspectiva integral, guiado por una visión a largo plazo donde sus objetivos son verificables".

Si bien es cierto, operativamente la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de algunos principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas. Ahora bien, referirnos específicamente a un tipo de estrategia, determina la programación y la intención con la cual se va a llevar a cabo.

Por su parte, López, L. (2013) señala una propuesta metodológica de cómo hacer una estrategia comunicativa con fines educativos, manteniendo esencialmente, un propósito participativo según los intereses, necesidades y puntos de vistas de los coprotagonistas, así como una participación real de estos en toda la realización de la estrategia.

Esta estrategia no se logra de golpe, ni de la noche a la mañana; sino que parte de aproximaciones sucesivas; así que este autor argumenta que se debe dar respuesta a lo siguiente:

¿Quiénes somos?, es decir, definir el referente, los protagonistas, la esencia de la organización, institución o grupo que se propone hacer la estrategia, su misión o credo básico.

¿Qué queremos?, analizar y exponer los objetivos que concretan la misión o credo básico.

¿Con quiénes deseamos compartir nuestros mensajes?, definir los coprotagonistas de la estrategia y caracterizarlos.

¿En qué contexto desarrollamos nuestra acción?, obstáculos y oportunidades para desplegar nuestra estrategia, límites y orientaciones que vienen dados por el entorno.

¿Con qué recursos contamos o podríamos contar?, analizar la logística.

Después de responder estas interrogantes a través de entrevistas individuales o trabajo en grupos, tanto en el seno de la organización, institución o grupo que se propone la estrategia como con personas o grupos representativos de los coprotagonistas de ésta, se definen:

1. Objetivos comunicativos: Particulares o específicos, porque en el credo básico se encuentra lo general, pueden plantearse cómo será la representación ante los coprotagonistas, las informaciones a compartir y los propósitos comunicativos que se plantean con tales acciones.

2. Caracterización de los mensajes: Según las características y necesidades de los participantes. Los mensajes se transmiten a través de la acción, donde están juntos protagonistas y coprotagonistas.

3. Medios a emplear: Propios o ajenos para desarrollar las acciones de comunicación.

4. Acciones y calendario de eventos: Este es un elemento esencial pues permite planear en el tiempo todas las etapas y acciones comunicativas que se desplegarán, garantizando una continuidad y reiteración a la vez que se evitan las saturaciones o coincidencias de acciones que se anulen entre sí. Deben ser previstos todos los contactos que el grupo organizador debe tener con los coprotagonistas de la estrategia.

5. Discurso básico: Elaborar el mensaje fundamental que se desea compartir, para ser utilizado por los miembros del grupo primeramente y luego de forma paulatina por otros participantes de la estrategia, esencialmente a través de grupos de discusión y utilizando a los líderes de opinión. Eso garantizará una coherencia en torno a los objetivos trazados.

6. Línea de diseño: Debe ser creada para apoyar el discurso básico, una línea de diseño gráfico que complemente el trabajo comunicativo de los mensajes y contribuya a alcanzar los objetivos trazados.

7. Evaluación: Se debe prever los momentos y procedimientos mediante los cuales se irá evaluando el acercamiento o no a los objetivos trazados, por tanto, medir la efectividad de la estrategia (p. 56-57).

Es importante tener en cuenta estos pasos al momento de elaborar una estrategia de comunicación; así mismo no debemos olvidar que un producto o destino que se desea vender a través de nuestra estrategia, genera distintas lecturas en cada segmento de la demanda y que ésta despierta a su vez distintos sentidos. Por ello, es importante tener claro cuál es la imagen-objeto y no construir imágenes porque sí; esto dentro de la estrategia que vamos a elaborar.

Podemos decir que, generalmente desde la óptica motivacional, a la demanda le ha importado más la imagen que el producto/destino en sí y muchas veces el producto/destino no responde a la imagen creada de él; esto como estrategia comunicacional visual.

Según Rojas, R. (2011) las estrategias de comunicación pueden clasificarse en cuatro tipos:

- **Estrategia integrativa:** todos los mensajes específicos y generales están apoyados por el mensaje global. El mensaje global ejerce de paraguas de todos los mensajes.
- **Estrategia individualizada:** cada mensaje específico no se apoya en el mensaje global, sino que es independiente.
- **Estrategia “push”:** cuando queremos vender nuestro destino turístico al mercado, una de las estrategias que podemos utilizar es hacer el esfuerzo de comunicación en los agentes intermediarios: agencias de viajes, operadores turísticos, etc.
- **Estrategia “pull”:** cuando queremos atraer directamente al público objetivo. (p.80)

Antes de elaborar nuestra estrategia comunicativa, es importante tener en cuenta estas recomendaciones que Rojas, R (2011) menciona y tener claro dentro de que grupo vamos a trabajar y ante qué público la vamos a dirigir; esto nos ayudará a alcanzar el éxito deseado.

5. HERRAMIENTAS PARA POTENCIAR LA COMUNICACIÓN

Los principios más importantes y difíciles de todo el proceso comunicativo es el saber escuchar; siendo así la escucha activa el primer elemento primordial para potenciar la comunicación. La falta de comunicación que se sufre hoy día se debe en gran parte a que no se sabe escuchar a los demás. Se está más tiempo pendiente de las propias emisiones, y en esta necesidad propia de comunicar se pierde la esencia de la comunicación, es decir, poner en común, compartir con los demás, relacionarse con los demás. Es así que el autor Marcuello, A. (2012) hace referencia a la escucha activa, señalando que:

Existe la creencia errónea de que se escucha de forma automática, pero no es así. Escuchar requiere un esfuerzo superior al que se hace al hablar y también del que se ejerce al escuchar sin interpretar lo que se oye. Pero, ¿qué es realmente la escucha activa?

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. ¿Cuál es la diferencia entre el oír y el escuchar? Existen grandes diferencias. El oír es simplemente percibir vibraciones de sonido. Mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye. La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a alguien se precisa asimismo cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

Elementos que facilitan la escucha activa:

Disposición psicológica: prepararse interiormente para escuchar. Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos. Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).

Elementos a evitar en la escucha activa:

No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y

vuelve a ascender hacia el final del mensaje, Hay que tratar de combatir esta tendencia haciendo un esfuerzo especial hacia la mitad del mensaje con objeto de que nuestra atención no decaiga. No interrumpir constantemente al que habla.

No juzgar. Dejando a un lado nuestras impresiones subjetivas sobre lo que nos están contando.

No ofrecer ayuda o soluciones rápidamente. Sin dejar que el interlocutor se explique

No negar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".

No contar "tu vida" cuando el otro necesita hablarte, retomar la conversación con lo que te ha pasado a ti.

No contra-argumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".

Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.

Algunos aspectos que mejoran la comunicación:

Al criticar a otra persona, hablar de lo que hace, no de lo que es. Las etiquetas no ayudan a que la persona cambie, sino que refuerzan sus defensas. Hablar de lo que es una persona sería: "te has vuelto a olvidar de sacar la basura. Eres un desastre"; mientras que hablar de lo que hace sería: "te has vuelto a olvidar de sacar la basura. Últimamente te olvidas mucho de las cosas".

Discutir los temas de uno en uno. No "aprovechar" que se está discutiendo, por ejemplo sobre la impuntualidad de la pareja, para reprocharle de paso que es un despistado, un olvidadizo y que no es cariñoso.

No ir acumulando emociones negativas sin comunicarlas, ya que producirían un estallido que conduciría a una hostilidad destructiva.

No hablar del pasado. Rememorar o sacar a relucir los "trapos sucios" del pasado, no sólo no aporta nada provechoso, sino que despierta malos sentimientos. El pasado

sólo debe sacarse a colación constructivamente, para utilizarlo de modelo cuando ha sido bueno e intentamos volver a poner en marcha conductas positivas quizá algo olvidadas. Pero es evidente que el pasado no puede cambiarse; por tanto hay que dirigir las energías al presente y al futuro.

Ser específico. Ser específico, concreto, preciso, es una de las normas principales de la comunicación. Tras una comunicación específica, hay cambios; es una forma concreta de avanzar. Cuando se es inespecífico, rara vez se moviliza nada. Si por ejemplo, nos sentimos solos/as y deseamos más tiempo para estar con nuestra pareja, no le diga únicamente algo así: “No me haces caso”, “Me siento solo/a”, “Siempre estás ocupado/a”. Aunque tal formulación exprese un sentimiento, si no hacemos una propuesta específica, probablemente las cosas no cambiarán. Sería apropiado añadir algo más. Por ejemplo: “¿Qué te parece si ambos nos comprometemos a dejar todo lo que tenemos entre manos a las 9 de la noche, y así podremos cenar juntos y charlar?”.

Evitar las generalizaciones. Los términos "siempre" y "nunca" raras veces son ciertos y tienden a formar etiquetas. Es diferente decir: "últimamente te veo algo ausente" que "siempre estás en las nubes". Para ser justos y honestos, para llegar a acuerdos, para producir cambios, resultan más efectivas expresiones del tipo: “La mayoría de veces”, “En ocasiones”, “Algunas veces”, “Frecuentemente”. Son formas de expresión que permiten al otro sentirse correctamente valorado.

Ser breve. Repetir varias veces lo mismo con distintas palabras, o alargar excesivamente el planteamiento, no es agradable para quién escucha. Produce la sensación de ser tratado como alguien de pocas luces o como un niño. En todo caso, corre el peligro de que le rehúyan por pesado cuando empiece a hablar.

Elegir el lugar y el momento adecuados. En ocasiones, un buen estilo comunicativo, un modelo coherente o un contenido adecuado pueden irse al traste si no hemos elegido el momento adecuado para transmitirlo o entablar una relación. Es importante cuidar algunos aspectos que se refieren al momento en el que se quiere establecer la comunicación:

- El ambiente: se refiere al lugar, el ruido que exista, el nivel de intimidad...
- Si vamos a criticar o pedir explicaciones debemos esperar a estar a solas con nuestro interlocutor.

- Si vamos a elogiarlo, será bueno que esté con su grupo u otras personas significativas.
- Si ha comenzado una discusión y vemos que se nos escapa de las manos o que no es el momento apropiado utilizaremos frases como: “si no te importa podemos seguir discutiendo esto en... más tarde” (p.201-202)

Por otro parte tenemos al escritor Miró, J. (2010) quien señala cinco consejos estratégicos y claves que ayudarán a mejorar la comunicación, siendo los siguientes:

1. Debemos tener un objetivo claro en la comunicación con otras personas

¿En cuántas ocasiones nos ha sucedido que nos encontramos conversando tema tras tema con otras personas y al final tenemos la sensación de que solo se habló mucho y nunca llegamos a conclusiones claras? Debemos aprender a enfocarnos en un solo tema y dialogar hasta que tengamos conclusiones claras para todos. Cuando necesitemos hablar con otras personas, será importante preguntarnos antes de empezar: ¿cuál es el objetivo de esta conversación? Y tenerlo claro en cada participación que tengamos, y si uno se aparta del tema, es necesario volver a enfocar a la persona en el objetivo de la conversación.

2. Debemos dar respuestas claras, sencillas y directas de acuerdo con el objetivo acordado en la comunicación

Tratemos de entender el fondo de las participaciones de otras personas antes de responder. Lo que esperan las personas es que les respondamos lo que efectivamente le interesan. Evitemos dar detalles innecesarios que nos pueden desviar del punto central hasta dejar una imagen negativa de nuestra persona. Usemos frases cortas y que promuevan un dialogo positivo.

3. Usemos ejemplos reales como evidencias que respalden nuestros puntos de vista

Las conversaciones en las cuales incluimos evidencias tienen el beneficio de separar el punto tratado de las personas. Debemos usar evidencias claras y concisas que respalden el tema que nos interesa. Podemos usar estadísticas, objetos, demostraciones, incidentes con testigos que lo puedan comprobar, etcétera.

4. Escuchemos con atención a las otras personas cuando participen

Cuando nos comunicamos con otras personas siempre valoramos una actitud atenta y participativa que responda a lo que estamos conversando. Solamente la persona que escucha con atención sabrá dar una respuesta adecuada. Saber escuchar es una actitud positiva.

5. Hagamos preguntas correctas en el momento oportuno

Hacer excelentes preguntas en el momento oportuno es la mejor forma de promover un diálogo positivo y enfocado. Una pregunta bien formulada nos ofrecerá siempre una respuesta correcta. Recordemos que la persona que habla más dará mayor cantidad de información y las buenas preguntas logran este propósito. Las preguntas deben ser bien enfocadas en el tema tratado para evitar que incluyamos otros temas en la conversación.
(p.92)

Con esto podemos evidenciar que la comunicación es una habilidad que se va mejorando todos los días. Se la practica con actitud positiva y se logra un éxito personal, familiar, laboral y profesional cuando ya se aplica una excelente comunicación.

Por su parte, Caballo, V. (2009) señala a la Comunicación Asertiva como una herramienta primordial que ayuda a potenciar nuestra comunicación, asegurando que “la asertividad es un estilo de comunicación y de vida que favorece y mejora las relaciones sociales de quienes lo practican frente a los otros dos estilos de conducta más utilizados”
(p.212).

Son importantes los aportes que estos autores nos señalan acerca de todas las herramientas que existen para potenciar la comunicación; esto ayudará a alcanzar el éxito total al momento de comunicarnos con otra persona o con la multitud.

6. LA PRENSA ESCRITA

Para Gómez, M. y Martín, E. (2009) la historia de la prensa escrita hace referencia a la evolución cronológica de las publicaciones impresas desde la invención de la imprenta hasta la actualidad; estos expertos señalan que la prensa

escrita nace en los medios de comunicación desde la invención de la imprenta en el año 1440 por Johannes Gutenberg, indicando que:

Habría dado comienzo a toda una larga historia que continúa hasta nuestros días. Frente a esta teoría, cabe recordar que ciertos historiadores apuntan como uno de los primeros diarios a aquel de la Roma Republicana, el Acta Diurna -Eventos del día- presente en el supremo Foro Romano a instancias de Julio César en torno al 59 a.C. De igual modo y posteriormente -año 413 d.C-, en el lejano Oriente, el gobierno imperial chino publicaría Noticias Mezcladas. No obstante, bien es cierto que ambas dos no gozaron de gran éxito entre el público ni tampoco en su distribución, reconociendo así el mérito del invento de Gutenberg en lo que a la difusión masiva se refiere.

En la evolución de la prensa escrita a partir del siglo XV, cabría destacar un factor determinante: ésta no se habría producido únicamente por la aparición en escena de la imprenta, sino también y como apuntan diversos testimonios, gracias al incremento del número de personas que, si bien no estaban capacitados para la correcta extracción de aquellas ideas presentes en los textos, comenzaron a alfabetizarse, es decir, iniciaron un aprendizaje en lo que a leer y escribir respecta.

El afán humanístico de registrar todo aquello cuanto acontecía dio origen a cuatro bloques de documentos que bien podrían considerarse el “germen” de los medios de comunicación social. Surgieron así las crónicas, herederas de los Annali de la antigua Roma, las cuales se trataban de un compendio de todas aquellas aventuras de los monarcas así como de los acontecimientos ciudadanos de la época, con un claro tinte propagandístico. Por su parte, las llamadas cartas-diario comendarían a añadir informaciones de corte político o militar a la correspondencia mercantil. En tercer lugar se situarían los almanaques, considerados vehículo de alfabetización de la ingente masa desfavorecida por excelencia, los cuales incluían desde predicciones del tiempo a consejos y proverbios moralizantes.

Finalmente, los “avissi” “fogli a mano” “gazzettas” o “nouvelles à la main” se alzarían con un mercado previo a aquel del periodismo de acontecimientos. No eran más que folios plegados en los cuales los autores se hacían eco de todas aquellas noticias útiles relacionadas con la circulación de mercancías e incluso, aquellas sobre hechos de interés público. La relación que este último tipo de publicación tiene con el concepto de

periódico que conocemos hoy en día es evidente. No en vano, cabe mencionar que el término gazzetta sigue estando vigente en la actualidad en la mayor parte de Italia.

Con el paso del siglo aparecerían nuevas publicaciones periódicas como fue el caso de los Ocasionales y de las Relaciones. En cuanto a los primeros, los más antiguos datan de 1470, procedentes de Bolonia, teniendo como tema el avance de los turcos por el Mediterráneo. Otro ejemplo serían aquellos que contaron en su momento la actualidad sobre el descubrimiento de América -1492- , los ocasionales de Cristóbal Colón. Esta publicación gozaría del favor del público europeo hasta el siglo .XIX, siendo conocidos en Francia con el nombre de canards y en la zona centro-europea como neue zeitung. De la misma forma que sucedió con las crónicas, los ocasionales pasaron a emplearse como vehículo propagandístico por parte de los grandes estados de la época. En cuanto a las Relaciones, destaca su carácter semestral el cual permitía aglutinar los principales acontecimientos acaecidos en el Viejo Continente durante los seis meses comprendidos entre las dos ferias anuales de editoriales y librerías en la ciudad de Frankfurt (p.56-59).

Resultan importantes los aportes que estos dos autores hacen en cuanto a la historia de prensa escrita en el mundo; indicando que este tipo de medio de comunicación nació en el siglo XV y desarrollándose con el pasar de los años.

7. EL MEDIO AMBIENTE EN LA PRENSA ESCRITA

Para Salaverría, R., & Negredo, S. (2010) “los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Comprenden desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones para intereses especiales y de lo más disímolos” (p.44). En la actualidad los medios impresos juegan un papel importante en la difusión de la información, adquiriendo cada vez más popularidad en el sector social.

Por lo general, el espacio que el tema ambiental tiene en los medios de comunicación se concentra en los medios impresos. Los espacios ganados por parte de la prensa ambiental escrita han mostrado un papel importante desde finales de la década de los sesenta. En esa época, los registros periodísticos dan cuenta de diversos temas, como son la creciente contaminación urbana, el deterioro de sistemas fluviales, la desecación de lagos, la destrucción de bosques, y principalmente los

escándalos sobre la importación de alimentos contaminados (leche radio-activa, vegetales contaminados con químicos, entre otros); la negligencia en el manejo de desechos tóxicos, los daños a la salud y la contaminación del Oriente Ecuatoriano por la empresa CHEVRON.

En los últimos años, la opinión pública ha mostrado un creciente interés en materia de Medio Ambiente. La demanda social en temas medioambientales está ahí y no existe partido político, organismo público o empresa que no lo tenga en cuenta. Es así que Andelman, M. (2011) indica que:

Los temas Medio Ambientales afectan al entorno inmediato de la población y es por este motivo que la gente se muestra, cada vez más, más sensibilizada con ellos. En este sentido, los medios de comunicación generalistas, que tradicionalmente no han destinado un gran espacio al Medio Ambiente, van ampliando su dedicación. En cualquier caso, existen muchas revistas, ciertos canales de televisión y portales de Internet especializados, que tratan este tipo de información con rigor y en profundidad (p.63).

Aunque los problemas ambientales tienen cada vez mayor cabida en los medios de comunicación, sigue sin existir una sección específica para estos temas. Las noticias sobre medio ambiente se incluyen, por lo general, en el bloque de Sociedad y pasan a Nacional o a Internacional según su trascendencia. En ocasiones, el tratamiento de este tipo de información por parte de los medios puede llevar a pensar que los temas medio ambientales sólo son noticia cuando se trata de mensajes negativos y un ejemplo de ello es la forma como se cubren los convenios internacionales sobre medio ambiente. En este caso Romero, A., & Inche, J. (2014) señalan el acuerdo alcanzado en Johannesburgo, en diciembre de 2002, como un ejemplo de este tipo, en donde señalan que: “la eliminación de varios contaminantes orgánicos no logró desplazar a otras noticias, deportivas o políticas, de las primeras páginas y titulares de periódicos o informativos” (p.80). Con ello podemos evidenciar que la mayoría de medios se limitaron a publicar un breve o un resumen de agencias referente a este acontecimiento noticioso. Sin embargo, las divergencias en torno al Protocolo de Kioto, la falta de acuerdo en la Conferencia de La Haya o la reciente catástrofe ecológica del petrolero Prestige, han sido objeto de numerosos

análisis, titulares, entrevistas, reportajes, entre otros. Los programas-concurso medio ambientales cuentan con una gran aceptación entre el público, así como los documentales y son, sobre todo, los reportajes sobre especies exóticas y en peligro de extinción los que parecen resultar más atractivos a los espectadores.

Por otro lado tenemos el artículo científico escrito por Velásquez, J. (2014) sobre El Medio Ambiente en los Medios de Comunicación, en el que indica que:

En la estrategia “Cuidar la Tierra” se dice textualmente: “Lo que la gente hace es lo que la gente cree. A menudo unas creencias ampliamente aceptadas tienen más poder que los decretos gubernamentales”. Sirvan estas palabras para introducir la importancia de este tema ya que, la información que reciben los ciudadanos por los medios de comunicación es, con frecuencia, la única vía de formación a la que tienen acceso tras finalizar sus estudios elementales.

Aunque divulgación e información no es la misma cosa, porque en el primer caso los educadores deben ser muy precisos en el mensaje que transmiten, y esto requiere de grandes argumentos y teorías contrastadas que son expuestas en periodos de tiempo más o menos prolongados que además pueden estar apoyadas en multitud de medios tecnológicos y soportes físicos. Sin embargo en el segundo caso, los periodistas se ven muchas veces limitados por el tiempo que tienen para publicar una noticia, los medios de que disponen para hacerlo y las incertidumbres reinantes sobre el tema en cuestión en el momento de tratarlo. (p.10)

Como podemos evidenciar en el segundo párrafo, este autor hace una clara diferencia entre divulgación e información, la cual resulta importante dentro de esta temática; sin embargo el autor señala que esto no exime al periodista de su obligación de ser riguroso al transmitir la información, indicando que:

Lo que diga puede ser aceptado por la opinión pública como un “dogma de fe”, más aún si los lectores son habituales de un determinado periódico o informativo. Aparece aquí un problema con la información científico – técnica que no debería producirse en ningún caso, y es el que se crea cuando los medios con tendencias ideológicas bien definidas interpretan a su antojo las informaciones que les llegan desde los investigadores y técnicos especializados.

Sucede así con temas como la investigación con células madre, el cambio climático, el tratamiento de enfermedades terminales, etc. Hasta cierto punto pueden admitirse discrepancias en la forma en que se deben abordar estos temas, pero lo que nunca debió ni debe volver a pasar es que se falseen datos contrastados científicamente, esto puede provocar un daño irreversible en la conciencia de las personas y, como consecuencia, en el medio ambiente.

Pero el rigor puede representar en ocasiones un arma de doble filo, pues en temas como el medio ambiente no suele haber periodistas especializados, que manejen bien el lenguaje técnico, y suelen incurrir en uno de estos dos errores: o bien interpretan mal la fuente de información y publican auténticas barbaridades o se dedican a citarla extendiendo un mensaje demasiado técnico que el público no llega a comprender. (p.11)

En este caso el autor señala un tema importante, señalando que los periodistas por lo general no suelen conocer que científicos son fiables en sus argumentos y normalmente los científicos más prestigiosos evitan pronunciarse sobre temas que por ser novedosos aún no ha estudiado con suficiente profundidad. Entonces, los que normalmente suelen hablar pronuncian mensajes catastrofistas, que son bien acogidos en las redacciones puesto que así interesan al gran público. Este autor también señala que:

Cuando los problemas ambientales aparecen en televisión ocurren en partes muy diferentes del mundo (los vertidos de petróleo en las costas de California, el transporte de residuos nucleares en Alemania, el tsunami en Japón y la posterior alerta nuclear de Fukushima, etc.) y esto eclipsa los problemas cotidianos a los que se enfrentan los ciudadanos en sus localidades, simplemente porque no son “impactantes”, y normalmente se quedan sin saber que su ayuntamiento ha instalado un sistema de recogida selectiva de residuos que no funciona si los habitantes del lugar no separan la basura en su propia casa, o que instalando en su azotea paneles solares térmicos conectados a un sistema de producción de ACS no sólo están contribuyendo a frenar el calentamiento global sino que pueden ahorrar hasta un 70% en la factura del gas.

Además los medios, con esta estrategia sensacionalista, le están haciendo un flaco favor al ciudadano, puesto que esos problemas ambientales pueden ser percibidos por las personas como fuerzas insuperables frente a las que nada se puede hacer y ante las que

el público reacciona con enfado, frustración y finalmente indiferencia, con lo que no se consiguen cambiar los malos hábitos de los individuos.

Porque de eso se trata, en la antigüedad el ser humano podía observar de manera directa las consecuencias de sus actos sobre el entorno, en la Edad de Piedra si se talaba un árbol para hacer leña, al día siguiente ya no estaba allí y había que buscar otro árbol que estaba más lejos que el anterior y que el anterior a éste. En la Edad Media el hombre arrojaba sus excrementos a la vía pública y aparecían malos olores y enfermedades que azotaban a las poblaciones locales. Sin embargo, la sociedad actual disfruta en muchos países de un sistema que le permite subir la temperatura de su vivienda con solo apretar el botón de la calefacción, y deshacerse de sus heces con solo tirar de la cadena del inodoro, con lo que no es consciente en su día a día de la repercusión que tienen sus actos sobre el medio.

Esto es así porque no se informa sobre los procesos que llevan a la generación del resultado, sólo se muestra la catástrofe (el vertido de petróleo) y no se habla de su origen (la extracción en alta mar) ni del fin que lo provoca (llenar los depósitos de los vehículos al mínimo precio posible).

El origen de la falta de información, es que existe una falsa creencia en los mismos medios de comunicación de que lo científico no interesa al público, pero esta teoría no es cierta puesto que la información meteorológica está presente en todas las ediciones de los telediarios y prensa escrita, incluso en ella se usa lenguaje muy técnico (anticiclones, nubes de evolución, isobaras...) y sin embargo es considerada como información de servicio al ciudadano porque le afecta directamente.

En 2001, la Comisión Europea publicó un estudio en el que pulsaba la opinión de los ciudadanos sobre la información que recibían de los medios de comunicación, a la pregunta de si les interesaba la información deportiva los ciudadanos respondían afirmativamente en porcentajes muy altos, y estos valores se repetían cuando se les preguntaba si estaban satisfechos con la información deportiva recibida, sin embargo, si se formulaban estas mismas preguntas pero respecto de la información científica, los ciudadanos mostraban su interés por este tipo de noticias y su descontento por la escasez de las mismas en los medios.

Conseguir transmitir al público en general el mensaje de que la protección del medio ambiente afecta directamente al desarrollo de nuestras actividades cotidianas, sin llegar a provocar en el receptor ese pánico o indiferencia que le impida actuar, es el gran reto que tienen por delante los medios de comunicación en estos momentos. (p. 13-14)

Con este artículo podemos evidenciar la complejidad de los problemas ambientales, en donde los mismos científicos se pongan muchas veces de acuerdo en sus orígenes y mucho menos en el alcance de sus consecuencias, pero esto no exime de responsabilidad al periodista que debe ser responsable de lo que publica, y debe exigírsele que desarrolle el mismo “periodismo en profundidad” que aplica en otras categorías, como es el caso de la economía que en estos tiempos de crisis se han preocupado por conocer muy bien.

Los comunicadores o periodistas deben ser puntuales a la hora de elaborar los mensajes o notas que transmiten, esto significa que se debe consultar o indagar una serie de fuentes que acredite la verdad, la finalidad que debe tener el periodista profesional es ayudar a la sociedad a guiar a través de la información dejando de lado los intereses económicos, políticos que han hecho de la información una mercancía.

Es obligación del periodista ser riguroso al transmitir la información, ya que lo que diga puede ser aceptado por la opinión pública como un “dogma de fe”, más aún si los lectores son habituales de un determinado periódico o informativo. Aparece aquí un problema con la información científico – técnica que no debería producirse en ningún caso, y es el que se crea cuando los medios con tendencias ideológicas bien definidas interpretan a su antojo las informaciones que les llegan desde los investigadores y técnicos especializados. (Velásquez, J. 2014 p.77)

Un inconveniente que se ha evidenciado en los periodistas en la actualidad es que se ven presionados por los dueños de los medios a cubrir solo lo que les conviene dejando de lado temas trascendentes como la conservación del medio ambiente. Además este autor indica que existen temas como:

La investigación, células madre, el cambio climático, el tratamiento de enfermedades terminales, entre otros. Hasta cierto punto pueden admitirse discrepancias en la forma en que se deben abordar, pero lo que nunca debió ni debe volver a pasar es

que se falseen datos contrastados científicamente, esto puede provocar un daño irreversible en la conciencia de las personas y, como consecuencia, en el medio ambiente.

Pero el rigor puede representar en ocasiones un arma de doble filo, pues en temas como el medio ambiente no suele haber periodistas especializados, que manejen bien el lenguaje técnico, y suelen incurrir en uno de estos dos errores: o bien interpretan mal la fuente de información y publican auténticas barbaridades o se dedican a citarla extendiendo un mensaje demasiado técnico que el público no llega a comprender.

Esto último lleva a otro problema añadido, el de la elección de las fuentes. Los periodistas por lo general no suelen conocer que científicos son fiables en sus argumentos y cuáles no, y normalmente los científicos más prestigiosos evitan pronunciarse sobre temas que por ser novedosos aún no ha estudiado con suficiente profundidad. Entonces, los que normalmente suelen hablar pronuncian mensajes catastrofistas, que son bien acogidos en las redacciones puesto que así interesan al gran público.

Es más, por lo general, cuando los problemas ambientales aparecen en televisión ocurren en partes muy diferentes del mundo (los vertidos de petróleo en las costas de California, el transporte de residuos nucleares en Alemania, el tsunami en Japón y la posterior alerta nuclear de Fukushima, entre otros.) y esto eclipsa los problemas cotidianos a los que se enfrentan los ciudadanos en sus localidades, simplemente porque no son “impactantes”, y normalmente se quedan sin saber que su ayuntamiento ha instalado un sistema de recogida selectiva de residuos que no funciona si los habitantes del lugar no separan la basura en su propia casa, o que instalando en su azotea paneles solares térmicos conectados a un sistema de producción de ACS no sólo están contribuyendo a frenar el calentamiento global sino que pueden ahorrar hasta un 70% en la factura del gas.

Además los medios, con esta estrategia sensacionalista, le están haciendo un flaco favor al ciudadano, puesto que esos problemas ambientales pueden ser percibidos por las personas como fuerzas insuperables frente a las que nada se puede hacer y ante las que el público reacciona con enfado, frustración y finalmente indiferencia, con lo que no se consiguen cambiar los malos hábitos de los individuos.

Porque de eso se trata, en la antigüedad el ser humano podía observar de manera directa las consecuencias de sus actos sobre el entorno, en la Edad de Piedra si se talaba un árbol para hacer leña, al día siguiente ya no estaba allí y había que buscar otro árbol que estaba más lejos que el anterior y que el anterior a éste. En la Edad Media el hombre arrojaba sus excrementos a la vía pública y aparecían malos olores y enfermedades que azotaban a las poblaciones locales. Sin embargo, la sociedad actual disfruta en muchos países de un sistema que le permite subir la temperatura de su vivienda con solo apretar el botón de la calefacción, y deshacerse de sus heces con solo tirar de la cadena del inodoro, con lo que no es consciente en su día a día de la repercusión que tienen sus actos sobre el medio.

Esto es así porque no se informa sobre los procesos que llevan a la generación del resultado, sólo se muestra la catástrofe (el vertido de petróleo) y no se habla de su origen (la extracción en alta mar) ni del fin que lo provoca (llenar los depósitos de los vehículos al mínimo precio posible).

El origen de la falta de información, es que existe una falsa creencia en los mismos medios de comunicación de que lo científico no interesa al público, pero esta teoría no es cierta puesto que la información meteorológica está presente en todas las ediciones de los telediarios y prensa escrita, incluso en ella se usa lenguaje muy técnico (anticiclones, nubes de evolución, isobaras...) y sin embargo es considerada como información de servicio al ciudadano porque le afecta directamente.

Conseguir transmitir al público en general el mensaje de que la protección del medio ambiente afecta directamente al desarrollo de nuestras actividades cotidianas, sin llegar a provocar en el receptor ese pánico o indiferencia que le impida actuar, es el gran reto que tienen por delante los medios de comunicación en estos momentos.

La complejidad de los problemas ambientales hace que ni los mismos científicos se pongan muchas veces de acuerdo en sus orígenes y mucho menos en el alcance de sus consecuencias, pero esto no exime de responsabilidad al periodista que debe ser responsable de lo que publica, y debe exigírsele que desarrolle el mismo "periodismo en profundidad" que aplica en otras categorías, como es el caso de la economía que en estos tiempos de crisis se han preocupado por conocer muy bien.
(p. 84)

8. PERIODISMO AMBIENTAL

Según Sánchez, E. (2010) el periodismo sobre el Medio Ambiente “es el que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente, y en especial de aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación” (p.39)

Resulta evidente que, si el periodista no es capaz de transformar una información compleja en un relato comprensible para un gran número de personas, se producirá una ruptura en el proceso comunicativo que hará inviable el entendimiento y asimilación de los hechos.

Es muy claro el autor en la base del periodismo científico, el periodista “debe conocer a fondo los problemas que están afectando a la sociedad o a su entorno y debe entenderlos de tal manera que pueda ayudar a comprender a los demás y si es posible buscar una solución como investigador” Ramón, M. (2013)

Por su parte, Reyes, R. F. (2009) manifiesta que el Periodismo Ambiental en términos generales se define como “el tratamiento a través de los medios de comunicación de los temas relacionados con el medio ambiente, considerado como el conjunto de sistemas naturales y sociales en donde conviven el humano y los demás seres vivos” (p.19). Con esto también se menciona que hoy en día muchas universidades ofrecen especializaciones y posgrados en este tema. Así mismo, este autor señala que esta actividad:

Nace a raíz de la necesidad de que alguien registrara el deterioro y contaminación que está sufriendo nuestro planeta y del cual muchas veces las autoridades competentes hacen caso omiso. Estas personas son las denominadas como Periodistas Ambientales. En cuanto a su historia, es un oficio muy reciente que data de unos veinte años de antigüedad donde los Periodistas Ambientales siguen siendo censurados y perseguidos. En la actualidad los mismos funcionan en organizaciones y gremios. Uno de los principales fundadores de esta corriente es el uruguayo Victor L. Bacchetta. Dicho en términos sencillos, el Periodismo Ambiental tiene como fin llevar al ámbito político y estatal, los problemas que afectan a la sociedad para con ello generar opinión, controversia y conciencia y así mismo presión a las entidades del estado para que

ejerzan sus funciones ya sean preventivas, correctivas y/o sancionatorias y que realmente se castigue a los responsables de los daños del entorno. (p.22)

Como podemos evidenciar el Periodismo Ambiental es una corriente nueva y con el pasar de los años va tomando mayor popularidad en muchas partes del mundo.

Fernández, E. (2012) señala algunas características que lo hacen único al Periodismo Ambiental, destacándolo como uno de los géneros más importantes de la información del siglo XXI, siendo las características más relevantes e imprescindibles las siguientes:

1. No es periodismo científico, aunque implica conocimientos específicos en temas como biología, física, economía, psicología.
2. El periodismo ambiental rebasa al científico porque involucra aspectos filosóficos, éticos y culturales sobre los cuales la ciencia moderna excluye expresamente la posibilidad de emitir opiniones.
3. Es un periodismo preventivo, pues anticipa sucesos negativos basándose en estudios científicos.
4. Es un periodismo de inversión, pues requiere largos periodos de investigación, un equipo de trabajo especializado y estudios especiales de comprobación.
5. Exige la consulta de varias fuentes de información, las cuales se encuentran dispersas y en todos los niveles de la sociedad.
6. Por su complejidad, promueve el trabajo en equipo, la cooperación y la solidaridad profesional.
7. Es un periodismo que promueve un cambio social. (p.201)

Con estas características podemos evidenciar que el periodismo ambiental debe despertar y formar conciencia ambiental con el fin de que se adquiriera una mayor sensibilidad con respecto al medio ambiente y a sus problemas, a través de la generación de conocimientos que fomenten una comprensión básica del ambiente en

su totalidad. A través de él, se debe además fomentar una posición crítica hacia las actividades que atenten contra el medio ambiente y proponer soluciones viables.

Así mismo, Fernández, E. (2012) indica que el periodismo ambiental busca, además de informar, “poner en la agenda política los problemas que afectan a la sociedad y generar corrientes de opinión en base a una información completa y veraz”. (p.223). Con ello podemos mencionar que adicionalmente, busca producir el afianzamiento de una ciudadanía informada y participativa que tenga los elementos necesarios para participar activamente en medidas que coadyuven a un desarrollo integral.

Para lograr un desarrollo que abarque a toda la sociedad a través de dicha participación ciudadana, el investigador mexicano Santana, E. (2013) afirma que es imprescindible “una ciudadanía informada con conocimientos sobre los valores de nuestro patrimonio natural, las causas de la problemática actual y sus efectos sobre el bienestar de la sociedad en su conjunto” (p.53). Con esto podemos asegurar el importante papel que juegan los medios masivos de comunicación en el debate ambiental en especial por la importancia de su incidencia en la opinión de un gran sector ciudadano. Así también, Santana, E. (2013) señala que:

Periodismo debe buscar dar a conocer los beneficios que genera el uso racional y sostenible del medio ambiente a la comunidad, y denunciar hechos irregulares que atenten contra él, así como contra la diversidad biológica. Así también, según Santana el periodismo “contribuye a la construcción de una política y de una cultura ambiental que, para ser efectiva, debe estar ligada de manera indisoluble a la eliminación de la pobreza”.

Por otro lado, en países como el Perú, poseedor de una diversidad biológica muy variada y que aún no conocemos en su totalidad, la pobreza se enraíza principalmente en las zonas que justamente deberían ser las más beneficiadas con la diversidad biológica del país. La presión social que existe hacia el medio ambiente en los últimos años es difícil de controlar si no se aplican políticas integradoras que incluyan factores bióticos y abióticos, con prioridad en las poblaciones con mayor índice de pobreza.

Santana afirma también que “son precisamente las poblaciones indígenas y campesinas con los mayores niveles de marginación social y cuyo bienestar depende de manera inmediata del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, las que viven en las zonas silvestres que albergan la mayor diversidad biológica”. Es por eso que para buscar un desarrollo sustentable que traiga beneficios para las poblaciones rurales, éstas deben participar del uso directo e indirecto de los recursos naturales.

Sin embargo, para tal fin se debe conocer lo que dichas poblaciones realmente poseen, los potenciales que presenta su entorno, así como los mecanismos que existen para un uso sostenible. Es imprescindible además conocer y entender sus características socioeconómicas y culturales. Este conocimiento permite distribuir y ordenar los efectos ambientales que sobre sus territorios implica, el tan mentado, desarrollo sostenible a través del manejo responsable de los recursos naturales. (p. 60-61)

Con todo esto, podemos asegurar que una de las metas del periodismo ambiental debe ser alcanzar y transmitir la profundidad de problemas ecológicos y socialmente complejos. Para coadyuvar a obtener y hacer público dicho conocimiento, sin duda alguna está el periodismo ambiental.

Por otro lado tenemos a Angulo, E. (2011), quien manifiesta que el periodismo ambiental es una variante del periodismo científico. Es por eso que hoy en día, “el periodista ambiental debe verse obligado a mezclar el conocimiento científico con la realidad, incluyendo el factor social como parte fundamental de la conservación, el manejo y el aprovechamiento racional de la diversidad biológica” (p.41).

Dentro de este tema, este autor asegura que actualmente, en el medio académico y profesional es cada vez más evidente la necesidad de redactar textos para la difusión de los nuevos conocimientos en búsqueda del desarrollo intelectual del ser humano, así como para promover la conservación del medio ambiente; así mismo asegura que:

Sin embargo, habrá que diferenciar si escribimos para el público en general o para un público especializado, a fin de adaptar el discurso y hacerlo entendible al lector.

Es así como empiezan a gestarse un sinnúmero de textos que nos hablan del calentamiento global, de la pérdida de la diversidad biológica y de otros temas relacionados a la

problemática ambiental. En este contexto, vale la pena diferenciar entre los artículos periodísticos (científicos o ambientales) y los artículos especializados, o sea aquellos que abordan de manera específica un tema de investigación científica.

En el caso de los artículos periodísticos, se pueden ofrecer los resultados de una importante investigación, sugerir temas de interés, denunciar atentados contra el medio ambiente o quizá resaltar las conclusiones de un trabajo de investigación y sus futuras aplicaciones. Asimismo, se puede hacer el seguimiento de una discusión, controversia o profundizar un tema específico. En el caso de los artículos especializados, la temática gira sobre el estudio e investigación sobre un solo tema.

Según su contenido y el lenguaje utilizado, el artículo periodístico es redactado por un científico reconocido para un medio de comunicación o por un periodista que domina los temas científicos. Dicho texto es el producto de un trabajo de investigación que no abarca a profundidad el tema elegido, sino que solo expone e informa sus principales causas, consecuencias y posibles efectos. También puede esbozar y plantear una solución a un problema determinado. Generalmente es publicado en diarios o revistas de gran alcance.

Por otro lado, el artículo especializado, es más limitado en cuanto a la temática, así como en cuanto al público al que va dirigido, y es escrito por los mismos científicos. Difunde los resultados de una investigación en un solo campo de conocimiento y aparece generalmente en revistas especializadas de prestigio internacional que no son de dominio público, y que están certificadas por un consejo editorial especializado que le da validez y un valor curricular al artículo. (p.59)

Además este autor señala una excelente conceptualización y diferencias que existe entre divulgar y difundir; estas temáticas son de vital importancia dentro del periodismo ambiental; es por ello que resulta necesario topar esta temática para potenciar los conocimientos de esta nueva ciencia dentro del campo de la comunicación.

Divulgar vs Difundir

¿Qué es lo ideal?: ¿Un científico que sepa de periodismo o un periodista que tenga conocimientos científicos? Es difícil encontrar una respuesta; sin embargo, existen

diversas posiciones que afirman que si se refiere a periodismo, lo más indicado es que, para difundir y explicar determinados temas, debemos tener periodistas especializados en el tema. Por otro lado, muchos científicos afirman que los periodistas le quitan rigor científico cuando escriben sobre “sus” temas. El debate está abierto.

El artículo periodístico y el artículo especializado tienen un punto en común y a su vez presentan muchas diferencias. Por un lado, tienen en común informar y difundir hechos de relevancia, con el fin de crear polémica y conciencia, así como en transmitir conocimientos para una posterior aplicación o para abrir otros frentes de investigación.

En cuanto a las diferencias, el artículo periodístico busca, además de informar y difundir algún hecho de relevancia, recoger diferentes puntos de vista o posiciones sobre un tema, confrontarlos y emitir una nueva postura aportando elementos a una discusión. En el caso del artículo especializado, se pretenden divulgar conocimientos a especialistas en el tema. El artículo periodístico pugna por la difusión científica y es la herramienta necesaria para llegar a un grupo social mayor, para el cual el conocimiento científico es algo poco común.

La polémica generada por la utilización de los términos divulgar y difundir también está abierta. Ambas actividades son realizadas por profesionales distintos, lo que ocasiona un tratamiento distinto de la información. La difusión utiliza medios masivos de comunicación y llega a más personas. La divulgación utiliza medios más restringidos, como lo son las revistas especializadas y los boletines científicos. Para la difusión, se utilizan estilos periodísticos basados en la información, interpretación y en la opinión, con el fin de llegar a la mayor cantidad de público. La divulgación sólo transmite resultados en un lenguaje técnico, sin interpretación, es decir transmite y expone conclusiones.

El periodista que abarque temas científicos y ambientales debe tener las cualidades de un periodista común y además dominar temas científicos. El periodista es un escritor permanente y le interesa llegar a todos; por eso redacta de manera sencilla. El científico es en cambio, un redactor ocasional y maneja una prosa muy pulida, muy revisada, tratando de ser fiel a sus conceptos, aunque muchas veces no lo lleguen a comprender en su totalidad. (p.81)

Con esto podemos asegurar que el periodista debe adaptarse a modelos profesionales de estilo y extensión del medio en el que trabaja. No es experto en ciencia pero si puede ser experto en obtener información en saber cómo transmitirla. Domina las técnicas de comunicación, abogando siempre por la claridad y la comprensión. El científico no acepta restricciones (salvo que se las impongan o que el tipo de publicación lo obligue) en cuanto a la extensión, organización, presentación y estilo. Es un especialista en temas científicos concretos, por lo que no domina las técnicas de comunicación y emplea tecnicismos que dificultan el entendimiento de sus ideas.

Para el periodista, la ciencia es noticia, por lo tanto el estilo debe ser descriptivo y ameno, mientras que para el científico su trabajo debe ser exacto y riguroso. Existe un inminente riesgo en el periodista, quien por trabajar con rapidez y sin investigar, puede perder el rigor científico y fomentar una ciencia falsa e infundada. El riesgo para el científico es en algunos casos, el no poder transmitir sus conocimientos y encasillarse en un lenguaje entendible para muy pocos.

Un artículo periodístico de por sí, recoge varias opiniones y puntos de vista para analizarlos y compararlos con el fin de generar, tras enfrentar distintas posiciones, una nueva postura ante un tema. Es por eso que se hacen necesarios estos textos para crear opinión, denunciar irregularidades y adversidades. El artículo especializado también genera discusión; sin embargo, ésta es más limitada, ya que se circunscribe a un público determinado compuesto principalmente por sus mismos colegas.

Dada esta diferenciación que no hace más que reconocer distintos estilos, percepciones, herramientas y estilos en el tratamiento del conocimiento, es importante intentar que, producto de la conjunción de estas dos formas de transmitir conocimientos, surja la necesidad de contar con información sólida y veraz. Dicho insumo debe ser la base para formar una sociedad mejor preparada para afrontar los problemas que nos depara el futuro. (p.82)

Sin duda, necesitamos construir mejores estructuras sociales, ambientales, culturales, económicas, pero para tal fin, requerimos cimientos sólidos. Una manera

de tenerlos es adquiriendo conocimientos que nos permitan orientar nuestra conducta y resolver los conflictos que día a día debemos enfrentar.

Afortunadamente en la actualidad se están emitiendo mensajes ecológicos a través de los programas de televisión, principalmente en los programas infantiles, también se han vinculado el mensaje del medio ambiente en la industria del cine, aunque estas no han tenido mucho éxito y también la prensa escrita ha tomado parte en la divulgación de la información ambiental.

Para nadie es un secreto el poder de las nuevas tecnologías en la expansión de fronteras para hacer llegar más información a mayor número de personas, como es el caso de internet, este es el medio idóneo para transmitir el mensaje hacia el cuidado medio ambiental.

Considero que los medios de comunicación incluyendo las redes sociales, actualmente se han encargado de proveer a la sociedad la interpretación del entorno medio ambiental en el que se desenvuelven a diario, ya que estos son los delegados, portadores y defensores de las normas y valores que la comunidad debe poner en práctica diariamente; puesto que la relación entre el uso de la comunicación pública, estructura y funcionamiento de la sociedad es cuestión de hechos.

La comunicación pública está orientada a la toma de decisiones en aspectos importantes sobre los recursos utilizados para el mejoramiento del medio ambiente, de igual forma se utilizan para denunciar las políticas estatales y empresariales en las que el desarrollo productivo ignore y destruya el entorno ambiental.

8.1 Perfil del Periodista Ambiental

Según Bacchetta, V. (2009) el periodista ambiental tiene que reunir cinco características fundamentales, señalando las siguientes:

- 1) Es un periodismo de investigación;
- 2) es una forma del periodismo científico;

3) es un periodismo educativo, pedagógico;

4) es consciente de cumplir una responsabilidad social específica, y

5) debe ejercerse con profesionalismo, objetividad y responsabilidad, sin confundirlo con la militancia ecologista. (p.63)

Cualquier periodista puede tratar una noticia de impacto ambiental, como un derrame de petróleo en una refinería, pero esto no es por sí solo periodismo ambiental, a menos que la información vaya más allá de la noticia del momento. De las cinco preguntas clásicas que todo periodista debe responder: ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿por qué?, considero que la más importante para el periodista ambiental es ¿por qué?

Así mismo Bacchetta, V. (2009) señala que la presencia de una crisis ambiental es bastante fácil de aceptar, pero lo difícil es que un sector o grupo asuma la responsabilidad de haberla provocado.

La tendencia más común es explicarla como un accidente. Así como no aceptamos la casualidad cuando tratamos la enfermedad de una persona, no podemos aceptarlo al hablar del ambiente. Es preciso indagar el origen, las causas de esta situación.

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.

Cuando hablamos de crisis política asumimos sin dificultad que la misma es provocada por la existencia de intereses o puntos de vista antagónicos. De la misma manera, para entender en qué consiste la crisis ambiental, es necesario hablar de conflicto ambiental. Definimos un conflicto ambiental como la incompatibilidad de intereses y/o percepciones en la prevención o reparación de un daño ambiental. (p.83)

Con todo esto podemos asegurar que al realizar la investigación de un fenómeno ambiental crítico, vamos a encontrar que el mismo es el resultado de la acción de

actores y puntos de vista controvertidos. El papel del periodista es justamente identificar y explicar el papel de cada uno de esos factores, de manera que el lector pueda entender por qué se llegó a la situación actual y cuáles son sus tendencias de evolución posible en el futuro.

8.2 Periodismo científico y educativo

Para Bacchetta, V. (2009) el periodismo ambiental es una rama del periodismo científico porque al tener que tratar con fenómenos y problemas de la Naturaleza, incluidos los seres humanos, este debe apelar a las interpretaciones de las ciencias físicas, químicas, biológicas, existentes en la actualidad; “hay que hacer accesibles al lector esos enfoques, pero no podemos olvidar que estamos ante un enfoque más, que no es el único” (p.88)

Así mismo Bacchetta, V. (2009) enfatiza en que las tareas de divulgación científica “buscan familiarizar a la población con un problema, un descubrimiento, etc., a partir de una empresa o una institución académica que hace investigación científica” (p.91). Si bien en ambos casos se trata de la producción de información, la diferencia entre la divulgación y el periodismo es el sentido crítico, o sea dar enfoques desde adentro y desde afuera de la ciencia consagrada.

A lo largo de la historia hemos tenido diferentes sistemas de conocimiento; en la época actual convivimos aún con rasgos y grupos que conservan ese legado de la Humanidad. La cultura dominante trata a esas culturas o religiones como atrasadas y "no-científicas". Sin embargo, las mismas son el resultado del desarrollo de métodos de observación y prueba sistemáticos. Son, en definitiva, "otras ciencias".

Al sostener que el periodismo ambiental debe ser educativo o pedagógico aludimos a una circunstancia específica de los países de nuestra región o continente. Es el hecho de que la mayoría de la población no ha completado los cursos de educación regular, en especial los de la enseñanza media, y no posee por tanto la preparación suficiente para entender los diversos aspectos técnicos del problema. (p.97)

Con esto se puede asegurar que el periodismo educativo no debe confundirse con una de esas formas de paternalismo informativo, que se caracterizan por dar los

hechos digeridos, sin espíritu crítico. Que buena parte de la población no haya tenido acceso a la educación formal no puede llevarnos a subestimar su inteligencia. Las personas son perfectamente capaces de entender el problema y de elaborar su propia opinión.

Así mismo el autor señala la responsabilidad del periodista dentro de este ámbito, indicando que la neutralidad en materia de información no existe. Cuando un medio de prensa define su pauta de trabajo, no puede ser neutral, porque de los miles de sucesos tendrá que elegir unas decenas. Pero una vez definido el tema, el periodista debe tratar el suceso como un especialista o profesional, siendo objetivo y responsable en el tratamiento de todas las informaciones y las fuentes relacionadas con el tema.

Dicho de otra manera, el periodismo que pretende ser generador de ciudadanía debe dejar las opiniones personales y partidarias de lado. Su tarea principal consiste en presentar la mayor cantidad de elementos, y de la mejor calidad posible, para que el lector pueda comprender el suceso, su origen y evolución, pueda conocer los actores que intervienen en el mismo y pueda forjarse una opinión propia.

En América Latina y el Caribe existe todavía un desarrollo incipiente del periodismo ambiental. La escasa importancia, unida al tratamiento superficial, de los problemas ambientales por la gran prensa de la región es una de las causas de esa situación. A esto se agrega la falta de preparación de los periodistas y la ausencia de la temática ambiental en las escuelas y facultades con cursos de periodismo.

Para contribuir a superar esas dificultades, los propios periodistas hemos emprendido diversos esfuerzos de coordinación e intercambio, que han llevado a la creación de redes y organizaciones locales, regionales e internacionales. Foros, seminarios y talleres, periódicos y libros especializados, estimulan la toma de conciencia y la preparación de estudiantes y periodistas en la temática ambiental.

El gran escollo es casi siempre la escasez de recursos, pero paso a paso se han ido creando redes de apoyo y algunas instituciones de enseñanza están incorporando la especialización ambiental. A través de Internet, listas de correo y grupos de

discusión permiten un intercambio rápido y a bajo costo de informaciones, enriquecer las fuentes de consulta e incluso abrir posibilidades de trabajo a sus miembros.

8.3. El papel de los periodistas en el marco del desarrollo sostenible

En la presente trabajo se pretende determinar el papel de los periodistas en el proceso de desarrollo sostenible mediante el análisis de contenidos periodísticos de la información ambiental publicada en los diarios locales, nacionales e internacionales.

Para ello se tiene como premisa que en el contexto actual y en el caso particular de la difusión de la información ambiental, los periodistas se encuentran frente a nuevos retos y responsabilidades, siendo muy importante el enfoque y grado de profundidad que se otorgue a la información ambiental emitida. “Considerar aspectos como investigación, contextualización y empleo de un lenguaje claro y sencillo, son factores que influyen en el nivel de calidad de información” Encalada, M. (2009) (p.10)

Para Encalada, M. (2009) el periodismo “es un fenómeno social de interpretación de la realidad” (p.15), sabemos que se ampara en la técnica personalizada para la comunicación de datos e ideas de interés general como las noticias y los comentarios entre individuos y grupos humanos. El periodismo escrito emplea al periódico como canal técnico de difusión colectiva; asimismo al fenómeno escrito en su conjunto se le denomina prensa.

También señalamos que el papel de la prensa, en el proceso de desarrollo de un país, depende directamente de la capacidad de los Estados en definir políticas de comunicación integrales, orientadas a satisfacer los valores promovidos por el interés general o nacional de la sociedad, en detrimento de los valores promovidos por la industria y el comercio. En la medida que se adopten políticas de comunicación integrales para el sector de medios y de la cultura, que guarden relación con el actual proceso de la organización del espacio y de las relaciones de intercambio, se podrá velar por el cumplimiento de objetivos comunes con miras al desarrollo.

8.4. Nuevos retos del periodista: la especialización en temas ambientales

Según el escritor Encalada, M. (2009) “el periodismo ambiental es una disciplina que busca poner en evidencia los vínculos entre los seres humanos y su entorno” (p.22). Con esto podemos evidenciar que para ello los periodistas de dicha especialidad se nutren de los conocimientos adquiridos en distintos campos de estudio, para producir información ambiental y elaborar mensajes claros y oportunos.

En ese sentido, Fernández, J. (2013), periodista español, define al periodismo ambiental como “una especialidad periodística, cargada de futuro, que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente y, en especial, con aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación” (p.39)

Con ello podemos asegurar que el periodismo ambiental no se limita únicamente a denunciar las agresiones contra el planeta tierra y las especies que lo habitan, como sostiene el citado autor, sino que además permite visualizar las alternativas de solución y las acciones humanas que en la actualidad se realizan a favor del medio ambiente.

La complejidad del periodismo ambiental, además de la necesidad de recurrir a fuentes de distintas disciplinas científicas, recae en los diversos temas que deben afrontar los periodistas. Como sostiene Fernández, es probable que ninguna otra especialidad periodística deba abordar un temario tan amplio, novedoso y complejo. Una complejidad doble, pues no sólo se trata de que los problemas sean entendidos por el periodista, sino de encontrar el lenguaje y las formas adecuadas para contarlos al oyente, telespectador o lector.

Los discursos elaborados y publicados por los periodistas brindan los elementos necesarios para determinar el enfoque de la información¹⁸, la temática ambiental predominante en la agenda de los medios de comunicación, el tratamiento periodístico de la información ambiental y las dimensiones del desarrollo sostenible incluidas en el mensaje.

El propósito que tiene este trabajo es el de buscar identificar el papel de los periodistas en el proceso de desarrollo, a través de la observación y análisis del contenido de los mensajes y características formales de la información emitida. Nos referimos en este caso a la información impresa, publicada en diarios locales, nacionales y unos cuantos de alcance internacional; sin embargo nuestra investigación está centrada en Diario La Hora de la ciudad de Loja y a continuación hacemos un estudio general de este medio impreso; esto servirá para potenciar nuestro marco teórico dentro del trabajo investigativo que estamos desarrollando.

9. HISTORIA DEL DIARIO LA HORA

Como parte de la investigación resulta necesario conocer parte de la historia del Diario la Hora en el Ecuador, es así que en su página web: www.lahora.com.ec encontramos información de este medio impreso que a continuación se hace constar:

Diario La Hora inició sus publicaciones en Quito el 23 de agosto de 1982. Fundado por Galo Martínez Merchán, nació de la empresa periodística Gráficos Nacionales S.A., editora de los periódicos Expreso y Extra de la ciudad de Guayaquil.

Comienza su labor insurgiendo frente a los viejos cánones, métodos y concepciones preestablecidos, dirigidos a conducir la opinión dentro de las estrechas perspectivas de una visión constreñida y limitada, encaminada casi siempre a eludir y no dar cabida a los procesos transformadores que reclama el país.

Difícil tarea a la que tuvo que verse obligado este diario que aspiraba a crear nuevas corrientes, ajenas a una habitual modalidad interpretativa de los sucesos, conforme una normativa convencional.

Es así como irrumpió contra sistemas que en el campo de la información habían limitado su periodicidad a un estereotipo por demás recurrente y reiterativo. Por ende, y para dar impulso a sus propósitos dentro de estos nuevos parámetros, adoptó el lema "La Hora de la Información Libre".

Cuando por razones empresariales, Galo Martínez Merchán cedió sus acciones a un grupo de inversionistas integrado por José Tobar y Tobar, Álvaro Pérez Intriago, Julio Ponce Arteta, Jorge Endara y Francisco Vivanco Riofrío, Editorial Minotauro, empresa

editora de La Hora, inicia una transformación total que la ha llevado a un sitio preferente en el concierto periodístico nacional.

Consultado el 22 de noviembre de 2014, Loja-Ecuador

El éxito de este medio impreso se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado las noticias nacionales e internacionales. Se publica en Quito, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe en ediciones diferentes en cada región, así como una edición nacional adicional. La matriz de La Hora se encuentra en Quito.

Este diario se ha propuesto la difícil tarea de promocionar el país entre los mismos ecuatorianos. La Hora se ha hecho un nombre a nivel nacional por los servicios únicos que ofrece tanto impresos como online. En su página web, el apartado de Cultura ofrece una versión digital de los libros publicados. Entre ellos, un portal sobre historia del Ecuador y artistas ecuatorianos del siglo XX, poesía e información sobre el renombrado pintor ecuatoriano Eduardo Kingman. Así mismo, el periódico tiene un portal sobre universidades ecuatorianas que recoge información para estudiantes sobre los centros de estudios superiores del país y facilita de esta manera única la elección a los bachilleres. Esta información es muy valiosa en un país como Ecuador, donde el uso del Internet, y por lo tanto la información digital sobre el país, es aún muy reducido.

La Hora apoya también el turismo nacional mediante una serie de revistas sobre cada región que sirven, no sólo para incentivar a los ecuatorianos a viajar dentro de su propio país, sino también para que conozcan sus diferentes provincias.

El diario se ha convertido en uno de los diarios más importantes, más jóvenes y más leídos en Ecuador y quinto diario de la prensa ecuatoriana.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Entre los materiales utilizados están los siguientes:

- Domicilios de los habitantes de la parroquia Sucre
- Programas de edición de medios impresos
- Programas de Adobe Indesign
- Equipo de computación
- Medios de transporte
- Materiales de oficina
- Cámara fotográfica
- Cámara de video
- Grabadora de voz
- Programas de edición de audio y video

Métodos

En lo referente a los métodos, se utilizó los siguientes:

Método Científico

El método científico manejó un procedimiento duro formulado de una manera sensata para lograr el interés, la organización y expresión de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental, así mismo constituyó el primer método de investigación principal que se manejó en el desarrollo del presente plan de investigación.

El problema de investigación se genera a partir de la falta de información ambiental el mismo que no crea una conciencia de conservación ambiental en los ciudadanos y más comunicacional, en el cual se busca el acceso a organizaciones y grupos sociales que nos brinden un sistema información con enfoques relacionados con el problema de investigación, respondiendo a la necesidades informativas del

sector, a partir de los procesos de los que se valió el método científico que fueron observación y recolección de información.

Este método se constituyó en el más frecuente y permitió la elaboración de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que nos permitieron rescatar información, sistematizada a partir del razonamiento lógico para llegar a las conclusiones o cumplimientos.

Método Inductivo

La inducción nos permitió partir de verdades particulares que llegan a establecer aciertos generales, que permite la observación de hechos particulares y concluir proposiciones que explican el problema objeto de estudio.

Se partió de la observación y del análisis de la información recolectada en el punto de investigación, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre el proceso de informar sobre las necesidades de carácter ambiental del sector escogido, se pudo determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y estableció cuál fue el porcentaje de los mismos para poder llegar a una conclusión general acerca de lo que se requirió en el tema comunicativo.

Método Deductivo

El método deductivo se complementó con el método inductivo. El conocimiento deductivo nos permitió que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se pudo identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Así, la teoría general acerca de los conocimientos del proceso de comunicación en el Ecuador y una teoría sobre el nivel de necesidades informativas de la parroquia que fue objeto de investigación, también fue posible generalizar cual era la situación por la que atraviesan los habitantes de la parroquia y sobre todo se midió el nivel con el que el medio influye en lo que respecta a lo comunicación ambiental.

Método Analítico - Sintético

El análisis y la síntesis son procesos, que nos permitieron investigar y conocer la realidad de la parroquia sucre, estos métodos se complementaron entre sí, en el cual la síntesis nos guó al análisis. A través del análisis se inició un proceso de conocimiento e identificación de cada una de las partes que caracterizaron la realidad; de este modo se pudo establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componían el objeto de investigación.

En el trabajo investigativo el análisis nos permitió partir desde la identificación de cada uno de los indicadores, conocimientos sobre el proceso de Contaminación en el Ecuador principales necesidades informativas; de esta manera a través de la información recolectada en la encuesta y por la observación fue posible establecer las causas de dichos resultados y cuáles fueron los efectos visibles en la parroquia analizada.

La síntesis implicó que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos puede relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.

Técnicas Metodológicas

Para el uso de los métodos de investigación, fue necesario recurrir a las técnicas de investigación, las mismas que cumplieron con la tarea de recolectar la información que luego con la aplicación de los métodos se les dio el tratamiento correspondiente.

Técnica Bibliográfica

Nos Permitió obtener información de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. El mismo que nos ayudó a

encontrar las pautas y herramientas necesarias para desarrollar el trabajo de investigación.

Técnica de la Entrevista

La Entrevista es una técnica que nos permitió de forma eficaz obtener datos relevantes y significativos ayudándonos a conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación.

Observación

La observación es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación. La observación como técnica de la investigación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación.

Supone un conocimiento profundo de un marco teórico que oriente al investigador. Por lo tanto el empleo de esta técnica empezará desde el momento que se empieza a recopilar la información acerca de la parroquia a estudiar.

Encuesta

En la recolección de información se utilizó la encuesta como una técnica que nos permitió llegar a un mayor número de informantes. Para el presente tema de investigación es necesario investigar una muestra representativa de ciudadanos de la parroquia urbana del sur del cantón Loja, para conocer cuál es su criterio acerca del problema a investigar.

La encuesta fue aplicada directamente por el investigador, quien estuvo en capacidad de obtener, discernir y concretar la información solicitada, observando y procurando en todo momento la confiabilidad y seguridad de las respuestas obtenidas para de esta manera asegurar resultados.

La encuesta fue aplicada a un total de 205 personas, la muestra se obtuvo a partir de la aplicación de una fórmula que se encuentra dentro del marco de este proyecto.

Procedimiento Utilizado en la Propuesta

La elaboración de la Propuesta, surge con la necesidad de diseñar y ejecutar una sección informativa en el Diario la Hora de la ciudad de Loja destinada a la difusión de los distintos problemas relacionados con el medio ambiente. Claro está que se partió de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los universitarios, mismas que arrojaron importantes datos que contribuyeron a la elaboración de la misma.

Para ejecutar la propuesta se diagramó una sección constituida por 4 páginas dedicadas a la información ambiental; se tomó como referencia diseños de otros diarios como Natura Life, el cual es un medio impreso internacional destinado a la difusión y concientización de los problemas ambientales que afectan al mundo. Así mismo, dicha propuesta fue socializada con los directivos de diario La Hora para que la misma sea analizada, ejecutada y puesta en marcha.

Finalmente una vez aprobada la diagramación de dicha sección informativa, se procedió a su impresión y circulación a nivel regional, obteniendo una acogida favorable y respuestas positivas por parte del público lector de la parroquia Sucre y de toda la ciudadanía lojana.

Estudios de Alcance de la Investigación

La investigación de mi autoría, denominada: **“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA, SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE**, tiene estudios de alcance explicativo, ya que su propósito es encontrar las razones por las cuales este diario no emite una información permanente sobre los temas relacionados al medio ambiente, así mismo busca la creación, diseño y ejecución de una sección destinada a la divulgación de la información de los diferentes temas medio ambientales de Loja, Ecuador y el mundo.

Cálculo de la Muestra

Datos para Cálculo Muestra

Datos	
Población de la parroquia Sucre del Cantón Loja de 15 a 69 años	69.388
P	0,50
Q	0,50
E	0,0679
Z	1,96
Muestra	205

1. Dato tomado del V Censo de Población y VI de Vivienda 2010,

Formula estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 69388}{0,0679^2(69388 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 205$$

TOTAL

205 ENCUESTA

f. RESULTADOS

ENCUESTA

Luego de haber aplicado esta técnica a los habitantes de la Parroquia “Sucre”, del Cantón Loja, de la provincia de Loja; el presente estudio posibilitó los siguientes resultados, los que se muestran en cuadros interpretativos, gráficos y estadísticos.

Información General

Edad: La edad de los encuestados comprende los 15 a 69 años. **Género**

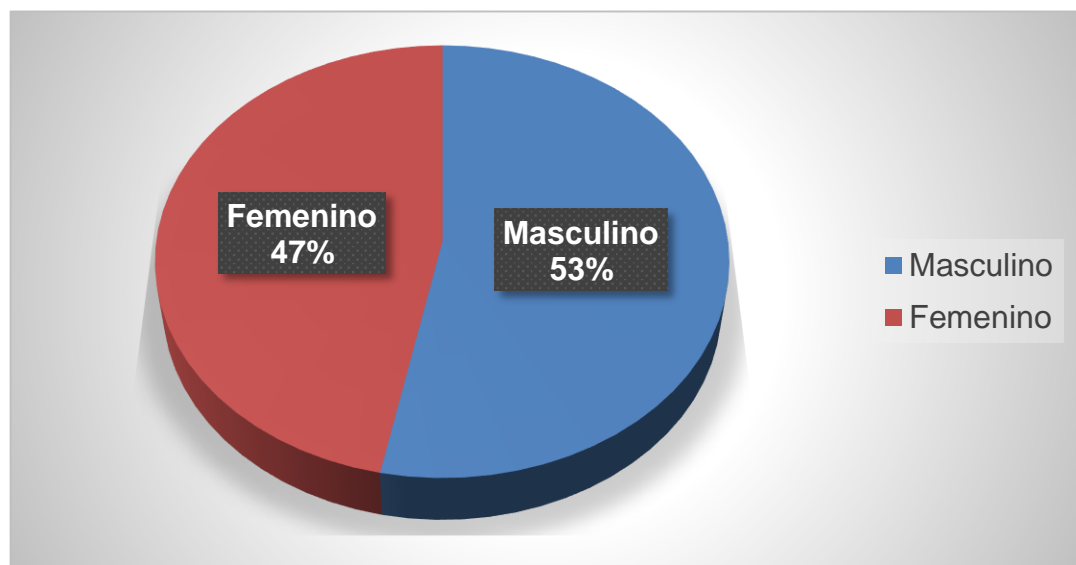
Cuadro N^o 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	109	53
Femenino	96	47
Total	207	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia “SUCRE”

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 1



Análisis Cuantitativo

De 205 encuestados de la parroquia “SUCRE” el 53% representa a 109 personas, son de género Masculino, mientras el 47% que corresponde a 96 habitantes son de género femenino, lo que da un total del 100%.

Análisis Cualitativo

En base a los resultados obtenidos a través de la encuesta, se puede discernir que el mayor número de habitantes de la parroquia, son de género masculino; mientras que en un menor porcentaje representa al género Femenino, por lo que el nivel de población lo constituyen los hombres con mayor porcentaje.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

- 1. ¿Cree Usted que se debería informar en educación en conservación ambiental?**

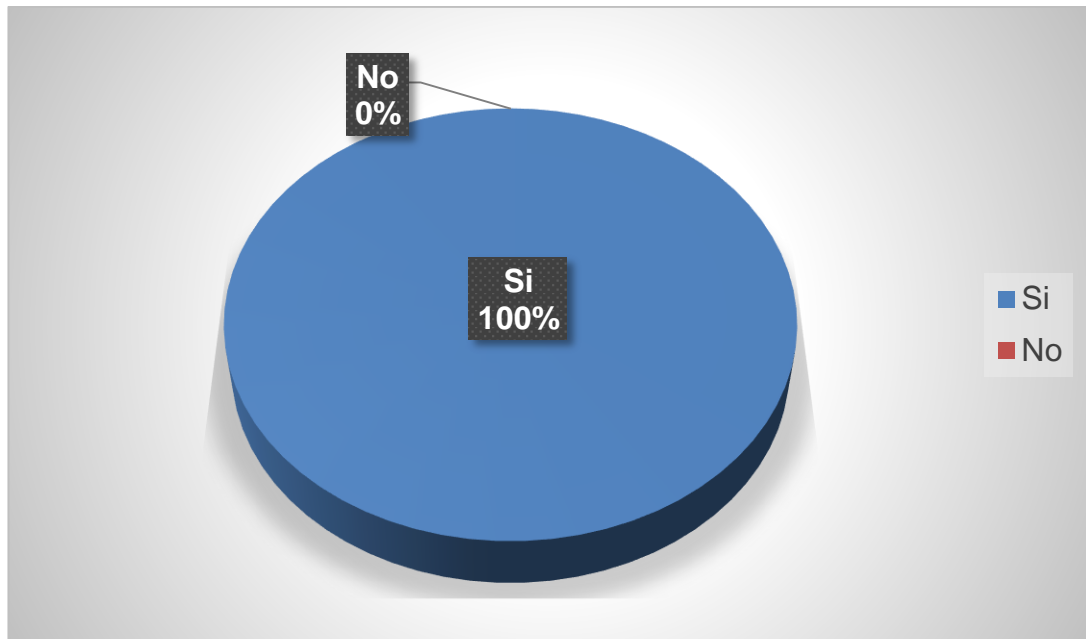
Cuadro N° 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	100
No	0	0
Total	205	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia “SUCRE”

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 2



Análisis Cuantitativo

El 100% afirman que se debería informar sobre educación en conservación ambiental de 205 encuestados de la parroquia Sucre provincia de Loja.

Análisis Cualitativo

Es determinante lo que manifiestan el cien por ciento de los habitantes de la parroquia Sucre; quienes en la encuesta aplicada manifestaron que es trascendente contar con un ambiente favorable para el desarrollo de la vida, de esta manera lograr inculcar en aportes importantes sobre el cuidado del medio ambiente; siendo significativo y oportuno su relación, la misma que contribuye al mejoramiento integral de la vida de las personas. Se estima que la comunidad no ha sido preferentemente favorable de información ambiental o referente a este tipo de noticias.

2. ¿Cuál de los diarios de la ciudad de Loja, cree usted que debería ser el pionero en emitir notas sobre educación en conservación ambiental?

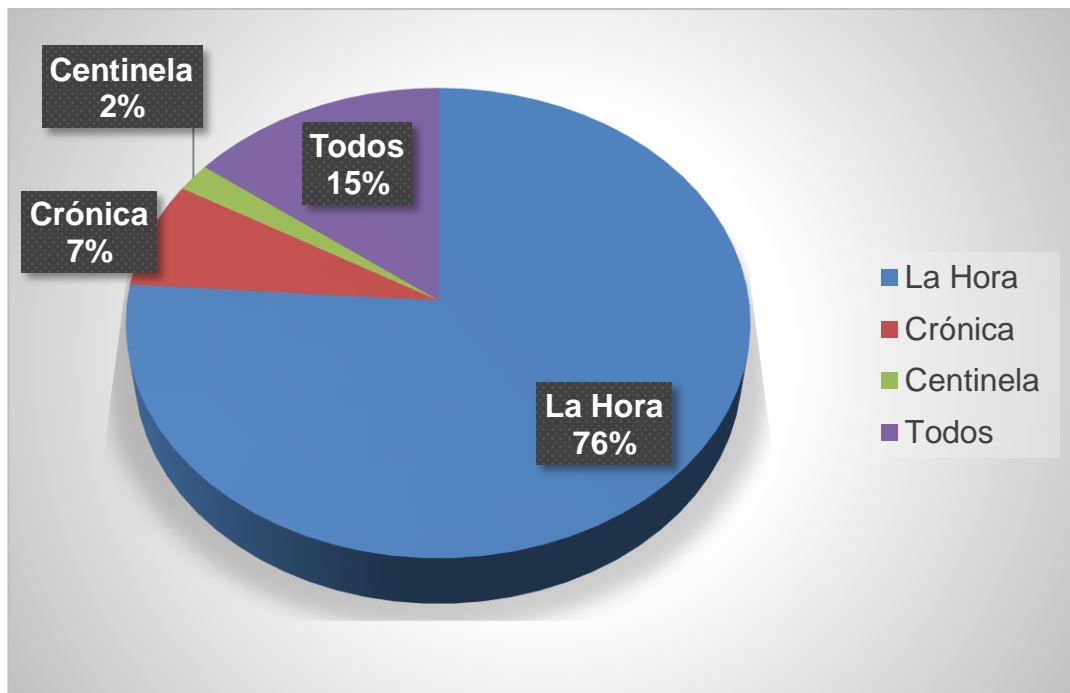
Cuadro N° 3

Cuadro N° Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	156	76
Crónica	15	7
Centinela	4	2
Todos.	30	15
Total.	205	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia "SUCRE"

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 3



Análisis Cuantitativo

El 76% que corresponde a 156 personas, manifiestan que el diario La Hora debe ser el pionero en difundir información sobre educación en conservación ambiental, el 15% equivalente a 30 personas dicen que Todos los diarios, con un 7%, el medio de comunicación la Crónica y con el 2% expresan que el diario Centinela.

Análisis Cualitativo

La mayor parte de los habitantes del sector consideran que el diario La Hora, es el medio de comunicación más idóneo para llegar a la ciudadanía, el que debe difundir información sobre educación en conservación ambiental, en las encuestas aplicadas a los habitantes del sector investigado manifestaron que el medio de comunicación diario La Hora al haber alcanzado una gran aceptación en la ciudad y provincia y en otras provincias del país lograría un buen nivel de información a los ciudadanos del sector investigado, por ende posibilitaría un mejor conocimiento sobre el cuidado y protección del medio ambiente; por otra parte indicaron que la idea es contribuir al mantenimiento y ayudar a difundir la importancia de contar con un aire puro y saludable para beneficio de todos los seres vivos en especial de los seres humanos. En lo que respecta a los otros porcentajes, con las siguientes variables planteadas, los ciudadanos aducen que también deberían ser difusores de información que ayuden a prevenir y cuidar nuestro medio ambiente, haciendo conocer la posibilidad de sistemas de cuidado, preservación e importancia; dieron a conocer que con la implementación de información necesaria se lograría nuevas culturas, costumbres y tradiciones que los habitantes de la parroquia prevalecerían sobre el cuidado ambiental.

3. ¿Cuál de las siguientes instituciones cree usted, que contribuiría mejor a la difusión de información sobre educación en conservación ambiental?

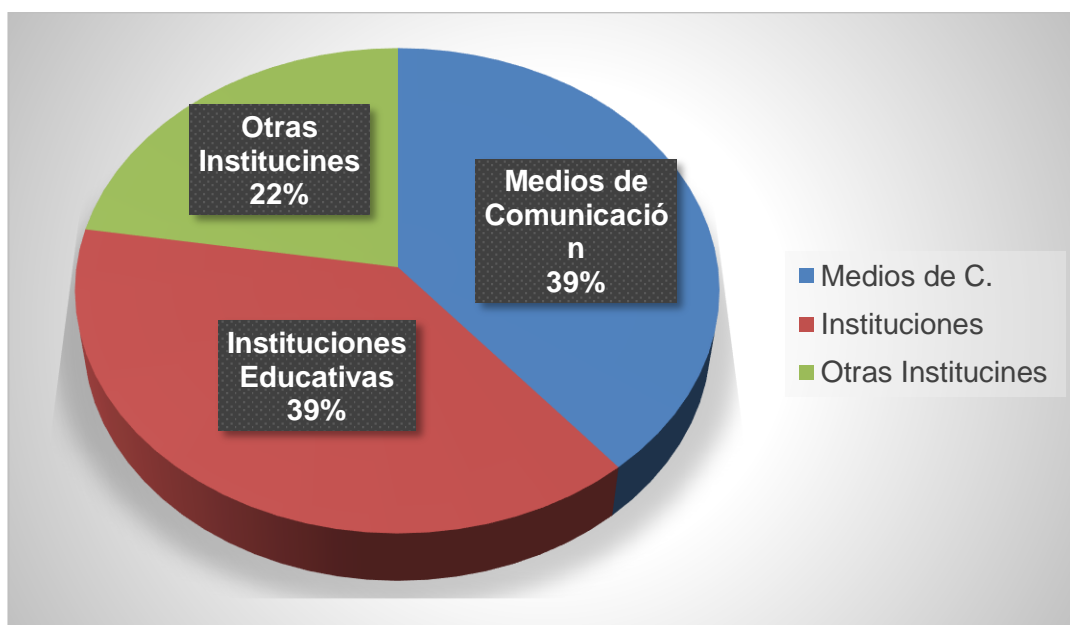
Cuadro N° 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medios de Comunicación.	80	39
Instituciones Educativas.	79	39
Otras Instituciones.	46	22
Total	207	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia "SUCRE"

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 4



Análisis Cuantitativo

De 205 encuestados que representan al cien por ciento; el 39% manifiestan que las instituciones que contribuirían mejor a la difusión de información sobre educación en conservación ambiental son los medios de comunicación, en tanto que otro grupo poblacional en un porcentaje igual que los medios de comunicación 39 % mencionan que los establecimientos educativos, dejando con 22% a las demás instituciones.

Análisis Cualitativo

Los medios de comunicación como los establecimientos educativos son las instituciones más importantes por los encuestados del sector en la difusión de información sobre educación en conservación ambiental. Según la opinión de los ciudadanos en las encuestas aplicadas, nos dieron a conocer que las otras instituciones citadas como alternativas a difundir información de carácter ambiental, también deben difundir independientemente que sean públicos o privados. Indicando que en especial los medios de comunicación e instituciones públicas deberían hacerlo, porque son parte del estado y tienen el compromiso directo de promover la difusión de temas que contribuyan al cuidado y mejoramiento ambiental y así lograr resultados positivos. Manifestaron que esperan ser informados sobre esta problemática y a través de ello ayudar a cuidar y difundir al resto de ciudadanos de la ciudad y provincia como se debería operar para cuidar la naturaleza o el entorno natural donde se vive.

4. ¿Cree usted que el Diario La Hora emite Información necesaria sobre educación en conservación ambiental?

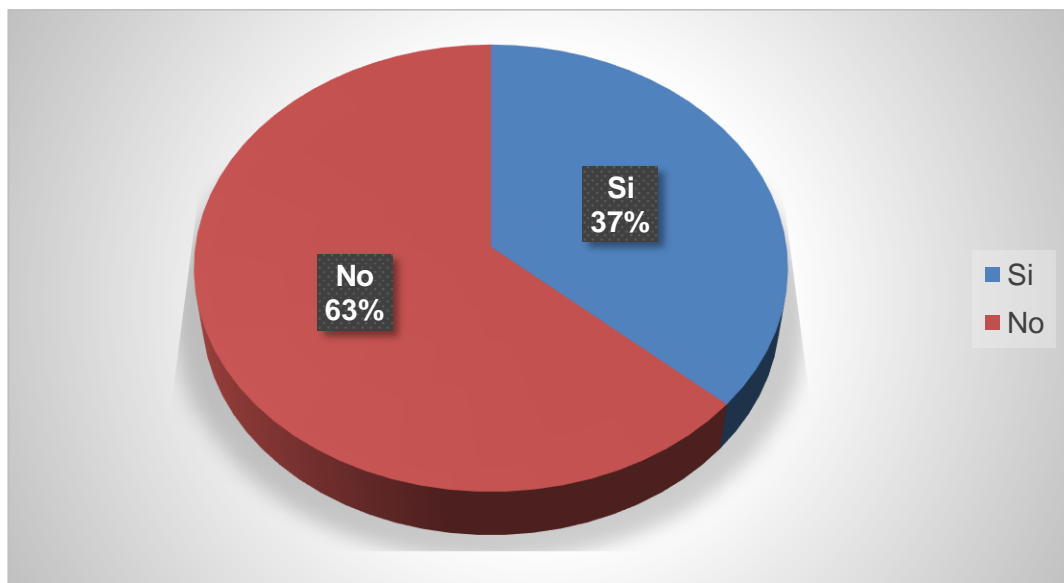
Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	37
No	130	63
Total	207	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia "SUCRE"

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 5



Análisis Cuantitativo

El 63% equivalente a 130 habitantes declaran que el diario la Hora no emite información necesaria en lo que se refiere a educación en conservación ambiental, mientras que el 37% referente a 75 personas manifiestan que si pública.

Análisis Cualitativo

Los porcentajes en cuanto a los resultados obtenidos, según la opinión de los ciudadanos encuestados, el diario no emite información necesaria que ayude a contrarrestar la problemática sobre la contaminación ambiental, son muy pocas las noticias; en las mismas encuestas manifestaron que la falta de información limita el conocimiento y la concientización del cuidado ambiental. Por otra parte manifestaron que los medios de comunicación deben involucrarse con las instituciones, educativas especialmente con los niños que son la base de un futuro corto o largo plazo para obtener resultados positivos y conseguir con inmediatez tomar las medidas de prevención a este gran problema que no solamente es local si no mundial, al que si no se toma medidas precautelares, las consecuencias no tan distantes serán lamentables.

5. Cree usted que la falta de información en educación sobre conservación ambiental es un problema que afecta a los ciudadanos?

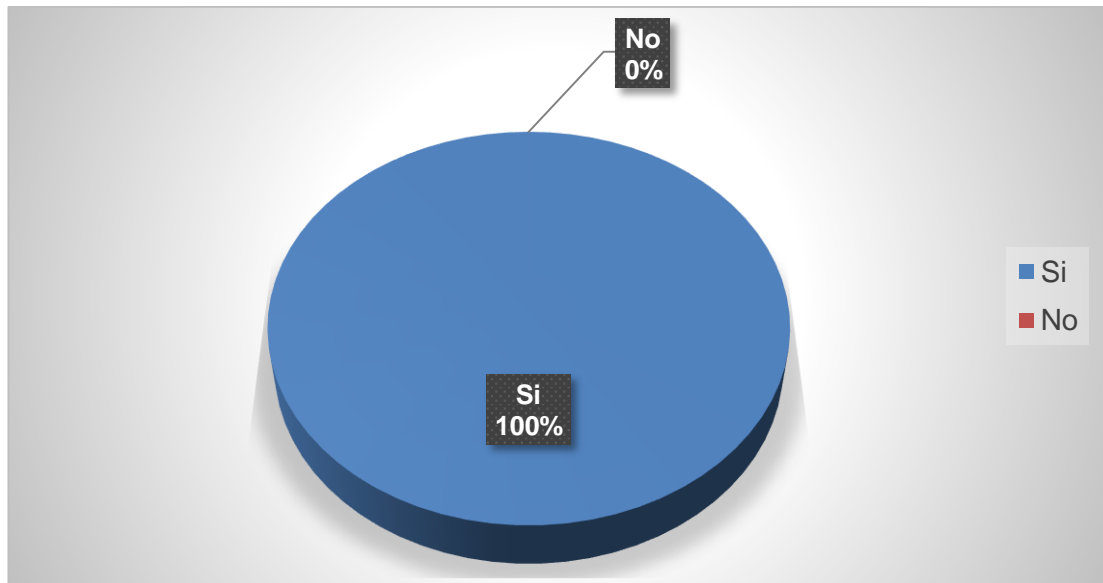
Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	100
No	0	0
Total	207	100

Fuente: Encuestados de la Parroquia "SUCRE"

Autor: Marlon Alfonso Chamba Chamba (año 2014)

Gráfico 6



Análisis Cuantitativo

De 205 encuestados que representa el 100%, el cien por ciento aclara que la falta de información sobre educación en conservación ambiental es un problema que afecta a los ciudadanos.

Análisis Cualitativo

El análisis establecido por los resultados obtenidos en los ítems SI o NO de la pregunta cinco de la encuesta aplicada, sobre sí la falta de información sobre educación en conservación ambiental es una problema que afecta a los ciudadanos, un rotundo “SI” manifiesta que es un problema, el cien por ciento de las respuestas establecidas en directa relación a esta variable indican lo importante que es educar en conservación ambiental, así mismo en las encuestas aplicadas aclaran que es un inconveniente que viene desde tiempos atrás y que hoy en la actualidad ha tomado gran fuerza al que hay que darle la atención prioritaria. Así mismo indicaron que la falta de información ambiental sobre medio ambiente nos ha llevado a un punto en el cual, es momento de tomar conciencia de lo que se está haciendo, el daño que

provocamos y causamos por la falta de información, educación, han hecho que los valores éticos y morales se encuentren en situación de desconocimiento, producto de la falta de información y educación que tenemos como sujetos.

ENTREVISTA

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL EDITOR REGIONAL DEL DIARIO LA HORA

La entrevista fue dirigida a José Padilla Editor Regional del diario La Hora, provincia de Loja; realizada con el propósito de conseguir información que permitan dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

Pregunta N° 1: Qué entiende Usted por Educación en Conservación Ambiental?

Que tiene relación con el análisis y el tratamiento del ambiente en sus diversas manifestaciones en el asunto de la fauna y la flora.

Pregunta N° 2: ¿Qué importancia cree usted que los medios impresos de la ciudad de Loja deberían darle a la información en educación sobre conservación ambiental?

Toda la importancia del caso, el diario la hora lo hace, de ahí que los establecimientos educativos lo toman como base o punto de partida porque les da la apertura necesaria a los diversos eventos que se desarrollan en la ciudad y la provincia, organizando sus murales ecológicos. Otro punto también trascendente es enseñar a los alumnos a respetar la naturaleza respetar nuestra casa, que es la que se debe cuidar a través de diferentes exposiciones.

Pregunta N° 3: Cuantas notas publica el diario La Hora sobre conservación ambiental?

Las que sean necesarias y las que se organicen, el diario la Hora no tiene un espacio establecido en cuanto al porcentaje a difundir este tipo de información dando cobertura a todo y a todos.

Pregunta N° 4:Cuál es el porcentaje que el diario La Hora designa en sus páginas sobre educación en conservación ambiental?

No existe porcentajes establecidos se cubre lo que exista. Más o menos sería todo lo que gira en relación al asunto ecológico y en torno al asunto ambiente se lo hace por cobertura propia.

Pregunta N° 5:Qué factores cree usted que influye en la emisión de información referente a educación en conservación ambiental. ?

No existe ningún factor que influya o limite la difusión de publicaciones de notas de tipo que se generen o publiquen, el adecuado manejo de los residuos sólidos que tiene que ver con el ambiente eso es importante a través de ello establecer un mejor convivir ciudadano.

Pregunta N° 6:Considera necesario que se debería educar en conservación ambiental?

Si es muy importante, de hecho las dos universidades la Nacional y la Técnica debería fortalecer, sé que la nacional si tiene una carrera en área agropecuaria, sobre el asunto del ambiente, No sé si la Técnica lo tendrá pero si es necesario que en los pensum de estudios, desde la escuela deberían tener una materia sobre conservación ambiental porque es nuestra casa nuestro futuro principalmente si ahora está seriamente amenazada por la contaminación ambiental, el calentamiento global que es causa de la contaminación, entonces si tenemos niños educados en el asunto ambiente tendremos jóvenes conscientes de cuidar nuestro entorno natural y por consiguiente nuestro planeta será el que salga beneficiado de aquello.

g. DISCUSIÓN

Gracias a los resultados obtenidos en la investigación de campo es posible realizar la discusión de resultados para lo cual ponemos a consideración el objetivo general de la presente investigación.

Objetivo

“Analizar el diario la hora de la ciudad de Loja, sobre la actividad informativa en conservación ambiental y su incidencia en los habitantes de la parroquia Sucre”

Verificación

Este objetivo se verifica con los resultados obtenidos en la encuesta, pregunta número 1, a través de la cual se determina que los medios de comunicación son primordiales en la difusión de información que contribuya al conocimiento de la comunidad sobre temas de conservación y cuidado del medio ambiente, el diario La Hora es un medio de comunicación con una gran trayectoria en el país y en la provincia de Loja, el cual muestra un deficiente protagonismo en la difusión de información ambiental específicamente a la parroquia objeto de estudio, la poca publicación de información sobre educación en conservación ambiental no contribuye en mucho al conocimiento de los ciudadanos del sector investigado. En este sentido se puede deducir que se ha centrado en intereses o conveniencias, siendo el medio ambiente el más afectado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Enunciado uno

Enumerar las falencias que existen en los procesos comunicacionales operados por el Diario la Hora que impida el conocimiento de la ciudadanía, adoptadas por las resoluciones tomadas por esta institución relativas al cuidado del medio ambiente.

Verificación

Este objetivo ha sido comprobado gracias a la contestación de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia “Sucre” – Cantón Loja; específicamente en la respuesta de la pregunta 2, en las alternativas planteadas en la encuesta aplicada a los habitantes del sector quienes manifestaron que el diario la hora debe contribuir al proceso de comunicación e información que se necesita para fortalecer al cuidado ambiental, ya que su importancia radica en la inmediatez y versatilidad que posee el medio de comunicación para tratar de contrarrestar el problema subsistente, es así, que la falencia que se considera, es que al ser un medio privado busca una rentabilidad para su desarrollo y fomentar la cobertura que existe dentro de la institución, a un que para el editor del diario en entrevista realizada sobre el porcentaje de páginas que designa a informar sobre conservación ambiental pregunta número 4, manifiesta que el diario cubre toda la información que existe sobre el medio ambiente.

Enunciado Dos

Conocer los procesos comunicacionales empleados por el medio impreso para mantener informados a los ciudadanos Lojanos sobre los problemas de conservación ambiental existentes

Verificación

Este objetivo se logró cumplir mediante la encuesta aplicada, específicamente con la pregunta 3, donde los habitantes de la parroquia Sucre en las encuestas aplicadas manifestaron que los medios de comunicación, en su mayoría han servido como observadores cuyos mensajes se dirigen básicamente a conveniencias y que muy poco contribuyen a informar a la sociedad. Asimismo indicaron que estos se han convertido en instrumentos de control ideológico – político, dificultando el tema ambiental por ende la relación comunicativa que no ha permitido una eficiente comunicación entre la institución y los ciudadanos.

Enunciado tres

Elaborar una propuesta que permita un mejor tratamiento y difusión de información ambiental, a fin de mantener enterados a los ciudadanos sobre tan preocupante problema.

Verificación

Este objetivo se logra cumplir a través de las preguntas: 4 y 5 de la encuesta aplicada y en base al análisis de la entrevista, cuyos consultados sobre la actividad comunicativa dentro del sector, manifiestan que el diario la Hora debido a la baja información que difunde a los habitantes de la parroquia “Sucre” y a la ciudadanía, hay que fortalecer la información sobre educación en conservación ambiental, la cual se constituiría en una fuente fundamental para rescatar y recuperar la cultura popular, convirtiéndolos en sujetos informados.

Por otra parte exponen que al implementar el diario La Hora una sección de información sobre Conservación Ambiental la ventaja que adquiriría la comunidad sería reconocer los problemas ambientales más importantes de la ciudad y se encontraría un terreno de acción común, creando un ambiente de principios y participación en donde se pondría en práctica el conocimiento a través de la información.

h. CONCLUSIONES

Luego de realizar un profundo análisis a la presente investigación se generan las siguientes conclusiones.

- 1.** El medio de comunicación impreso diario La Hora de la ciudad de Loja, según las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Sucre, no aporta significativamente a la conservación ambiental a través de sus publicaciones, en donde debe establecerse un mejor sistema de información a la comunidad investigada.
- 2.** El diario no ha permitido un vínculo informativo con la comunidad e instituciones de la parroquia investigada, lo que provoca un desconocimiento en el desarrollo de preservación del medio ambiente y entorno natural.
- 3.** La falta de participación de las instituciones del sector también ha contribuido a que el problema pase desapercibido y no se lleve a cabo acciones que impulsen el conocimiento sobre la importancia que es contar con un aire puro para el desarrollo de la vida.
- 4.** El medio de comunicación no consideran ésta problemática como una labor de intervención social, sino de conveniencias políticas e intereses mas no de buscar un desarrollo social, problema que nos afectan a todos.
- 5.** El diario La Hora no posee una sección ambiental específica donde se publique noticias de hechos que contribuyan al cuidado y protección del medio ambiente como elemento favorable para establecer la información ambiental y las relaciones comunicativas con la comunidad y así reivindicar la actividad del conocimiento para mejorar el nivel de vida.
- 6.** El diario La Hora que es una institución privada que busca una rentabilidad económica para su desarrollo y mantenimiento, según la investigación realizada el medio posee una baja difusión de noticias ambientales.

i. RECOMENDACIONES

De las conclusiones obtenidas se obtienen las siguientes recomendaciones.

1. Al diario La Hora que le dé un incremento considerable a la información ambiental es decir que, difunda una mayor cantidad de información, relacionado al uso y conservación adecuada del medio ambiente.
2. Que mejore la cobertura informativa y el vínculo con la ciudadanía investigada para garantizar el conocimiento y el cumplimiento de las funciones de servicio del diario, ya que la inmediatez en la información que posee incluirá suficientes contextos para ser comprensibles y útiles para los habitantes.
3. Que la comunicación sea manejada con responsabilidad, es decir que sean profesionales quienes manejen estas fuentes para tener conciencia, ética profesional y moral para que los mensajes que a diario se elaboren sean fácil de entender por la ciudadanía y puedan tener los resultados esperados.
4. Que el medio de comunicación considere a esta problemática como una labor de intervención social y no solo de conveniencias e interés tratando de ayudar a la conservación ambiental y a los problemas que se deriven de esta.
5. Que el diario La Hora incremente una sección sobre conservación ambiental, que permita a los habitantes de la parroquia Sucre mantenerse informados sobre el cuidado, manejo del medio ambiente, a fin de incrementar el conocimiento el valor moral y social de los habitantes.
6. Que el diario al ser una institución privada y busca una rentabilidad económica para su desarrollo, pero debe darle la importancia a las noticias de carácter ambiental por ética moral.

PROPUESTA ALTERNATIVA

1. Título

“Implementación de una Sección sobre Conservación Ambiental en el Diario “La Hora” de la ciudad de Loja destinada a fortalecer la conservación del medio ambiente en la parroquia Sucre denominada la “Hora Ambiental o Sección Verde”

2. ANTECEDENTES

La implementación de una sección de conservación ambiental en el diario la hora surge en base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo, tras este análisis la posibilidad para conocer la importancia del medio ambiente y como contribuir al manejo y cuidado.

La Sección sobre conservación ambiental a establecerse cumplirá un rol relevante ya que la conservación ambiental es imprescindible, frente a la urgente necesidad de los habitantes sobre el desconocimiento de cuidar, manejar el tema de la conservación que no solamente contribuirá al sector establecido si no al resto de la ciudad y provincia, puesto que es instrumento de educación, cultura en el tratamiento del entorno natural. Como todo instrumento exige conocer, saber manejar y adoptarlo a las limitaciones y posibilidades es decir que conocer las consecuencias que se generan por la mala actividad humana es una responsabilidad ética y moral de buenos ciudadanos.

Diagramar una sección es una gran responsabilidad, porque no basta conocer técnicas o ser parte de una identidad, si no abrir espacios para que otros medios de comunicación de la ciudad desarrollen e incluyan en sus programaciones espacios de difusión de noticias de carácter ambiental ya que el desafío es educar a los ciudadanos a través de la información para que aprendan a cuidar la naturaleza.

Esta sección estará más cerca de la ciudadanía local por lo que se considera que el diario la hora es el medio escrito de comunicación más elocuente para el ciudadano lector y así lograr que estos asimilen los temas que se difundirán en la sección ambiental.

En la elaboración de los temas a publicarse en la sección ambiental o sección Verde se utilizará términos sencillos de fácil entendimiento para los niños y ciudadanos, así también el medio de comunicación “La Hora” viene a constituirse en el principal referente en la elaboración de contenidos en diversos géneros informativos que el medio dispone para sus lectores como: elaboración de noticias reportajes y temas sobre como aprender amar a la naturaleza que cuentan o evidencian las consecuencias de la realidad de la comunidad.

Entre las principales noticias o reportajes que se elaboren se destacará el respeto y defensa de la naturaleza, importancia de cuidar y protegerlo el medio ambiente, consecuencias que sufriríamos por el mal uso y educar a los niños como base fundamental para un futuro amigable y consiente, todo esto constituye el perfil de la implementación de la sección.

Esta contribuirá con los ciudadanos de la parroquia sucre a integrándolos plenamente a defender la naturaleza, comprometerse con el desarrollo de su entorno y respetar un derecho fundamental de los seres vivos.

3. JUSTIFICACIÓN

Implementar una sección ambiental requiere de experiencias, conocimientos y habilidades para construir lo propuesto, de forma ordenada sobre la dimensión involucrada, es aquí donde se pone a prueba nuestros objetivos, experiencias, dificultades y desafíos.

La acción se justifica esencialmente por la falta de información por parte de los medios comunicativos de la ciudad de Loja, principalmente los medios escritos que más circulan y que pueden llegar con accesibilidad a instituciones educativas en donde los docentes pueden socializar con los niños y aparte de ser una fuente de conocimiento para los habitantes de la población objeto de estudio. La falta de información por parte de este medio no ha permitido conocer que los habitantes de dicha comunidad realicen acciones favorables a la conservación del medio ambiente en este sentido se puede hacer una justipreciación respecto del alcance del medio impreso en su función de instrumento de transformación social y en su concepto de comunicación.

Otro elemento significativo que justifica la creación de la sección es que nos permitirá fortalecer la actividad ambiental, comunicacional, organizacional de la población; en esta instancia gestionar una sección ambiental es una tarea de especialistas. Gestionar es una tarea de (sujetos) mujeres y hombres capaces de aportar en un espacio para la construcción de una comunicación ambiental efectiva, que contribuya al fortalecimiento de una verdadera sociedad conservacionista.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

- Diseñar una Sección sobre Conservación Ambiental que mantenga informados a los habitantes de la parroquia “Sucre” de las noticias básicas o información relevante sobre el tratamiento del medio ambiente.

Objetivos Específicos:

- Promover una información eficiente y oportuna para la comunidad.
- Lograr una comunicación entre el medio impreso y la comunidad, para que la Sección Sobre Conservación Ambiental tenga la acogida propuesta.
- Incentivar y fomentar el conocimiento, para el bienestar de los habitantes, cubriendo sus necesidades de información, en el ámbito de la comunicación sobre conservación ambiental.

5. METAS

- Crear y desarrollar una sección de medio ambiente sin ningún fin político.
- Informar constantemente a las personas de la comunidad, en el uso y cuidado del medio ambiente garantizando la seguridad y manejo de la naturaleza.

6. VIABILIDAD

La presente sección está considerada dentro del sector de la comunicación; cuya finalidad es permitir el acceso informativo a la comunidad, fortalecer los valores de

los habitantes y la vinculación con instituciones; además, que sirva como un ejemplo para otros medios de comunicación.

Así como también brindar información, ayudar a la comunidad organizaciones o instituciones a vincularse con la actividad ambiental de ahí que los estudios de perspectiva favorecen a cuidar el medio ambiente. No existen otros medios comunicativos o instituciones proponentes que signifiquen apoyo o mantengan proyectos sobre cuidado ambiental.

El costo de la implementación de la sección será autofinanciada con el fin de que se realice su creación, pues es una idea que generará cambios que ayudarían a mejorar la comunicación ambiental en la comunidad.

La sección incluirá cuatro páginas en la portada irán tres imágenes resaltando la conservación ambiental, información ambiental en la ciudad de Loja, consecuencias por la mala actividad humana.

La circulación de la sección denominada la “Hora Ambiental o Sección Verde” se realizará mensualmente es decir el 30 de cada mes la misma que contendrá información básica como: importancia de la educación ambiental para los niños, el amor a la naturaleza, como proteger el medio ambiente, Consecuencias por la contaminación ambiental, informaciones de las actividades que realiza el Ministerio del Ambiente en la provincia de Loja.

POLÍTICAS DE APOYO

La Sección tendrá el apoyo de un público a su causa educativa y cultural; se espera que los lectores de mencionada parroquia en cuestión de estudio apoyen a esta buena causa ya que es un beneficio para todos.

ASPECTOS SOCIOCULTURALES

Los beneficiarios de éste proyecto serán básicamente para los habitantes de la parroquia Sucre, es así que la mayor parte de las noticias serán realizadas en función a lo que ocurra en el área de estudio, ciudad y provincia, a fin de establecer su integración y participación.

Es evidente que para construir o plasmar todas las ideas es necesario el tiempo y sobretodo, la disposición del medio de comunicación. Así mismo se espera que todos los medios resalten la educación ambiental, y brinden espacios de participación en procura de cuidar el medio ambiente. Donde el eje educativo y el eje cultural; sean los que más se destaquen con ello, se consiga mantener informados y dispuestos a una eventual prevención con otras personas que realicen actos indebidos o que atenten contra la naturaleza.

DATOS BÁSICOS INFORMATIVOS SOBRE EL DIARIO LA HORA

El diario la hora en la ciudad de Loja es de:

Circulación: Diaria,

Formato: Tabloide

Género. Información general.

Ámbito. Local, nacional y regional

Editor Regional la Hora Loja. José Padilla.

Slogan del Diario. “La Hora lo que Necesitas Saber.

Propietario. Nicolás Kigman.

Fundación en Loja: 1997

Sitio Web: www.lahora.com.ec

La Hora es el periódico con más ediciones regionales en Ecuador fundado el 23 de agosto de 1982. El éxito de *La Hora* se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado las noticias nacionales e internacionales.

Se publica en Quito, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los

Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe en ediciones diferentes en cada región así como una edición nacional. La matriz principal se encuentra en Quito.

El diario la hora en la ciudad de Loja viene circulando desde 1997 hasta la actualidad interrumpidamente lo que le ha permitido un prestigio único como institución comunicativa en la ciudad y provincia y otras ciudades del Ecuador.

Por ello se lo ha considerado como el medio más influyente de la ciudad y provincia, el que llega a la mayoría de cantones y parroquias considerándolo como el líder en información.

Cuenta con 32 páginas 15 secciones, las cuales son: Ciudad, Opinión, Entorno, País, Justicia, Global, Tiempo, Planeta, Efectivo, Salud, Mascotas, Mosaico, Gente, Clasificados y Policial.

Previo a un análisis de todas sus secciones informativas que el medio posee hemos considerado que hace falta la implementación de una sección de carácter ambiental acción importante que hoy en día se debería conocer las consecuencias por la mala actividad humana, informar en temas ambientales que resulten trascendentes para el cuidado y buen huso de los recursos naturales y de esta manera no afectar a la naturaleza.

Tomando en cuenta todo este, análisis hemos considerado la creación de una sección denominada “La Hora en Conservación o Sección Verde” .Es así que se ha tomado a la parroquia Sucre de la ciudad de Loja para realizar el estudio, en el cual sus habitantes a través de nuestras indagaciones han demostrado un desconocimiento considerable en información sobre el cuidado del medio ambiente consecuencias que se verían plasmadas en mala actividad ambiental. Por ende hemos propuesto diagramar una Sección que debe incluirse en el diario la hora como lo ha determinado nuestro estudio.

Los contenidos considerados son: Educar a los niños en cuidado ambiental, principios básicos para cuidar el medio ambiente, consecuencias ambientales por la mala actividad humana, Valores para adquirir el aprecio a la naturaleza e

informaciones ambientales en la ciudad de Loja, Ministerio del Ambiente MAE, entre otras noticias de carácter importante para la ciudadanía.

“DISEÑO DE LA SECCIÓN “LA HORA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL”

LA HORA EN CONSERVACION AMBIENTAL

PARROQUIA “SUCRE”

Sección Verde

Conservación Ambiental



Los niños son los más interesados para conservar el medio ambiente.

Consecuencias Ambientales por la mala actividad humana



Río Zamora contaminado con escombros y basura.

Información Ambiental en la Ciudad de Loja

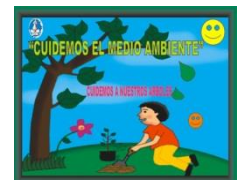


Loja, ciudad ecológica desarrolla un sinnúmero de actividades para conservar el medio ambiente. La ciudadanía participa activamente en todos estos eventos.

LA HORA EN CONSERVACION AMBIENTAL PARROQUIA “SUCRE”



Sección Verde



CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE

¿Qué podemos hacer para cuidar el medio ambiente?.

Se trata de contar lo que hacemos para mejorar nuestro planeta y evitar las catástrofes naturales que estamos viviendo, hoy en día se puede encontrar un montón de consejos para impulsar el cuidado de nuestro entorno y la utilización responsable de los recursos.



La educación empieza desde los más pequeños.

La Asociación Mundial de Educadores Infantiles (AMEI) también cuenta con un manual de actividades para enseñar a los niños a proteger el planeta. El objetivo de la AMEI es iniciar una campaña de concienciación en los centros educativos y ofrecer a los maestros una serie de actividades que ayuden educar desde edades tempranas, ya que es en la primera infancia donde se estructura la personalidad del niño.

Hay que mantenernos informados sobre lo que ocurre a nuestro entorno natural, también es importante que los padres desde el hogar contribuyan a la formación de nuestros hijos ahí es la primera enseñanza esas son las bases para mantener un futuro con un ambiente menos contaminado mantener una buena salud y aseguraremos un futuro para nuestros hijos.



Cada año aumenta la cantidad de residuos que generamos: *en los últimos 40 años se ha producido más basura en el mundo que desde el origen del hombre hasta 1970*

LA HORA EN CONSERVACION AMBIENTAL PARROQUIA “SUCRE”

El amor a la naturaleza



Escuelas apoyan a esta iniciativa.

COMO LOS NIÑOS PUEDEN APRENDER A QUERER A LA NATURALEZA

Es muy importante que los niños desde pequeños aprendan a cuidar la naturaleza la formación básica está en el hogar a través de sus padres, a respetar y a valorar la naturaleza. El amor por la naturaleza les llevara a preciar el mundo natural actuar con responsabilidad de esta manera contribuir a su cuidado y prevención.

Es necesario que los niños comprendan que la salud del mundo depende de todos nosotros, de lo que hagamos para conservar todo bien cuidado, bello y radiante. Hay que cuidar al mundo. La Tierra es nuestro planeta, cuidarla es nuestro deber.

Aprender a amar la naturaleza

Para conseguir que los niños tengan aprecio a la naturaleza el mejor camino es enriquecer sus vivencias, planificar actividades con el objetivo de enseñarlos a amar el medio ambiente, facilitar el contacto del niño con el campo, montañas, ríos, y todo lo que engloba la naturaleza, y darles la posibilidad de observar, preguntar y expresar sus ideas en cuanto al tema.

El niño puede aprender a amar a la naturaleza:

- Teniendo contacto con ella siempre que sea posible
- En excursiones a alguna granja
- Aprendiendo a plantar un árbol
- Aprendiendo a hacer un huerto
- Buscando y dibujando insectos, sus formas, sus colores
- Respetando a los animales, los ríos, a las plantas y sus flores
- Visitando a algún jardín botánico.
- No echando basura en la calle, en el campo, ni en los ríos entre otros.



LA HORA EN CONSERVACION AMBIENTAL

PARROQUIA "SUCRE"

Normas para conservar el medio ambiente



Personas mantienen limpio al medio ambiente

Evitar la contaminación: Para evitar la contaminación necesitamos reducir la cantidad de gases, vertidos, residuos, basura, que desprendemos.

Impedir la deforestación: Es decir, intentar que haya menos incendios. Para ello a la hora de ir al campo debemos tener cuidado de no dejarnos nada como una botella, algún papel.

Proteger a las plantas: Aunque la mayoría de las plantas se deforestan en los incendios, así podemos impedir que no desaparezcan de otra manera, protegiendo espacios naturales.

Proteger a los animales. Al igual que las plantas, los animales mueren en los incendios. Y no sólo se puede evitar protegiendo espacios naturales Reciclar.

El reciclaje es una labor muy importante que está en nuestras manos. Separando plásticos, papel, vidrio y orgánico contribuimos a la lucha contra la contaminación.

Utilizar más las energías renovables.

Utilizar las fuentes de energías renovables como el viento, el Sol o el agua es mejor porque no contaminan, de lo contrario las fuentes no renovables se terminarían.

Investigar. Si buscamos e investigamos nuevas soluciones o propuestas podemos colaborar aún más con el medio ambiente.

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DE LA PROPUESTA

Recursos Humanos:

- Diagramador del diario
- Camarógrafo
- Editor
- Reportero

Recursos Materiales

- Cámara fotográfica y de video
- Grabadora de Audio
- Trípodes
- Programas para editar y producir impresos (Adobe Indesing)

- Equipos de cómputo

Presupuesto

Este presupuesto está elaborado únicamente para la sección destinada a difundir información acerca del medio ambiente; dicha sección consta de dos hojas y cuatro páginas a full color. A continuación detallamos costos:

Recursos	Valor total
Reportero y Camarógrafo	\$ 350,00
Movilidad	\$ 50,00
Recursos Materiales e Imprenta	\$ 300,00
Otros gastos	\$ 200,00
TOTAL:	\$ 900,00

Financiamiento

Los gastos invertidos en la elaboración de esta sección impresa, serán asumidos en su totalidad por los dueños del Diario LA HORA de la ciudad de Loja.

RESULTADOS:

- Comunidad de la parroquia Sucre informada y concientizada sobre todo lo relacionado con el medio ambiente y su entorno.
- Buena imagen del Diario LA HORA de la ciudad de Loja ante los lectores de la parroquia sucre y de la ciudad.
- Mayor venta del Diario en Loja y sus alrededores.

- Lectores informados con temas importantes de la situación actual y el cuidado del medio ambiente el Loja, Ecuador y el mundo.

- Prestigio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja por investigar y buscar alternativas para potenciar el Periodismo Ecológico en la ciudad.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Andelman, M. (2011) *La comunicación ambiental en la planificación participativa de las políticas para la conservación y uso sustentable de la diversidad biológica. Tópicos en educación ambiental*. Segunda Edición.
- Angulo, E. (2011) *Periodismo Ambiental II*. Primera Edición, México.
- Arellano, L. (2010) *La estrategia de comunicación como un principio de integración/ interacción dentro de las organizaciones*. Razón y palabra, enero-marzo, Vol. 3, Edición especial
- Bacchetta, V. (2009) *Periodismo Ambiental, una salida inmediata*. Uruguay
- Berlo, D. (2002) *Modelos de la Comunicación*. Actualizado en el año 2014, Décima Edición.
- Caballo, V. (2009) *Manual de evaluación y tratamiento de las habilidades sociales*. Madrid, España.
- Encalada, M. (2009) *La Comunicación y el Desarrollo Sostenible*. Ponencia presentada en el Foro Latinoamericano: “Sin comunicación, no hay desarrollo”. Realizada el 25 de Agosto en el auditorio de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Lima, Perú.
- Flores, H. (2009) *Conociendo el Mundo de la Comunicación Social*. Cantares Editora, primera edición escrita y digital.
- Galeano, E. C. (2011). *Modelos de comunicación*. Macchi.
- Galindo, C: (1996). *Cultura de Información, Política y Mundos Posibles, en Culturas contemporáneas*. Revista de investigación y análisis. Número 3, Época.
- Gómez, M. & Martín, E. (2009) *Historia del Periodismo Universal*. Síntesis, Madrid, Cuarta Edición.
- González, V. (2009) *Personalidad y Comunicación: su relación teórica-metodológica*.

- Heinemann, P. (2010) *Pedagogía de la comunicación no verbal*. Editora Pájaro Azul S.A, octava edición.
- Henry, G. (2011) *El mundo cambiante de la comunicación social*. Corpu-Editora. New York, Primera Edición.
- López, L. (2013). *Comunicación Social*. Editorial Félix Varela, La Habana Segunda Edición.
- Lomonosov. A y otros (2009) *El problema de la comunicación en Psicología* Panamá Corpiris Editorial.
- Marcuello, A. (2012) *Propósitos de la comunicación y su incidencia en las masas*. Orpus Editora. Primera Edición.
- Mendoza, A. (2009). *Propuesta de la Estrategia de Comunicación para el Festival "Casa de Cristal"*. Tesis en opción al título de Licenciado en Comunicación Social. Sede Universitaria Municipal de Santa Clara.
- Miró, J. (2010) *LA COMUNICACIÓN EFECTIVA. Herramientas para mejorar la comunicación*. Primera Edición.
- Muñoz, C. (2012) *Escucha activa*. CIESPAL actualizado el 2014.
- Noboa, P. (2012) *Una comunicación para el desarrollo del siglo XXI*. Cali, Colombia, edición primera.
- Pascuali, M. (2010) *Psicología de la comunicación*. Sin editorial.
- Ramón, M. (2013) *Desarrollo y Comunicación*. Editorial Deos, Primera Edición, Guatemala.
- Reyes, R. F. (2009) *Periodismo ambiental y periodismo sostenible. Ambitos: Revista internacional de comunicación*, Primera edición.
- Rojas, R. (2011). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México, 16ª edición, UNAM.

- Romero, A., & Inche, J. (2014) *MODELO DE DESARROLLO SOSTENIBLE REGIONAL Y EL PROGRAMA 21*. Industrial Data, segunda edición.
- Salaverría, R., & Negredo, S. (2010) *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Editorial Sol90. Primera Edición.
- Sánchez, E. (2010) *Expectativas de la comunicación social en la actualidad*. Promo Editorial. Segunda edición.
- Santana, E. (2013) *Qué se trae consigo el periodismo ambiental*. Cuarta Edición. Acapulco-México.
- Vargas, V. (2012) *Comunicación expresiva y psicología de masas*. Primera Edición, España.
- Velásquez, J. (2014) *Comunicación Social en épocas modernas*. Primera Edición disponible en versión digital.
- Vilém, F (2009) *Epistemología de la Comunicación*, publicaciones ISI-SCielo tercera edición.
- Wolf, M. (2012). *La investigación de la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*. Paidós.

WEB GRAFÍA

<http://www.monografias.com/trabajos33/la-comunicacion/la-comunicacion.shtml#ixzz3UVmsernm>

<http://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicacion/estrategias-de-comunicacion.shtml#ixzz3UWRHoKO8>

www.lahora.com.ec

k. ANEXOS

PROYECTO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN**

TEMA

“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA SOBRE LA ACTIVIDAD
INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS
HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”

Proyecto de tesis previo a la
obtención del grado de
Licenciado en Ciencias de la
Comunicación Social.

AUTOR: Marlon Alfonso Chamba Chamba

LOJA - ECUADOR

2013

A. TEMA

“ANÁLISIS DEL DIARIO LA HORA DE LA CIUDAD DE LOJA, SOBRE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA EN CONSERVACIÓN AMBIENTAL Y SU INCIDENCIA EN LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SUCRE”

b. PROBLEMÁTICA

El tratamiento periodístico sobre la contaminación ambiental, en el ámbito global manifiesta un preocupante problema, debido a que no se le da la adecuada información al uso indiscriminado de los recursos naturales y a la insuficiente atención que se da a la solución de los efectos negativos, incluyendo seres vivos y poblaciones humanas, se estima que aproximadamente tres millones de personas mueren anualmente a causa de la contaminación ambiental según la Organización Mundial de la Salud OMS.

Ecuador no es la excepción, todos los medios abordan temas tradicionales que no coadyuvan a contrarrestar este fenómeno de la contaminación ambiental, que es desprendida de fábricas y del accionar humano diario, que aparentemente parecen positivas en el desarrollo del país pero terminan generando más impacto contaminante que lo que producen.

Los medios de comunicación privados deberían hacer una revisión del tratamiento que dan a la información ambiental, dándole un espacio adecuado y mejorando la calidad de los contenidos ya que no hay ningún artículo que determine la difusión de contenidos de este tipo deben hacerlo por ética moral. En cuanto a los medios públicos, es obligada la atención a los temas ambientales, a través de una información veraz, contrastada y relevante que responda a la función social que están llamados a desempeñar.

Aunque temas como el terrorismo sean en estos momentos las noticias estrella, el cambio climático será a largo plazo un hecho más noticioso, por los millones de personas a los que nos afectará. Los medios de comunicación pueden y deben aprovechar su potencial para concienciar a la sociedad, incrementando la cantidad y calidad de información ambiental que ofrecen, ya que la realidad ha demostrado que determinados problemas, ambientales o de otra índole, adquieren relevancia en el momento en que aparecen en los medios. ¿Pero están éstos concediéndoles la importancia y el lugar que merecen? ¿Hasta qué punto puede hablarse de la existencia de un periodismo ambiental?

La provincia de Loja siendo una de las capitales ecológicas del Ecuador y del mundo, debe ser el ejemplo a seguir en la difusión de noticias para la conservación y protección del medio ambiente pero la realidad es totalmente diferente. Existen varios medios de comunicación escritos, auditivos y audiovisuales que muy poco o nada difunden la actividad informativa sobre la importancia y conservación ambiental en la ciudad y provincia, razón por la cual la población desconoce, y hace lo que no es conveniente, quema, deforesta, bota la basura donde quiera en definitiva no hace conciencia de los efectos que causa la contaminación, ya sea que esta se produzca en un futuro corto o a largo.

En la ciudad de Loja existen tres medios impresos de comunicación que son: “El diario la Hora”, “El centinela” y la “Crónica,” que difunden la información local provincial y nacional siendo los más representativos en la ciudad, que han logrado establecerse y tienen una muy buena aceptación de la ciudad y provincia que con todo esto se lograrían llegar a los ciudadanos a que se informen sobre cómo cuidar y proteger el medioambiente, han dejado de lado las emisiones de este tipo, será a lo mejor porque no les generan ingresos económicos.

El centro de la ciudad de Loja es el punto de observación y de estudio que comprende la parroquia “Sucre” donde la contaminación es el tráfico vehicular, en horarios pico a eso de la hora doce del medio-día es insostenible el caos vehicular, La contaminación atmosférica constituye uno de los principales problemas ambientales de Loja, por el acelerado incremento del parque automotor y la concentración de las actividades en el centro de la ciudad, constituyen el aumento del tráfico

Los puntos que se evidencian la mayor contaminación son claros la calle Universitaria la Terminal Terrestre, otras áreas de alto riesgo como el centro y otros lugares de alta congestión vehicular es por eso que la falta de emisión de información ambiental genera un preocupante problema en el “análisis del diario la hora de la ciudad de Loja, sobre la actividad informativa en conservación ambiental y su incidencia en los habitantes de la parroquia sucre”

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja tiene como misión la formación académica profesional, con sólidas bases científicas y técnicas pertinencia social y valores que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia, la generación de pensamiento la promoción desarrollo, difusión de los saberes, cultura y servicios especializados la problemática investigada me brindara la oportunidad de plasmar mis conocimientos y experiencias adquiridas durante mi formación personal en la carrera en Ciencias de la Comunicación Social planteando una solución viable a una realidad concreta vinculada a la comunidad en comunión de ideas con la misión y visión del Alma Mater Lojana.

Me permitirá denunciar mi proyecto de tesis conforme los mandatos del Reglamento del Régimen Académico de la Universidad, Viabilizando la obtención del título de Licenciado en ciencias de la Comunicación Social y cumplir la meta fijada al inicio y termino de mis estudios superiores. Así como desempeñarme en el campo ocupacional y profesional a fin a mi carrera.

Con respecto a lo **institucional** el problema de investigación el Diario la Hora de la ciudad de Loja, y sus escasas de publicaciones de notas informativas de carácter medio ambiental nos ayudara con la información sobre los ámbitos de comunicación y su incidencia en el desarrollo social de Loja.

Además me permitirá conocer si las medidas adaptadas por el Diario, son relativas al desarrollo de la ciudad mediante los procesos comunicacionales existentes en la institución, tratando de llegar al colectivo social o a las falencias de los procesos comunicacionales que impiden a los ciudadanos el conocimiento de cuidar y proteger el medio ambiente.

En el ámbito **operativo** este trabajo implica un compromiso de todo el personal que conforman el diario la Hora, quienes deberán asumir su rol protagónico en el proceso comunicativo y asumir la ejecución de nuevas responsabilidades, en el desarrollo de sus funciones como parte del rediseño que implica la conservación del medio ambiente que permitan mantener informada a la comunidad Lojana en las

decisiones tomadas por esta entidad, también con respecto a las decisiones planificadas y en proceso de ejecución o a ejecutarse a favor del desarrollo de la ciudad.

Así mismo en lo **social** está justificada porque beneficiara a la población urbana de la ciudad de Loja, quienes a través de esta entidad como es el Diario la hora podrán conocer y mantenerse informados de las nuevas publicaciones que haga y adopte para la ciudadanía.

El tema investigativa buscará la alternativa más idónea para que el medio de comunicación social haga conocer, al colectivo urbano las emisiones de mejora en la información que adopte el diario de la ciudad.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

“Analizar el diario la hora de la ciudad de Loja, sobre la actividad informativa en conservación ambiental y su incidencia en los habitantes de la parroquia sucre”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las falencias que existen en los procesos comunicacionales operados por el Diario la Hora que impide el conocimiento de la ciudadanía, adoptadas por las resoluciones tomadas por esta institución relativas al desarrollo ciudadano.
- Conocer los procesos comunicacionales empleados por el Diario para mantener informados a los ciudadanos Lojanos sobre los problemas de conservación ambiental existentes.
- Comprobar cómo el diario la Hora puede contribuir a la construcción de los ciudadanos de Loja sobre una mejor educación ambiental.
- Elaborar una propuesta alternativa que permita una mejor elaboración y difusión de información medio ambiental, a fin de mantener informados a los ciudadanos para que contribuyan al cuidado y protección del mismo.

e. MARCO TEÓRICO

PERIODISMO MEDIOAMBIENTAL

Definición

El periodismo sobre el Medio Ambiente es definido por Fernández Sánchez cómo “el que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente, y en especial con aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación.”²²

Por su parte Josep María Sanmartí señala las tres características que constituyen la gran plataforma de partida del periodismo medioambiental: Pag.23

Su base científica provoca que el periodista comprenda, primero él, lo que desea comunicar a su audiencia. Resulta evidente que, si el periodista no es capaz de transformar una información compleja en un relato comprensible para un gran número de personas, se producirá una ruptura en el proceso comunicativo que hará inviable el entendimiento y asimilación de los hechos. Pero, para que esto se dé, primero, tiene que ser el propio periodista quien comprenda lo que sus fuentes de información le dan a conocer.

Su proximidad a las preocupaciones de la sociedad moderna y de las personas. Joaquín Fernández afirma que “se trata de un periodismo en el que se establecen complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actividades y comportamiento de las personas, que invita a la acción, a la modificación de las conductas. Es un periodismo interactivo.”²⁴

Su carácter multidisciplinar. Los temas medioambientales no están separados del resto del mundo que nos rodea. Como en el caso del que se ocupa este estudio, la cobertura informativa de caso Prestigio por parte de periódicos vascos, no podemos hablar únicamente de una catástrofe medioambiental con consecuencias medioambientales. Estas consecuencias, debido al mundo interrelacionado en el que vivimos, se extienden a todos los ámbitos de nuestra vida. Así habrá implicaciones sociales, económicas, jurídicas... Esto implica que el periodista, debido al carácter

multidisciplinar del periodismo ambiental, deberá tener conocimientos relacionados con la ciencia, las leyes...Santiago Vilanova denuncia que “la interrelación de los problemas ecológicos con la economía, cada día más acentuada, explicarían los déficit actuales en materia de información ambiental; dado que el sector de la comunicación recibe la intromisión de empresas ajenas al mismo: eléctricas, automóvil, electrónicas...”²⁵

Iniciación de la terminología Educación Ambiental

Es difícil determinar con exactitud cuando el término educación ambiental (EA) se usó por primera vez. Una posibilidad es la Conferencia Nacional sobre Educación Ambiental realizada en 1968 en New Jersey. A finales de los años 1960; en esa época se usaban varios términos, educación para el uso de los recursos y educación para la calidad ambiental, describir la educación enfocada a los humanos y el ambiente. Sin embargo, educación ambiental es el término que con mayor frecuencia se ha usado.

Definiciones de la educación ambiental

Muchos autores, agencias y organizaciones han ofrecido varias definiciones. Sin embargo, no existe consenso universal sobre alguna de ellas.

La definición de la Educación Ambiental es considerada como un proceso que incluye un esfuerzo planificado para comunicar información y/o suministrar instrucción basado en los más recientes y válidos datos científicos al igual que en el sentimiento público prevaleciente diseñado para apoyar el desarrollo de actitudes, opiniones y creencias que apoyen a su vez la adopción sostenida de conductas que guían tanto a los individuos como a grupos para que vivan sus vidas, crezcan sus cultivos, fabriquen sus productos, compren sus bienes materiales, desarrollen tecnológicamente entre otros, de manera que minimicen lo más que sea posible la degradación del paisaje original o las características geológicas de una región, la contaminación del aire, agua o suelo, y las amenazas a la supervivencia de otras especies de plantas y animales.

En otras palabras, la EA es educación sobre cómo continuar el desarrollo al mismo tiempo que se protege, preserva y conserva los sistemas de soporte vital del planeta. Esta es la idea detrás del concepto de desarrollo sostenible.

Parecería curioso que tengamos que enseñar cómo desarrollar. Pero hay razones para creer que algunas personas no comprenden el impacto que muchos comportamientos humanos han tenido y están teniendo sobre el ambiente.

Componentes del Medio ambiente

El propósito de este nivel de instrucción es dar al ciudadano informaciones sobre los sistemas terrestres de soporte vital. Estos sistemas de soporte vital son como las reglas de un juego. Suponga que Ud. desea aprender a jugar un juego. Una de las primeras tareas que necesita hacer es que aprendan las reglas del juego. En muchos aspectos, la vida es un juego que estamos jugando. Los científicos han descubierto muchas reglas ecológicas de la vida pero, con frecuencia, se descubren nuevas reglas. Por desgracia, muchas personas no comprenden muchas de estas reglas ecológicas de la vida. Muchas conductas humanas y decisiones de desarrollo parecen violar a muchas de ellas. Una razón importante por la cual se creó el campo conocido como educación ambiental es la percepción de que las sociedades humanas se estaban desarrollando de maneras que rompían las reglas.

Concienciación conceptual

Las acciones individuales y de grupo pueden influenciar la relación entre calidad de vida humana y la condición del ambiente. Es decir, no es suficiente que uno comprenda los sistemas de soporte vital (reglas) del planeta; también uno debe comprender cómo las acciones humanas afectan las reglas y cómo el conocimiento de estas reglas pueden ayudar a guiar las conductas humanas.

La investigación y evaluación de problemas

Esto implica aprender a investigar y evaluar problemas ambientales. Debido a que hay demasiados casos de personas que han interpretado de forma incorrecta o sin exactitud asuntos ambientales, muchas personas se encuentran confundidas acerca de

cuál es el comportamiento más responsable ambientalmente. Por ejemplo, ¿es mejor para el ambiente usar pañales de tela que pañales desechables? ¿Es mejor hacer que sus compras la pongan en una bolsa de papel o en una plástica? La recuperación energética de recursos desechados, ¿es ambientalmente responsable o no? Muy pocas veces las respuestas a tales preguntas son sencillas. La mayoría de las veces, las circunstancias y condiciones específicas complican las respuestas a tales preguntas y solamente pueden comprenderse luego de considerar cuidadosamente muchas informaciones.

Los problemas ambientales y sus causas

Los problemas ambientales no se pueden analizar ni entender si no se tiene en cuenta una perspectiva global, ya que surgen como consecuencia de múltiples factores que interactúan. Nuestro modelo de vida supone un gasto de recursos naturales y energéticos cada vez más creciente e insostenible. Las formas industriales de producción y consumo masivos que lo hacen posible suponen a medio plazo la destrucción del planeta. Algunos efectos de la crisis ecológica ya están claramente perceptibles: aumento de las temperaturas, agujero en la capa de ozono, desertificación, acumulación de residuos radiactivos, extensión de enfermedades como el cáncer o la malaria, insalubridad del agua dulce, inseguridad alimentaria, agotamiento de los recursos renovables y no renovables, etc. El despilfarro de unas sociedades repercute directamente en la pobreza de otras y contribuye al deterioro ambiental general.

Las empresas transnacionales promueven un desmesurado crecimiento del transporte de mercancías a grandes distancias -causando enormes emisiones de CO₂, la construcción de infraestructura de transporte y una mayor dependencia de la extracción de recursos petrolíferos. El aumento generalizado de las demandas de transporte es preciso satisfacerla con grandes infraestructuras que permitan un funcionamiento fluido de la economía mundial y, al mismo tiempo, incentiva los procesos de urbanización y extensión de la movilidad motorizada. En paralelo con el intenso crecimiento de población, se aceleran los procesos de concentración urbana, particularmente en los países del Sur donde el 90% del crecimiento poblacional

tendrá un carácter urbano. La población urbana mundial pasará de 2.000 millones en 1985 a 5.100 millones en el 2025.

Hay que tener en cuenta que los límites de los recursos naturales (petróleo, madera, minerales, biodiversidad, etc.) indican que el actual modo de vida es insostenible. El consumo en constante expansión somete a tensión al medio ambiente, con emisiones y derroches que contaminan la tierra y destruyen los ecosistemas. Se produce un agotamiento y la degradación en aumento de los recursos: la quema de combustibles fósiles se ha casi quintuplicado desde 1950; el consumo de agua dulce se ha casi duplicado desde 1960; la captura marina se ha cuadruplicado; el consumo de madera es ahora 40% superior a lo que era hace 25 años. Entre 1960 y 1998 mientras la población mundial se ha duplicado, las emisiones de CO₂ por tres, el consumo de fertilizantes por cinco y la producción de energía por seis. Además, este nivel de consumo no repercute sólo en la naturaleza, sino también en la mayor parte de las personas de este planeta, puesto que sufren directamente los efectos de este irracional modelo de vida. Los países empobrecidos no son los mayores causantes de esta crisis ambiental pese a ser lugares donde se producen buena parte de los efectos que a su vez generan importantes flujo migratorios.

Consecuencias ambientales de los modos de vida y consumo

Aumento del efecto invernadero: El efecto invernadero es un fenómeno natural de la atmósfera que consiste en que la energía solar que llega a la tierra, al tomar contacto con el suelo, se refleja sólo en parte, siendo el resto absorbida. El efecto de esta absorción es un calentamiento y se manifiesta por una irradiación de energía hacia la atmósfera. Sin embargo, al viajar hacia la atmósfera se encuentra con gases que actúan de freno, produciéndose la vuelta hacia la tierra y evitando que la energía se escape en su totalidad hacia el exterior calentado más el suelo del planeta.

La actividad humana, con el uso de combustibles fósiles (petróleo, carbón, gas natural) está variando este equilibrio natural, produciendo la emisión de gases de invernadero (las emisiones anuales de dióxido de carbono CO₂ se cuadruplicaron en

los últimos cincuenta años) que, junto con otros provenientes de otras actividades, provocan el recalentamiento mundial de la atmósfera, que está generando una ruptura de los equilibrios naturales.

Algunos de los efectos son: cambios climáticos, lo que supone una grave amenaza para las cosechas, inundaciones, aumento de la frecuencia de las tormentas y las sequías, aceleración de la extinción de especies, difusión de enfermedades contagiosas. La generación de energía y el transporte motorizado son las causas más importantes del efecto invernadero.

El agujero de la capa de ozono

El ozono es el gas encargado de la protección de la Tierra contra las radiaciones ultravioletas. La introducción de nuevos compuestos artificiales (como los cloro fluoro carbonos o CFCs, presentes en los aerosoles y aparatos de refrigeración), así como de fertilizantes, reducen la concentración de ozono en la atmósfera, lo que hace que penetren más cantidad de rayos ultravioletas. Esto provoca graves consecuencias para el desarrollo de la vida vegetal y animal, pudiendo producir mutaciones genéticas, y cáncer de piel en las personas.

Contaminación de aguas y suelo

Esta se está debiendo tanto a los vertidos urbanos, industriales y ganaderos, como a la utilización de pesticidas y fertilizantes en la agricultura intensiva. Además la explotación y el transporte de recursos naturales (petróleo, oro, carbón, mercurio, metales, etc.) son enormemente contaminantes.

Para conseguir un anillo de oro es necesario sacar 4.000 kilo de tierra. La erosión y la salinización del suelo siguen siendo problemas graves.

Contaminación del aire

El aumento de tráfico origina "smog" (ozono) con la consiguiente amenaza para la salud humana (graves problemas respiratorios) y la vegetación.

Las concentraciones más altas se registran a lo largo del verano. Los datos muestran que una gran mayoría de ciudades superan los valores permitidos para no poner en riesgo la salud humana.

Deforestación: La deforestación es la pérdida de bosques, lo que tiene graves consecuencias, como son la erosión del suelo debido a la falta de vegetación, la pérdida de terreno fértil, ya que se pierden los nutrientes del suelo, la pérdida de flora y fauna, interrupción del ciclo del agua o el aumento de los niveles de CO₂ cuando se queman los bosques.

“Según el diccionario de la real Academia 2011, la palabra **deforestación** permite nombrar a la acción y efecto de deforestar, Despojar un terreno de sus árboles y Plantas”

Erosión-desertificación del suelo:

Este proceso está íntimamente ligado al de la erosión y desertificación, que supone una pérdida irreversible de la fertilidad del suelo. Pero la infertilidad del suelo, que provoca su desertificación, también puede estar causada por el uso excesivo de fertilizantes y pesticidas en la agricultura o por la acumulación de residuos de todo tipo.

Producción de residuos: Otro problema es el tipo de residuos que se producen y su acumulación. Hay un incremento en la cantidad de basuras y desechos, tanto domésticos como industriales (mención especial merecen los residuos nucleares y tóxicos por su peligrosidad y no descomposición durante mucho tiempo). En los países industriales la generación per cápita de desechos se ha casi triplicado en los últimos 20 años. Cada año se producen 400 millones de toneladas de residuos tóxicos. El reducir la cantidad de residuos y evitar su acumulación son medidas necesarias pero que no son llevados a la práctica, en cambio sigue dominando la opción más económica: los vertederos.

Productos químicos: Debido al gran número de sustancias de uso común y el desconocimiento sobre sus consecuencias ecológicas y para el ser humano el uso de los productos químicos representa un peligro y una amenaza muy importante para el medio ambiente y para la salud humana. .

OBTENIDO DE:

(Autor/a: Iñaki Barcena <http://www.gloobal.info/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=1547&entidad=Noticias&cabecera=medioambiente&opcion=documento>.)

Agotamiento de los recursos naturales: 38 países del mundo sufren una aguda escasez de agua dulce, 1.200 millones de personas no tienen acceso a agua potable, 2.400 millones están sin saneamiento.

De los 4.000 millones de casos de Diarrea cada año, 2.2 millones de personas se mueren innecesariamente. Enfermedades prevenibles relacionadas a agua contaminada causan 5 millones de muertos al año.

Mientras un turista en un hotel gasta 1.200 litros de agua al día, un tercio de la población mundial sobrevive con menos de 30 litros.

La agricultura intensiva utiliza el 80% del agua dulce disponible en el mundo; así por ejemplo para producir 1 kilo de carne de vacuno se utilizan entre 100.000 y 200.000 litros de agua.

La calidad de las aguas se ve amenazada por las altas concentraciones de productos químicos (nitratos, plaguicidas, metales pesados, hidrocarburos clorados, fosfatos de los detergentes, etc.) de la agricultura, la industria y los usos domésticos, con el consiguiente riesgo para la salud humana.

OBTENIDO DE:

Barcena <http://www.gloobal.info/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=1547&entidad=Noticias&cabecera=medioambiente&opcion=documento>.)

MARCO REFERENCIAL

La Hora es el periódico con más ediciones regionales en Ecuador fundado el 23 de agosto de 1982. El éxito de La Hora se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado las noticias nacionales e internacionales.

Se publica en Quito, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi El Oro, Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe en ediciones diferentes en cada región, así como una edición nacional adicional. La matriz de La Hora se encuentra en Quito.

Es por eso que debido a la gran cantidad de sedes en varias provincias, el diario la Hora se dice que es el más influyente en el país, en la difusión de noticias de todo índole, por ende es el diario que debería ser el pionero en difundir información de carácter ambiental.

Este diario se ha convertido en uno de los diarios más importantes, más jóvenes y más leídos en Ecuador y quinto diario de la prensa ecuatoriana. En la provincia de Loja existen varios medios de comunicación como: televisivos, radiales e impresos, todos son llamados a ser los precursores en publicar información de tipo ambiental.

El Cantón Loja, cuenta con parroquias urbanas y rurales que se encuentran ubicadas en el sector norte y sur de la ciudad. Lo fundamental es que estos medios de comunicación contribuyan al desarrollo de las y los ciudadanos especialmente el diario objeto de estudio, sabiendo que son estos los que tienen el control para hacer que esta realidad sea diferente, sin desaprovechar las tradiciones y costumbres que son propias de la comunidad a la que pertenece.

f. METODOLOGIA

MÉTODOS

Método Científico

El método científico maneja un procedimiento duro formulado de una manera sensata para lograr el interés, la organización y expresión de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental, constituye el primer método de investigación principal que se maneja en el desarrollo del presente plan de investigación.

El problema de investigación se genera a partir del exceso de contaminación el mismo que nos genera una mejor conservación ambiental y más comunicacional, tenemos que hacer permitir el acceso a organizaciones y grupos sociales que nos brinden un sistema informativo, sin enfoques determinados, respondiendo a la necesidades informativas de distintos sectores, a partir de los procesos de los que se vale el método científico que son observación y recolección de información.

Es el método más frecuente para la elaboración de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que permitan rescatar la información, sistematizada a partir del razonamiento lógico para llegar a las conclusiones o cumplimientos.

g.2. Método Inductivo

La inducción nos permite partir de verdades particulares se llegan a establecer aciertos generales, que permite la observación de hechos particulares y concluir proposiciones que explican el problema objeto de estudio.

Se parte de la observación y del análisis de la información recolectada en el punto de investigación, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre el proceso de informar sobre las necesidades de carácter ambiental del sector escogido, se podrá determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y establecer cuál es el porcentaje de los mismos, para poder llegar a una conclusión general acerca de lo que se requiere en el tema comunicativo.

Método Deductivo

El método deductivo se complementa con el método inductivo. El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Así, de la teoría general acerca de los conocimientos del proceso de comunicación en el Ecuador y una teoría sobre el nivel de necesidades informativas de la parroquia en estudio, será posible generalizar cual es la situación por la que atraviesa la comunidad social que habitan en esta parroquia y sobre todo medir el nivel con el que el medio influye en lo que respecta a lo comunicación ambiental.

Método Analítico - Sintético

El análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad, son métodos que se complementan, en el cual la síntesis debe seguir al análisis. El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación.

En la presente investigación el análisis partirá de la identificación de cada uno de los indicadores de conocimientos sobre el proceso de democratización en el Ecuador y necesidades informativas; de esta manera y a través de la información recolectada en la encuesta y por la observación será posible establecer las causas de dichos resultados y cuáles son los efectos visibles en la parroquia analizada.

La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.

TÉCNICAS

Para el uso de los métodos de investigación, será necesario recurrir a las técnicas de investigación, mismas que cumplen la tarea de recolectar la información que luego con la aplicación de los métodos se les dará el tratamiento correspondiente.

Observación

La observación es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación. La observación como técnica de la investigación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación.

Supone un conocimiento profundo de un marco teórico que oriente al investigador. Por lo tanto el empleo de esta técnica empezará desde el momento que se empieza a recopilar la información acerca de la parroquia a estudiar.

Encuesta

La recolección de información utiliza la encuesta como una técnica que permite llegar a un mayor número de informantes. Para el presente tema de investigación es necesario investigar una muestra representativa de ciudadanos de las 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja, para conocer cuál es su criterio acerca de problema a investigar.

La encuesta será aplicada directamente por el investigador, quien está en capacidad de obtener, discernir y concretar la información solicitada, observando y procurando en todo momento la confiabilidad y seguridad de las respuestas obtenidas para de esta manera asegurar resultados.

La encuesta se aplicará a un total de 203 personas, la muestra se obtuvo a partir de la aplicación de una fórmula que se encuentra anexa.

Técnica Bibliográfica

Permite obtener información a través de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. Ayudará a encontrar las pautas y herramientas necesarias para desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación.

Técnica de la Entrevista.

La Entrevista es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitirá conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación.

Datos para Cálculo Muestra

Datos	
Población de la parroquia Sucre del Cantón Loja de 15 a 69 años	69.388
P	0,50
Q	0,50
E	0,0679
Z	1,96
Muestra	205

1. Dato tomado del V Censo de Población y VI de Vivienda 2010,

Formula estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 69388}{0,0679^2(69388 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 205$$

TOTAL: 205 ENCUESTAS

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	AÑO 2014																																	
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Elaboración del proyecto de investigación	x	X	x																															
Presentación del proyecto				x																														
Revisión y correcciones del proyecto					x	x	x	x																										
Aprobación del proyecto									x	x																								
Investigación de campo											x	x	x	x	x	x																		
Análisis de resultados																	x	x																
Elaboración y diseño de propuesta																			x	x	x	x												
Aprobación del informe final																							x	x	x	x								
Empastados de tesis																															x			
Sustentación y defensa de la investigación e incorporación.																															x	x		

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

- **Recursos humanos**

- Director de tesis
- Docentes que integraran el Tribunal de tesis

- **Recursos materiales**

- Computadora
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Hojas de papel bond.
- Internet

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO
Materiales de Oficina		
1	Caja de esferográficos	5,00
1	Resma de papel bond	5,00
3	Cartucho de tinta negra	15,00
2	Cartucho de tinta a color	10,00
300	Copias	15,00
2	Flash memory	20,00
1	Empastado	15,00
1	Anillado	5,00
Traslado Transporte		
	Pasajes	50,00
	Hospedaje	70,00
	Comida	80,00
	Transporte publico	20,00
	Imprevistos	300,00
TOTAL		620,00

FINANCIAMIENTO

Recursos Propios.

i. BIBLIOGRAFÍA

- Autor/a: Iñaki Barcena
- <http://www.gloobal.info/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=1547&entidad=Noticias&cabecera=medioambiente&opcion=documento>.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_ambiental
- De Ramón, M. 10 Lecciones de periodismo especializado. Madrid: Fragua, 2003. 24
- Fernández, J. et alii. I Congreso Nacional..., p. 48. 25
- Vilanova, S., op. cit., p. 13.21
- Fernández, J. et alii. I Congreso Nacional..., p. 107. 22
- Fernández Sánchez, J. Periodismo ambiental en España. Madrid: Ministerio de Obras Públicas y tranportes.
- Libro Blanco Sobre la Educación Ambiental en España.
- http://www.webmedioambiente.com/mambfr/interes_amb/libro_edu_15.htm

ENCUESTA



Universidad Nacional de Loja

Área de la Educación el Arte y la Comunicación

Carrera en Ciencias de la Comunicación Social.

Encuesta

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja (UNL), estoy desarrollando un trabajo de investigación denominado: “Análisis del diario la Hora de la ciudad de Loja, sobre la actividad informativa en conservación ambiental y su incidencia en los habitantes de la parroquia sucre”, para lo cual le solicito de la manera más comedida me ayude a responder las siguientes preguntas que sin duda contribuirán a potenciar mi trabajo investigativo.

Sexo:

Carrera:

Módulo:

¿Cree usted que se debería informar en educación sobre conservación ambiental?

- a) Si
- a) No
- b) ¿Por qué?

¿Cuál de los diarios de la ciudad de Loja cree Usted que debería ser el pionero en emitir notas sobre educación en conservación ambiental?

- a) La Hora
- b) La Crónica
- c) Centinela.

¿Cuáles de las siguientes instituciones cree usted que contribuiría mejor a informar sobre educación en conservación del ambiental?

- a) Medios de Comunicación.
- b) Instituciones educativas.
- c) Otras instituciones.

¿Cree usted que el diario la Hora emite información necesaria sobre educación en conservación ambiental?

- a) Si
- b) No
- c) ¿Por qué?

¿Cree usted que la falta de información sobre educación en conservación ambiental es una problemática que afecta a los ciudadanos?

- a) Si
- b) No
- c) ¿Por qué?

ENTREVISTA



Entrevista

Entrevista al Gerente del Diario la hora de la Ciudad de Loja

1. **¿Qué entiende Usted por información sobre educación en conservación ambiental?**
2. **¿Qué importancia cree usted que los medios impresos de la ciudad de Loja deberían darle a la información sobre educación en Conservación ambiental?**
3. **¿Cuántas notas publica El Diario la Hora sobre educación en conservación ambiental?**
4. **¿Cuál es el porcentaje que el diario la Hora designa en sus páginas sobre educación en conservación ambiental?**
5. **¿Qué factores cree usted que influyen en la emisión de información referente a educación en conservación ambiental?**
6. **¿Considera necesario que se debería informar sobre educación en conservación ambiental?**

La entrevista será aplicada en forma oral, la cual será grabada por una cámara de video o grabadora de audio para tener constancia de la misma.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
UBICACIÓN GEOGRÁFICO.....	viii
ESQUEMA DE TESIS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	4
c. INTRODUCCIÓN.....	5
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
La comunicación.....	8
La comunicación y sus componentes.....	10
La comunicación y sus objetivos.....	12
Estrategias de la comunicación.....	15
Herramientas para potenciar la comunicación.....	21
La prensa escrita.....	25
El medio ambiente y la prensa escrita.....	27
Periodismo ambiental.....	35
Historia del diario La Hora.....	48
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	50
f. RESULTADOS.....	56
g. DISCUSIÓN.....	68

h. CONCLUSIONES.....	71
i. RECOMENDACIONES.....	72
PROPUESTA.....	73
j. BIBLIOGRAFÍA.....	87
k. ANEXOS.....	90
Proyecto de tesis	
a. TEMA.....	91
b. PROBLEMÁTICA.....	92
c. JUSTIFICACIÓN.....	94
d. OBJETIVOS.....	95
e. MARCO TEÓRICO.....	97
Periodismo Ambiental.....	97
Iniciación de la terminología Educación Ambiental.....	98
Componentes del medio Ambiente.....	99
La investigación y evaluación de problemas.....	99
Consecuencias ambientales de los modos de vida y consumo.....	101
MARCO	
REFERENCIAL.....	105
f. METODOLOGÍA.....	106
g. CRONOGRAMA.....	110
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	111
i. BIBLIOGRAFÍA.....	112
Anexos.....	114