

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA TELEVISIÓN  
ECUATORIANA.**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciado en Comunicación**

**AUTOR:** Andrea Yuleisy Barrio Cuadrado Andrea /Doménica Valeria  
Delgado Morla

**Tutor:** Mgtr. Jorge Rodríguez Guerra

**Guayaquil-Ecuador**

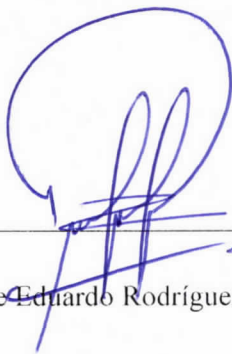
**2023**

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jorge Eduardo Rodríguez Guerra con documento de identificación N° 0913764882, docente de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación, COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA., realizado por Andrea Yuleisy Barrio Cuadrado con documento de identificación No.0939527564 y Doménica Valeria Delgado Morla con documento de identificación No. 0958216434, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Jorge Eduardo Rodríguez Guerra

N° 0913764882

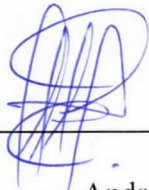
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotras, Andrea Yuleisy Barrio Cuadrado con documento de identificación No.0939527564 y Doménica Valeria Delgado Morla con documento de identificación No. 0958216434, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

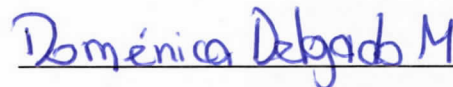
Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Andrea Yuleisy  
Barrio Cuadrado

0803197623



Doménica Valeria  
Delgado Morla

0958216434

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, Andrea Yuleisy Barrio Cuadrado con documento de identificación N°  
0803197623 y Doménica Valeria Delgado Morla con documento de identificación  
N°  
0958216434; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin  
fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir,  
reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 31 de Julio del 2023

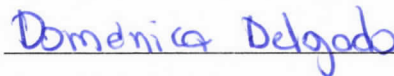
Atentamente,



Andrea Yuleisy

Barrio Cuadrado

0803197623



Doménica Valeria

Delgado Morla

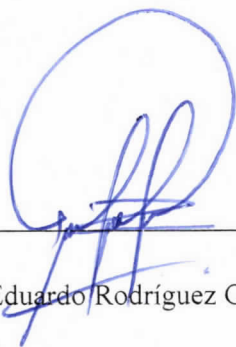
0958216434

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jorge Eduardo Rodríguez Guerra con documento de identificación N° 0913764882, docente de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación, Comunicación para la sostenibilidad en la televisión ecuatoriana., realizado por Andrea Yuleisy Barrio Cuadrado con documento de identificación No.0939527564 y Doménica Valeria Delgado Morla con documento de identificación No. 0958216434, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Jorge Eduardo Rodríguez Guerra

N° 0913764882

## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi Padre aunque no se encuentra físicamente junto a mí, pero desde que ha partido con Dios, vive y vivirá siempre en mi corazón, gracias a sus motivaciones hoy me encuentro en la etapa final, a mi Madre que a pesar de estar lejos sigue siendo parte indispensable en mi vida estudiantil, a mi tía Aura, quien con su amor incondicional me animó a seguir en esta maravillosa profesión, al mismo tiempo a mi tía Victoria por darme ese cariño y apoyo para seguir adelante en mi vida. Dedico este esfuerzo a mis buenos amigos, Erick, Paula, Melissa, Amy, Winslet, en especial a Jeramel, quien me sigue impulsando cada día para convertirme en una gran profesional, agradezco de corazón a todos mis amigos por recorrer juntos este camino universitario. Finalmente, quiero agradecer a nuestro tutor Jorge Rodríguez Guerra, quien ha sido parte fundamental para poder realizar nuestro trabajo, por compartir con nosotras su conocimiento y más que nada acompañarnos en este proceso, a mi compañera de tesis Andrea Barrio que casi nos separamos, pero al final con una buena comunicación, se pudo culminar esta investigación.

Doménica Valeria Delgado Morla

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico con todo amor y cariño a las personas que han sido parte de este hermoso trayecto en especial a mis padres Aurelio Barrio/ Yolanda Cuadrado por el amor, confianza, sacrificio, esfuerzo y el apoyo infinito que siempre me han brindado, así mismo, a mis hermanos Evelyn Barrio / Carlos Barrios por ser parte de este proceso educativo, a mi novio Oscar González por siempre inspirarme a seguir mis sueños. Igualmente, a mis abuelitas Nelly Romo, aunque una parte está dedicatoria se va a un lugar especial donde estas Alicia Ortiz. También quiero compartir este triunfo a las personas que me abrieron las puertas de sus hogares para iniciar este sueño a mi tía Anita Barrio y así mismo a tía Tatiana Perlaza.

Andrea Barrio Cuadrado

## Resumen

El tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad es el tema de interés en la investigación desarrollada. Se plantea como propósito analizar las programaciones, con relación al tema propuesto, transmitidas en medios televisivos públicos y privados dentro del territorio ecuatoriano durante el año 2022. La metodología empleada es de análisis cualitativo, con un alcance explicativo, empleando herramientas como: análisis de contenido y entrevistas. Por lo tanto, se concluye que la sostenibilidad se refiere a la satisfacción de necesidades, y a garantizar a las futuras generaciones un equilibrio entre la economía, el cuidado ambiente y bienestar social.

***Palabra Claves: Sostenibilidad, Medio Ambiente, Televisión***

### Abstract

*The treatment of communication for sustainability is the topic of interest in the research carried out. The purpose is to analyze the programming, in relation to the proposed topic, broadcast on public and private television media within the Ecuadorian territory during the year 2022. The methodology used is qualitative analysis, with an explanatory scope, using tools such as: content analysis and interviews. Sustainability refers to the satisfaction of needs, and to guaranteeing future generations a balance between the economy, environmental care and social wellbeing.*

***Keywords: Communication, Environment, Television***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. Introducción</b> .....	1
<b>1.2 Sostenibilidad y su clasificación</b> .....	2
<b>1.3 Comunicación y sostenibilidad</b> .....	3
<b>1.4 Comunicación sobre Sostenibilidad</b> .....	3
<b>1.5 Comunicación de sostenibilidad</b> .....	3
<b>1.6 Comunicación para la sostenibilidad</b> .....	4
<b>1.7 Educomunicación y educación ambiental</b> .....	4
<b>1.8 Comunicación y periodismo ambiental</b> .....	5
<b>1.9 Medio Ambiente</b> .....	5
<b>1.10 La televisión ecuatoriana y el periodismo ambiental</b> .....	6
<b>1.11 Regulación de medios de comunicación en Ecuador sobre el medio ambiente</b> .....	7
<b>2. Metodología</b> .....	8
<b>3. Resultados</b> .....	10
<b>3.1 Interpretación de resultados: análisis de contenido</b> .....	10
<b>3.2 Interpretación de resultados: Entrevistas</b> .....	13
<b>3.2.1 Resultados de entrevistas a docentes investigadores</b> .....	14
<b>3.3 Resultados de entrevistas a periodistas</b> .....	15
<b>5. Discusión y conclusión</b> .....	16
<b>6. Referencias bibliográficas</b> .....	18
<b>7. Anexos</b> .....	22

g



La crisis ambiental que se vive actualmente en Ecuador, siendo un país con amplia biodiversidad, requiere mayor atención en temas medioambientales en el contexto de los medios televisivos. Tal como lo indica Losantos (2022), la comunicación y la sostenibilidad son temas interdisciplinarios hay una brecha en la que aún queda mucho por trabajar.

Los medios informativos tienen una función educativa en la sociedad con relación al cuidado del hábitad. Langer (2018) precisa que los contenidos difundidos a través de la televisión contribuyen en la formación de la sociedad. Esta realidad lleva a las agencias y organizaciones ambientales a determinar que el desempeño del periodismo constituye una herramienta útil para crear conciencia sostenible y desarrollar un compromiso con el planeta.

Por ende, esta investigación pretende indagar sobre la comunicación para la sostenibilidad con relación al manejo de los contenidos ambientales dentro de los espacios televisivos ecuatorianos, públicos y privados durante el año 2022, tomando como caso de estudio a los canales de Ecuavisa con su programa: Ecuaterra y Ecuador TV, con su programa: colores de América Latina.

Con esta contextualización planteadas surgen las siguientes interrogantes: ¿De qué forma se abordan los temas de sostenibilidad en la televisión ecuatoriana?, ¿cuál es el tratamiento de los contenidos ambientales en los programas Ecuaterra y Ecuador tv? Partiendo de la premisa que la comunicación para la sostenibilidad es un tema prioritario ante los cambios climáticos, consecuencia de la afectación del planeta tierra y la falta de conciencia de la humanidad; los profesionales en el periodismo deberían desarrollar estrategias comunicativas alrededor de esta problemática.

Cabe recalcar, que, ante un panorama mediático, cada programa o espacio tiene un significativo potencial para desempeñar un rol fundamental e inspirar al cambio; tal como sostiene Parrat (2022), los medios son un agente que fomentan el conocimiento de diversas realidades, no obstante, tienden a dejar en segundo plano temas ambientales y de sostenibilidad. En este sentido y frente a los problemas coyunturales es necesario emprender acciones y estrategias comunicacionales que evidencien una responsabilidad social.

La falta de conciencia sobre problemas ambientales y la poca difusión de estos contenidos en los medios televisivos, es el punto de partida para desarrollar este estudio, de tal manera que se tome como un referente teórico para futuras investigaciones sobre la comunicación ambiental. De esta forma los objetivos planteados se orientan a:

- Analizar el tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad en programas transmitidos por medios televisivos públicos y privados dentro del territorio ecuatoriano durante el año 2022.
- Identificar las características de los contenidos medioambientales de los medios de TV públicos y privados.
- Revisar el marco conceptual de la comunicación para la sostenibilidad.
- Examinar las contribuciones que realizan los medios de comunicación para el cuidado del medio ambiente.

## 1.2 Sostenibilidad y su clasificación

La sostenibilidad se refiere a satisfacer las necesidades existentes, en donde se comprometen las capacidades de generaciones futuras; además, se garantiza el equilibrio entre la economía, la protección del medio ambiente y cuestiones social. Esto ha creado varios problemas y compromiso, sistemáticamente por su evidente característica al manifestar la atención que merece (Gusmão, et al., 2018).

La tecnología trae consigo beneficios y desventajas que afectan de forma desproporcional, en especial a grupos vulnerables. Según Bermejo (2014) desde el aspecto ético aferrarse a la convicción de que solo la tecnología del futuro resolverá los conflictos del presente, se asocia con la incertidumbre, pero sobre todo representa una posición social de irresponsabilidad. Es derecho de todos y todas acceder a un medio ambiente limpio y sano (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2017). Sin embargo, no hay que dejar de lado que los derechos humanos generan posición esencial para el desarrollo sostenible.

Por ende, la Agenda 2030 reconoce que el desarrollo sostenible integra múltiples dimensiones económicas, sociales y ambientales, teniendo en cuenta al medio ambiente como miembro y parte importante del proceso de desarrollo. Del mismo modo, la igualdad, la justicia social, la colaboración y la solidaridad dentro del trabajo comunitario sostenible forman parte de los Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS), que han sido importantes para la sociedad por implementar temas como: calentamiento global, biodiversidad, pobreza, salud, trabajo digno, agua y saneamiento.

Es necesario distinguir todas las prácticas existentes sobre la comunicación sostenible. Miller (2017), menciona que esto ha generado un estilo dentro de la cultura con una gran difusión, pero existe una actividad que no se toma en cuenta en los términos de los ODS. Para esto, cabe mencionar los conceptos que tiene la comunicación sostenible que resultan más útiles para entender los temas con relación a la comunicación, el medio ambiente y la sostenibilidad. De esta manera, se detalla a continuación los enfoques que se aborda:

- ✓ Comunicación y sostenibilidad
- ✓ Comunicación sobre sostenibilidad
- ✓ Comunicación de sostenibilidad
- ✓ Comunicación para la sostenibilidad



La comunicación es la base de las relaciones sociales, pero también es el principal agente para implementar buenas estrategias de sostenibilidad. Por esta razón se considera de gran importancia estos puntos: cuando se trata de promover la legitimidad del desarrollo sostenible, el discurso social (Newig et ál., 2011). Por otro lado, hablar de sostenibilidad ambiental es importante, autores como Zarta (2018) manifiestan que la mala praxis en relación con los beneficios naturales no provee buenos abastecimientos para la sociedad impidiendo su desarrollo. Es dable aprender a identificar aquellos puntos para brindar una comunicación sostenible con nuestro entorno.

#### **1.4 Comunicación sobre Sostenibilidad**

Dentro de la comunicación sobre sostenibilidad existen diferentes procesos con asuntos relativos que tienen informaciones que hablan de sostenibilidad, estas son discutidas y claramente expuestas (Neidhardt, 1993). Tienen diferentes cuestiones que son transformadas dentro del marco de comunicación horizontal y sus diversos niveles: entre sujetos del cara a cara, hasta llegar a la comunicación de masas mediante la media.

Así mismo, Brand (2011) señala que la comunicación sobre sostenibilidad tiene diferentes disputas, dentro de una acción, y sirve para importantes roles de compartimentación, estructuración, argumentos, que están establecidos y deberán ser actuados para lograr cumplir con los objetivos alcanzados. Para mencionar la validez de la comunicación sobre sostenibilidad se debe confirmar atendiendo el problema en concreto que reciben los diferentes medios (Bofandelli 2010). Por otro lado, es necesario establecer quién tiene acceso a esta referencia, teniendo en cuenta sobre el impacto y acción del compartimento, ya que se menciona su efectividad y a las condiciones que sean estructuradas dentro del proceso general de un proyecto de comunicación (Rowe y Frewer, 2004).

#### **1.5 Comunicación de sostenibilidad**

Existe una gran diferencia entre comunicación de sostenibilidad, comunicación sobre sostenibilidad, pues esta última, permite definirse de una manera utilitaria. Además, tiene una comunicación directa con el emisor y el destinatario, en el que el transmisor persigue sus diferentes objetivos dentro de la comunicación de manera más concreta. Dentro de la comunicación sobre sostenibilidad existe una función entre un emisor y receptor, el emisor crea una comunicación más concreta, donde los periodistas buscan tener mayor atención y ser principales actores sociales del público, logrando así informar más sobre contenidos que hablen de sostenibilidad (Moser, 2010).

La comunicación sobre la sostenibilidad requiere ser evaluada en términos de efectividad. Es necesaria la proyección de resultados que son determinados por sus diferentes cuestiones. Si el receptor recibe de manera correcta su mensaje, cambia su forma de pensar y, además, la manera de cómo actúa en sus acciones. Por otro lado, la exploración dominante de sobresaltar los comportamientos a nivel propio es acertado con logros de manera limitada, ya que se cuestiona su diálogo y el discurso nos lleva a un entorno de comunicación sobre sostenibilidad (Nerlich et al., 2010)



La comunicación para la sostenibilidad es un proceso donde se transmiten e intercambian mensajes. Esta información debe de ser clara para que sea de una retroalimentación a la audiencia, esta no representa un enfoque teórico, sino que se basa en una disciplina de conocimiento. Según Servaes (2012), los sistemas de comunicación sostenibles son adecuados para abordar los difíciles problemas del desarrollo sostenible, ya que facilita el acceso al conocimiento y la información en todos los sectores de la sociedad. La comunicación sostenible tiene como objetivo principal fomentar y promover formas de comportamiento del desarrollo humano en la sociedad, donde se permite la sustentabilidad, diálogo, identidad, que contribuye a la comunidad.

La comunicación sostenible es aquella que fomenta el desarrollo humano y social. Se efectúa a través de los medios televisivos, que permite fomentar la educación en los individuos con relación al medio ambiente. Para Gallegos (2022) es importante que los profesionales de la comunicación sostenible se informen y tengan las herramientas disponibles para ayudar a construir una sociedad que pueda abordar temas ambientales. La comunicación para la sostenibilidad no es, ni debe de ser, lo mismo que la publicidad o el marketing ecológico, esta información debe ser libre e independiente.

En los medios televisivos públicos y privados se ha difundido poco contenido sobre la comunicación sostenible. Durán et, al. (2020) afirma este pensamiento dentro de su estudio realizado sobre la planificación y ejercicio de comunicación para la sostenibilidad de las asociaciones televisivas de países de América del Sur.

### **1.7 Educomunicación y educación ambiental**

La educomunicación es una disciplina que tiene como meta principal preparar y encaminar al ciudadano, para que el mismo cree mensajes positivos tomando decisiones más razonables. De igual manera, esta ciencia prevé crear una sociedad libre y responsable, desarrollando sus propios contenidos y objetos de estudio. (Álvarez, 2009). Para Bruner (2000) la educomunicación es la base para la pretensión de poder transformar a una civilización en otra. Sin embargo, se tiene como base las propiedades de una cultura abstracta y polémica, no se puede aprender ni difundir de manera precisa, porque la educación debe ser didáctica.

Para Olivera (2014) la comunicación educativa se diferencia según cada tipo de cultura. Expresándose de dos formas: educación universitaria y educación de extensión. Se entiende bajo la mediatización de la educación cotidiana, porque siempre hubo educación antes de que existieran las escuelas y los medios modernos. La educación del medio ambiente implica más que el análisis de las interacciones educativas y ecológicas, una profundización sobre la obligación políticas que debe tener el método educativo formal, preparando a los alumnos para que sean capaces de generar las modificaciones necesarias para garantizar el desarrollo sostenible y sensibilizarlos sobre las soluciones a las problemáticas socioambientales (Caride, 2000).

La educación ambiental puede ser de diversas estrategias que indique un modelo de progreso orientado a la sustentabilidad y la equidad. Por otro lado, este contribuye a perfeccionar el ambiente, con una acción de formación que se vincula con la legislación,



## 1.8 Comunicación y periodismo ambiental

Es la difusión de información ambiental, se puede tratar desde los establecimientos educativos, organizaciones, etc. Los medios televisivos juegan un papel importante como principio de información y pedagogía en los múltiples escenarios existentes. Salas (2017) expresa que “en efecto, niños y adultos han aprendido sobre la flora y la fauna gracias a los documentales de naturaleza televisados, y por décadas estos serán medio dominante para la sensibilización, divulgación y educación sobre temas de biodiversidad” (p. 2).

La comunicación ambiental es un instrumento de gran significado para la divulgación de contenidos medioambientales para beneficio de la sociedad, que informe y sensibilice a la ciudadanía con relación al desarrollo sostenible. Aparicio (2016) menciona que la comunicación ambiental reconoce la amplia probabilidad que esta propone. La comunicación sobre la enseñanza ambiental debe de tomar en cuenta los desafíos ambientales que enfrenta la humanidad. La comunicación ambiental es la práctica de enseñar aquellos que carecen de información, a través de programas educativos en diferentes campos. Para Gavirate (2016):

La comunicación ambiental puede considerarse como un territorio transdisciplinario emergente en la que se desarrollan diferentes líneas de investigación-acción, esta no se consideraba como un área de capacitada, ya que solicita de una apropiada razón natural de las ciencias ambientales y del manejo de un vocabulario y conceptos especializados. (p.1)

Por otro lado, el periodismo ambiental es practicado por un profesional de la comunicación que trata temas medioambientales a profundidad a través de la elaboración de productos comunicativos. Este se encarga de difundir información que esté relacionada con la temática que involucran a la naturaleza, esta práctica ayuda a fomentar la cultura ecológica. Fernández (2004) explica que la proclamación dentro del periodismo ambiental se ha provocado entre los expertos de la información, pero no en el resto de los ámbitos, las otras opciones manifestadas fueron periodismo ecológico, medioambiental o verde.

Esta se ocupa de brindar información sobre el impacto y modificar al entorno, tiene la capacidad de transmitir contenidos ambientales, este periodismo tiene como objetivo presentar vías para el desarrollo sostenible que permita educar a las personas sobre esta temática.

## 1.9 Medio Ambiente

El medio ambiente es considerado como el factor principal para la vida en los diversos organismos existentes, dentro de este sistema se hallan los animales, seres humanos y se encuentran otros elementos que fueron creados por la mano del hombre. La importancia del cuidado de este espacio es por los diferentes recursos naturales que ofrece, que son de gran necesidad para los habitantes. Para Pérez & Gardey (2009) el medio ambiente es un proceso compuesto por elementos naturales y artificiales que están relacionados entre sí y modificados por las acciones humanas. Se trata del medio



ambiente que determina cómo vive una sociedad, incluyendo los valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.

El fenómeno complejo que vive el medio ambiente hoy en día es innegable, el abuso y desgastes que el ser humano origina de manera notoria hace que se provoque una alteración en la madre tierra. El desarrollo sostenible se ha asociado con el medio ambiente para generar métodos de subsistencia que no se enfoca en el daño, pero tampoco implique retraso ambiental.

Para autores como Guillén (2022) los seres humanos se están dando cuenta lentamente de que la era está llegando a su fin y están considerando dos opciones distintas. Por un lado, prevalecen los procesos económicos y son la continuación de modelos de desarrollo que ponen límites a la explotación de los recursos ya los hábitos de consumo. El término medio es el conjunto de recursos físicos y materiales que rodean al ser humano, mientras que el término medio ambiente, que trata de los elementos físicos dentro del medio ambiente, incluye los elementos biológicos que hacen posible la vida en la tierra.

El medio ambiente se enfrenta a tres grandes retos que tiene que ver con: los cambios climáticos, infección y derroche de recursos, este último incluye la tierra y el líquido vital; el desarrollo sostenible es una organización distinta para la ayuda del medio ambiente (Souter, 2021).

### **1.10 La televisión ecuatoriana y el periodismo ambiental**

El periodismo ambiental es un género amplio y complejo, los medios televisivos del Ecuador deben colaborar con responsabilidad, con base en la ciencia, para explicar las problemáticas y los fenómenos. Los medios de televisivos tienen el deber de presentar contenidos ambientales, que sean de interés para el público. De la misma forma León (2014) manifiesta que los medios de comunicación prestan poca atención a temas ambientales, ya que la cobertura cambia mucho en función a los vínculos de actualidad. La televisión es un aporte fundamental en el ámbito educativo, en el desarrollo de sus programaciones ambientales, que es un mecanismo que sirve para fomentar la protección del medioambiente en Ecuador.

Los periodistas y comunicadores informan al público que ven y escuchan todos los días con información de fuentes confiables que les ayudan a encontrar soluciones y respuestas a una variedad de problemas que se presentan en la sociedad (Cumba, 2020). Los medios tradicionales están relacionados con la educación ambiental, ya que, a lo largo de los años, los periodistas y comunicadores han desarrollado un nuevo estilo de periodismo, ahora conocido como periodismo ambiental. Gómez y Patiño (2015) por su parte, sostienen que:

Los medios de comunicación no solo generan efectos nocivos y perversos. Es más, aplicados al campo de la educación, tienen un valor incalculable, no solo en el plano instrumental, si no más allá: se cumpliría el axioma de que generar emisores activos contribuye a crear receptores críticos (p. 128).

Aunque existe un gran desarrollo en las nuevas ciencias de información y de la comunicación (TIC), aún se considera la televisión como el medio de comunicación que se utiliza en los hogares, además, tiene una gran variedad de contenidos que incluyen a la educación, la ciencia, etc. (Maldonado, 2014).

Dentro del Ecuador, la televisión es un medio que sirve para educar en los hogares de la ciudadanía ecuatoriana, se considera como una herramienta de comunicación de gran importancia y que es muy útil para informar de temas que sean de interés para la población (Ortiz, 2011). En el ámbito educativo el medio televisivo nace hace más de 50 años y ha tomado fuerza en Latinoamérica, su contenido debe tener información de interés social (Aguaded, 2016).

### **1.11 Regulación de medios de comunicación en Ecuador sobre el medio ambiente**

En Ecuador se aprueba la reforma de la legislación de comunicación en el año 2013, en la que se exige a los canales que tienen señal abierta dentro del país a emitir una hora diaria de programaciones con contenidos de educación, derechos, cultura, etc. A partir del 2009, se empieza a mencionar la creación de la Ley Orgánica de Comunicación, en la cual se regulan los medios y los contenidos. Luego de cinco años de un largo debate y varias propuestas, en junio de 2013 finalmente es aceptada y se aprueba la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

Por otra parte, existen normativas que controlan y protegen al desarrollo sostenible y tienen como objetivo regular la acción humana que se cometa en contra de la naturaleza. En la Constitución de la República del Ecuador existen leyes que protegen el medio ambiente tales como:

La Ley de Gestión Ambiental, la cual se codifica a través de:

Art. 1.- Señala los principios y directrices ambientales donde establecen las obligaciones, responsabilidades de las zonas públicas y privadas en la gestión ambiental. Así mismo, el Art. 18.- El proyecto ecuatoriano, será dispositivo especializado para promover el mantenimiento, protección y chanchullo ambiental, el objetivo de sus programaciones es el espacio mínimo y técnica de financiación, justamente tal los procedimientos de revista y auditoría. Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental (2004).

La ley ambiental de Ecuador permite que las empresas sean gestionadas de manera efectiva para que sus actividades sean identificadas como una herramienta para evitar en lo posible la contaminación. Para Castillo et, al. (2017) la regulación de los medios es la regulación de la jurisdicción de leyes, por esta razón, la Constitución en el Ecuador tomó como carácter proteger la naturaleza. Narváez & Narváez (2012) sostienen que la normativa dentro del país ha ido cambiando con el tiempo, haciendo que se reconozcan ahora los derechos del medio ambiente.

Los artículos establecidos dentro de las normativas ecuatorianas que aseguran el cuidado del medio ambiente son códigos que se establecen en el marco general para el desarrollo sostenible. Se estipula en el Código Orgánico del Ambiente (COA, 2017)

Art.1- Establece que sus disposiciones regularán los derechos, deberes y garantías ambientales contenidos en la Constitución, así como los instrumentos que fortalecen su ejercicio, los que deberán asegurar la sostenibilidad, conservación, protección y restauración del ambiente, sin perjuicio de lo que establezcan otras leyes sobre la materia que garanticen los mismos fines. (p. 1).

Por otra parte, la regulación de las facetas del medio ambiente en diferentes campos se reconoce de carácter público y establece la constancia al derecho que tienen la posibilidad de tener los individuos, naturales y jurídicos. De esta forma ellos tienen



que ser informados, por consiguiente, es obligación de los medios de comunicación emitir esta información.

## 2. Metodología

Este trabajo se desarrolla a través de una investigación cualitativa, empleando las técnicas de análisis de contenido y entrevistas. Por medio del análisis de contenido, se evalúa el tratamiento de la información relacionada con la comunicación para la sostenibilidad en programas transmitidos dentro de dos canales de la televisión ecuatoriana: Ecuavisa con su programa Ecuaterra y Ecuador Tv, con su programa: Colores de América Latina, Franja Dw, Los Rey De Tus Mañanas, Eco Latinoamérica durante el año 2022.

Para el desarrollo de esta técnica, se establecen categorías y subcategorías que ayuden a examinar el tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad en medios públicos y privados en el marco ecuatoriano. Autores como Ruiz y Blanco (2005) argumentan que a través de los medios de televisión se evalúan la calidad de contenidos; recursos relacionados con el tipo de lenguaje y diversas categorías que se reflejan a la sociedad. Partiendo de estas ideas, las categorías de análisis de contenido quedan estructuradas de la siguiente forma:

### ANÁLISIS DE CONTENIDO CATEGORÍAS CONTENIDO DEL PROGRAMA EN RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

Subcategoría	Definición
Total	Todo el contenido trata temas relacionados a la comunicación para la sostenibilidad.
Menor	La menor parte del contenido que se muestra
Mayor	La mayor parte del contenido que se muestra
Nulo	No hay contenidos de comprar sostenible

Fuente: Elaboración propia.

### ANÁLISIS DE CONTENIDO CATEGORÍAS TIPO DE LENGUAJE UTILIZADO EN EL PROGRAMA

Subcategoría	Definición
Científico	El lenguaje que se maneja utiliza en exceso términos científicos
Didáctica	El lenguaje que se maneja es adecuado para que los conceptos nombrados y sean aprendidos
Ameno	El lenguaje utilizado es alegre y se utilizan chistes y bromas
Coloquial	Utilizan un lenguaje coloquial

Fuente: Elaboración propia.



### ANÁLISIS DE CONTENIDO

#### CATEGORÍAS PROMOCIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

Subcategoría	Definición
Total	Durante todo el programa se promueve la comunicación para la sostenibilidad.
Parcial positiva	La mayor parte del tiempo promueven la comunicación para la sostenibilidad
Parcial negativo	La menor parte del tiempo promueven la comunicación para la sostenibilidad
Ninguna	No promueven la comunicación para la sostenibilidad

*Fuente: Elaboración propia.*

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

#### CATEGORÍAS

#### PERIODICIDAD

Subcategoría	Definición
Diario	El programa se publica diariamente
Semanal	El programa se publica cada semana
Quincenal	El programa se publica cada quince días
Mensual	El programa se publica cada mes

*Fuente: Elaboración propia.*

Por otra parte, la entrevista es un instrumento para recabar información a profundidad que se ajusta al tipo de dato a recoger, en este caso el objetivo es identificar el tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad y, sobre todo, conocer los diferentes puntos de vista de diversos especialistas en contenidos ambientales, así como también de periodistas o comunicadores. Para el desarrollo de esta herramienta se divide a los entrevistados en tres categorías: periodistas ambientales, directores e

investigadores de contenidos ambientales en medios de televisión; a través de ellos, se pretende el análisis del tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad. En cuanto a los perfiles su selección se demuestra a través de la siguiente tabla:

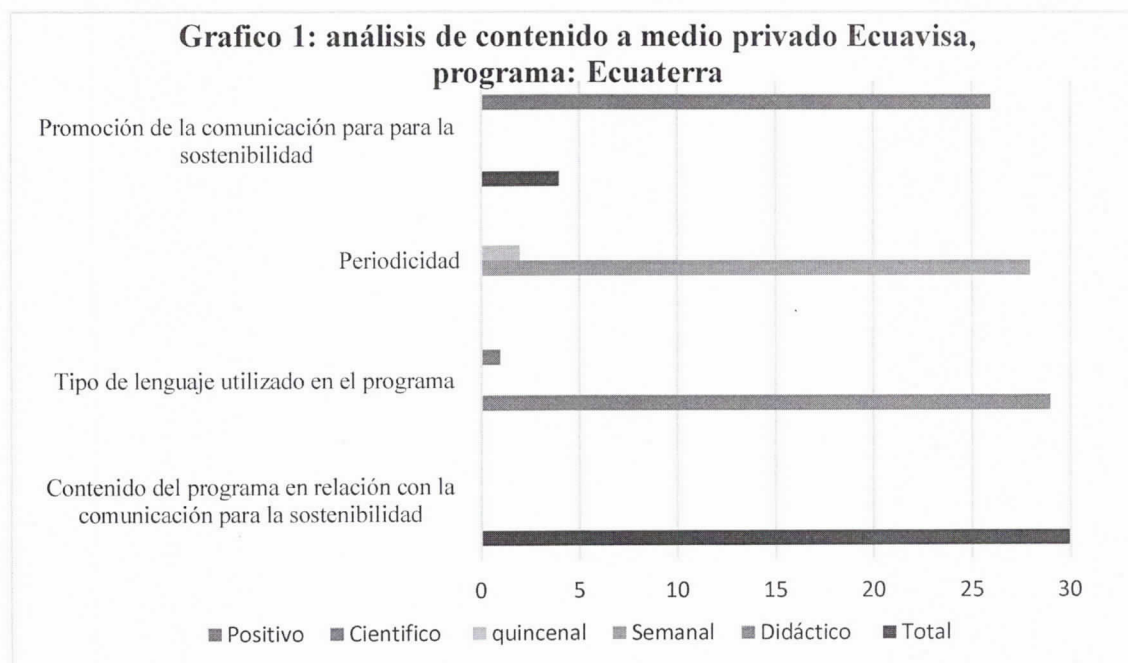
Técnica	Población	Cantidad
Entrevista	Docentes investigadores	2
	Periodistas o expertos en temáticas de sostenibilidad	2
	Productora en tema medioambiental.	1

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Resultados

#### 3.1 Interpretación de resultados: análisis de contenido

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procede a realizar el tratamiento que corresponde a este análisis. En cuanto a la información obtenida es el punto principal para proceder con las debidas conclusiones en esta investigación.



Fuente: Elaboración propia.

En esta investigación se realiza un análisis de contenido de la programación de Ecuaterra, para llevar el procedimiento se escogen a 30 programas del periodo 2022.

Estableciendo categorías y subcategorías que al ser revisadas a mayor profundidad reflejan los siguientes resultados: En relación con la comunicación para la sostenibilidad todo el contenido trata temas referentes a la comunicación para la sostenibilidad. Respecto al tipo de lenguaje, los 29 programas presentan un lenguaje didáctico, adaptándose a los conceptos nombrados; solamente un programa ocupa el exceso de términos científicos. En lo que concierne a la periodicidad, 27 programas se transmiten semanalmente, y solo tres se presentan de forma quincenal. La promoción de la comunicación para la sostenibilidad se abarca en 26 programaciones en parcial positivo, indicando de este modo que la mayor parte del tiempo se promocionan la comunicación para la sostenibilidad.

**Gráfico 2: análisis de contenido a medio público Ecuador TV, programa: Colores de América Latina**



Fuente: Elaboración propia.

Al revisar los contenidos transmitidos por Ecuador TV durante el 2022, se observa que existen cuatro programas que son: Colores de América Latina, Franja Dw, Los Rey De Tus Mañanas, Eco Latinoamérica. Colores de América latina, emite contenidos educativos y de entretenimiento producidos por canales públicos de Latinoamérica que abordan temas científicos, artísticos, sociales, ancestrales e infantiles. En las categorías establecidas, se visualiza mayormente presentan temáticas con relación a la comunicación para la sostenibilidad. El tipo de lenguaje es didáctico ya que manejan palabras de fácil interpretación, esto facilita un mayor aprendizaje y entendimiento de los conceptos transmitidos. Referente a la categoría periodicidad, su emisión la hacen de forma semanal, permitiendo mayor aprendizaje a los televidentes. Al analizar la categoría promoción de la comunicación para la sostenibilidad, se aprecia un total desarrollo sobre estos contenidos.

**Gráfico 3: análisis de contenido a medio público Ecuador TV, programa: Franja DW**

**TOTAL DEL CONTENIDO  
CONSUMIDO**

Contenido del programa en relación con la comunicación para la sostenibilidad

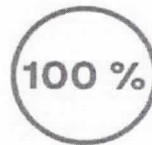


Periodicidad

Mayor

Semanal

Tipo de lenguaje utilizado en el programa



Promoción de la comunicación para para la sostenibilidad

Didáctico

Total

*Fuente: Elaboración propia.*

Es un programa de producción alemana que se trasmite a nivel mundial, con alto contenido educativo, informativo e innovador, con un alto aporte a la ciudadanía, por esta razón es emitido por el medio. En la categoría programas, con relación con la comunicación para la sostenibilidad, es evidente que se emiten contenidos mayormente con comunicación para la sostenibilidad. El tipo de lenguaje utilizado es didáctico, lo que facilita a que sea más entendible al público. Referente a la periodicidad, su transmisión es semanal, promoviendo a que la sociedad se interese más de temas ambientales. Dentro de la categoría promoción para la sostenibilidad, la mayor parte del tiempo se habla sobre comunicación de estas temáticas.

**Gráfico 3: análisis de contenido a medio público Ecuador TV, programa:  
Los reyes de tus mañanas**

**TOTAL DEL CONTENIDO  
CONSUMIDO**

Contenido del programa en relación con la comunicación para la sostenibilidad



Periodicidad

MENOR

Semanal

Tipo de lenguaje utilizado en el programa



Promoción de la comunicación para para la sostenibilidad

Didáctico

Parcial negativo

*Fuente: Elaboración propia.*

Programa matinal comparten diversión, energía, entusiasmo e información de interés social. Aborda temas de salud, gastronomía, ambiente, música, coyuntura, entre otros. Sin embargo, aunque se hablen de temas que tengan relación al ambiente, no lo hacen con mayor frecuencia. Por otra parte, su tipo de lenguaje es didáctico, éste se entiende con mayor facilidad, el tiempo que transmiten su programación es semanal, la menor parte del tiempo promociona comunicación para la sostenibilidad.

**Gráfico 3: análisis de contenido a medio público Ecuador TV,  
programa: Eco Latinoamérica**



*Fuente: Elaboración propia.*

Los reportajes de Eco Latinoamérica presentan conceptos innovadores y proyectos que tienen como objetivo proteger el medio ambiente y actuar contra el cambio climático en la región. El programa ofrece perspectivas sobre temas como la defensa de la biodiversidad, las energías alternativas, la economía circular y la gestión de los recursos naturales en América Latina y el Caribe, entre otros. El contenido de su programación sí está relacionado con la comunicación para la sostenibilidad y su nivel es total. El tipo de lenguaje es accesible para su entendimiento; su contenido es emitido semanalmente permitiendo una mayor promoción de información.

### 3.2 Interpretación de resultados: Entrevistas

Se desarrollan un total de cinco entrevistas divididos de la siguiente forma: dos docentes investigadores y 3 periodistas expertos en temáticas de sostenibilidad, para ver las preguntas que se realizan en esta investigación (ver anexo 1) y a su vez, las personas



participantes en esta investigación son: Gabriela Andrade (docente de Ing. Ambiental) y Carmen Palacio (Directora de la carrera de Ingeniería ambiental de UPS), en la categoría docentes investigadores; por su parte en la categoría periodistas o expertos en temáticas de sostenibilidad son: Manuel Avilés (experto en producción de temas ambientales), Fernando Terranova (Presentador- Reportero-Programa Ecuatera), Olga Chang (Productora de contenidos sostenibles). Las entrevistas permiten realizar el análisis comunicativo en relación con la importancia de emitir contenidos ambientales.

### **3.2.1 Resultados de entrevistas a docentes investigadores**

Los entrevistados concuerdan en relación con la importancia del tratamiento de contenidos ambientales que su manejo debe de ser vital para la sociedad, debido a que se están enfrentando muchos desafíos y aún falta por promover la sostenibilidad en espacios televisivos. Además, mencionan que mientras más personas sepan sobre los problemas que existen tendremos mayor conciencia ambiental, y de esta forma, si no conocemos lo que está pasando en la sociedad, se desarrollaría la capacidad suficiente para resolver aquellas dificultades. Sostienen que un tratamiento adecuado es fundamental para generar interés, impulsar la acción y apoyar políticas que promuevan la innovación y el desarrollo sostenible, además, consideran que las características cuantitativas y cualitativas de la población, con sus diferentes objetivos son necesarios para adaptar el mensaje de manera efectiva a su audiencia, cuidando y protegiendo el entorno natural y garantizando un planeta sano para todos.

En relación con la calidad de los contenidos gran parte de los entrevistados manifiestan que el mismo puede variar dependiendo de diferentes factores, sobre todo la forma en cómo este sea presentado. Aseguran que falta más interés para profundizar en temáticas del medio ambiente y esto se ve reflejado en la sociedad que desconoce sobre contenidos ambientales quedando un estado sin conciencia sostenible. Para que la validez del contenido sea confiable los profesionales comentan que se debe verificar las fuentes de investigación previas y asegurar el uso de fuentes confiables. Precisan que actualmente al vivir en un mundo digital se puede llevar a la desinformación, pero que el buen periodismo es capaz de acabar con aquellas noticias falsas que pudiesen llegar a circular en las redes. Agregan finalmente que las tecnologías deberían permitir un acceso a la información sobre contenidos ambientales principalmente en los jóvenes. Por esta razón los medios de televisión deben preocuparse por cambiar la manera que emiten este contenido y crear nuevas formas para comunicarse; por ejemplo, el implemento de cápsulas informativas, para mejorar la producción de temas sobre sostenibilidad.

Con respecto al interés en temas ambientales ellos concuerdan que se debe de involucrar a la sostenibilidad, ya que la misma no suele ser recurrente en la agenda de los medios, porque no les genera ningún beneficio económico, por esta razón, optan por transmitir diferentes espacios que no relacionan al medio ambiente como parte de su agenda. Agregan además que las programaciones se manejan por pautas publicitarias, al no aumentar el consumo y ver estos temas como beneficiosos, no se tienen los recursos para producirlos.

Respecto al lenguaje en los contenidos ambientales, gran parte de los entrevistados indican que el contenido emitido por la televisión ha ido evolucionando con el paso del tiempo. Actualmente se ven pocos programas de televisión que involucran a la comunicación sostenible. Precisan que al emplear un lenguaje



especializado se pretende concientizar, educar e inspirar a la promoción de temas de sostenibilidad. También agregan que se debería de emplear un lenguaje accesible. Si se comenzara a utilizar un lenguaje más técnico un niño no podría entender los mismos dificultando su aprendizaje.

Finalmente, en relación con las programaciones, argumentan que la información siempre deberá ser analizada y examinada antes de su difusión y asegurarse que la misma cumpla con los parámetros requeridos. Finalmente argumentan que es muy importante profundizar en el tema sobre sostenibilidad dentro de la televisión, porque este medio comunicativo posee gran influencia sobre las audiencias. Hoy en día, la comunicación avanza cada vez más, por lo que se debe estudiar más los temas ambientales, antes de compartirlo con la sociedad.

### 3.3 Resultados de entrevistas a periodistas

Los entrevistados sostienen que el tratamiento que los medios de televisión brindan a las temáticas ambientales es deficiente. A pesar de que previamente realizan una investigación sobre el tema que se está tratando, los medios no aportan espacios para la difusión de contenidos sostenibles, lo cual no permite generar el impacto esperado. Por esta razón las audiencias no se enteran de todas las problemáticas existentes. También precisan que los medios de televisión en general deberían empezar a tratar temas de sostenibilidad con un aspecto positivo. Existe un estudio realizado por la Universidad de los hemisferios, donde se indica que 1 de cada 40 contenidos informativos que se transmite en la televisión ecuatoriana tiene relación con noticias ambientales, y suele estar vinculado a un enfoque negativo. Así mismo expresaron que la televisión ecuatoriana se debería plantear como meta emitir todo lo bueno que se está haciendo sobre la sostenibilidad en el país y enfatizar más las cosas positivas.

Respecto a las estrategias en la difusión de contenidos ambientales en la televisión ecuatoriana los entrevistados afirman que los mismos son importantes porque permiten tener un alcance masivo. Si existe una correcta planificación se genera en las audiencias mayor credibilidad y confianza. Desde la experiencia periodística ambiental, las estrategias utilizadas desde un inicio son identificar temáticas que sean familiares para todos, generar sensibilidad, apego al televidente. Además, trabajar con el mensaje para posteriormente enfocarse en las audiencias, sean niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, y producir contenidos visualmente ricos. De igual manera el guion del programa debe de estar bien estructurado, y así como constar de un buen título. La planificación debe ir orientadas al tema más visual, gráfica, que enganche a los espectadores.

Referente al impacto educativo en las audiencias los periodistas mencionan que si se fomenta una educación. Poco a poco se cumple con la misión de una responsabilidad ciudadana, tomando acciones desde problemáticas pequeñas, hasta grandes, se debe intentar cambiar el estilo de vida de la ciudadanía y es el trabajo que se aspira a través de los contenidos, existen muchos cambios de acción en la sostenibilidad, también se enfoca en la responsabilidad civil, de alguna manera los medios de tv tienen la misión de instruir a las personas, así mismo se implementa como parte de la agenda en los medios televisivos.

Al mencionar la deficiencia de programas que tratan temas ambientales, ya se considera un problema, por la mínima cobertura y atención por parte de los medios de comunicación. En cuanto a la opinión del periodista, explica que en el Ecuador no existe una especialización en el periodismo ambiental, quizás esta, recién empieza a ser escuchada y estudiada. Por otro lado, falta la voluntad del medio, para tomar la decisión de generar cambios en relación con el medio ambiente y sostenibilidad. De igual manera puntualizan que es la responsabilidad de los medios comunicar a las audiencias sobre las problemáticas existentes y como habitantes del planeta estamos en obligación de tratar estas temáticas, más aún en el ámbito del periodismo, es preciso que generen contenidos que tengan a la sostenibilidad como eje principal y así a comenzar a producir grandes cambios en el mundo.

## 5. Discusión y conclusión

Esta investigación tuvo como propósito analizar el tratamiento de la comunicación para la sostenibilidad en programas transmitidos por medios televisivos públicos Ecuador tv, privado Ecuavisa, dentro del territorio ecuatoriano durante el año 2022. En el estudio se identifican las características de los contenidos medioambientales que comparten a través de sus diferentes programaciones. Además, se muestran aquellos factores asociados con la contribución que realizan los medios de comunicación para el cuidado del medio ambiente, a continuación, discutiremos aquellos aspectos más relevantes que se han extraído de los resultados obtenidos.

En el Ecuador se transmiten en televisión temáticas con relación al medio ambiente, sin embargo, cuando relacionamos a la efectividad del contenido de estos medios pueden variar dependiendo de diferentes factores. Desde el análisis de los resultados de este estudio se argumenta sobre la presencia de algunos factores como la relevancia del contenido el cual sostiene que cada información que se emiten en estas programaciones debe responder a cada temática tratada, además dar un valor importante al público.

Por otra parte, la comunicación sobre la sostenibilidad debe ser evaluada más en términos de efectividad, ya que es necesario proyectar sus resultados, los cuales están determinados por sus diferentes problemáticas, si el destinatario percibe correctamente tu mensaje, cambiará su forma de pensar, así como su forma de actuar en sus acciones. De igual manera es necesario destacar la exploración dominante de sobresaltar de comportamientos a nivel propio, que es acertado con logros de manera limitada, ya que se cuestiona su diálogo y el discurso (Nerlich et al., 2010)

En el análisis de los resultados, existe la tendencia importante hacia la forma en que los medios de televisión difunden sus contenidos, mientras que la investigadora Gabriela Andrade, afirma que si la televisión es pública por lo general recibe un aporte económico del gobierno y se compromete a seguir la prestación de servicios públicos y siguiendo las necesidades públicas, en comparación con el sector privado, tienen éxito y sobreviven a través de diversos anuncios, cuyo objetivo principal es obtener más ganancias y aumentar sus ingresos, sin estar interesados en abordar temas que promuevan la educación.

En este estudio se logra evidenciar el análisis de contenido, cada canal tiene una manera distinta de tratar estas temáticas, sin embargo, nos centramos en la opinión por la productora de tv, en la entrevista realizada se evidenció que, no a todos estos canales



les interesa tratar sobre el medio ambiente, de igual manera es importante destacar los dos aportes significativos que le dan el medio de televisión Ecuavisa y Ecuador tv, ya que ellos buscan un tratamiento acertado para la trasmisión de este tipo de información, para esto se basan en la precisión, la calidad, tratar noticias constructivas y lo más importe incentivar al debate constructivo.

Además, es importante destacar la parte de producción en cada programa, como el uso adecuado de cada recurso, sus guiones, sus imágenes que son precisas y buscan un equilibrio, enfocando a la educación, sensibilizar al televidente y busquen tomar acciones por el ecosistema. Por otra parte, está la comunicación directa con el emisor y el destinatario, en el que el transmisor persigue sus diferentes objetivos dentro de la comunicación de manera más concreta. Existe una función entre un emisor y receptor, el emisor crea una comunicación más concreta, donde los periodistas buscan tener mayor atención y buscar mejorar el tratamiento de sus contenidos y ser principales actores sociales del público, logrando así informar más sobre contenidos que hablen de sostenibilidad (Moser, 2010).

En esta variable hemos analizado los aportes que generan en sus diferentes programaciones, tomando como referencia los dos canales mencionados anteriormente, ya que los medios de televisión juegan un papel importante en la promoción de temas sostenibles, con capacidad de transmitir diferentes mensajes a través de imágenes y sonidos que sean de calidad, de igual manera pueden crear una conciencia más amplia al presentar investigaciones con relevancia y accesible para todos.

Por otro lado, a través de documentales, reportajes, logrando aportar de manera positiva a la sociedad, permitiendo que se desacaten a través de sus producciones diferentes historias que motivan al espectador a servir como un agente de cambio, por otro lado, discute Gallegos (2022) es importante que los profesionales de la comunicación sostenible se informen y tengan las herramientas disponibles para ayudar a construir una sociedad que pueda abordar temas ambientales.

En este apartado es importante destacar el aspecto positivo de la educación que tienen los programas analizados en el estudio. Por ello, adoptamos la opinión de los expertos entrevistados, desde cuyo punto de vista señalan que la televisión actualmente tiene una responsabilidad con los ciudadanos, su educación debe ser eficaz y pertinente. Por eso, la audiencia necesita estar más involucrada en lo que está pasando en el planeta, sin embargo, debemos mencionar que el periodista debe ser el actor principal para promover este interés en la sociedad, desafortunadamente, hay un factor limitante: la falta de recursos que no permite investigar más problemas, lo que impide promoción de sostenibilidad en la televisión

A pesar de todo, existe difusión de información ambiental, debido a que se puede tratar desde los establecimientos educativos, organizaciones, etc. Por esta razón los medios televisivos juegan un papel importante como principio de información y pedagogía en los múltiples escenarios existentes. Salas (2017) expresa que: “en efecto, niños y adultos han aprendido sobre la flora y la fauna gracias a los documentales de naturaleza televisados, y por décadas estos serán medio dominante para la sensibilización, divulgación y educación sobre temas de biodiversidad” . (p. 2)

Con esto concuerdan los periodistas ambientales, es necesario la implementación de más estrategias que promuevan más la atención de la población, no es solo comunicar un tema, es mostrar lo que ocurre y de que manera podemos cambiar



esa problemática, este es el trabajo que deberían hacer todos los expertos en comunicación sostenible.

Las siguientes conclusiones han sido desarrolladas a partir del proceso de elaboración del proyecto, con las opiniones de los diferentes actores vinculados en el trabajo, en la televisión ecuatoriana, pese a que promocionan el desarrollo sostenible y su amplio interés por la conservación del medio ambiente, se evidencia la falta de interés por emitir más sobre la sostenibilidad, sin embargo en la elección de canales televisivos destacaron dos que son: Ecuavisa con tu programa ecuaterra, Ecuador tv con sus Colores de América Latina, Franja Dw, Los Rey De Tus Mañanas, Eco Latinoamérica, se analizó la programación durante el año 2022.

El principal medio que destacó fue Ecuavisa, ya que ellos manejan mejor la información relacionada con la sostenibilidad, elaborando producciones propias, con un amplio contenido de calidad, respondiendo a todas las preguntas que se plantean en cada micro documental, pese a la gran acogida del público, aún existe desinformación, los medios deben añadir más estrategias con diferentes empresas, para que financien nuevos espacios de educación en la televisión, no obstante, Ecuador tv es un medio público, anteriormente tenían una amplia promoción de contenido propios, pero ahora solo publican información que no es de su propia autoría, de igual manera destacar que lo que emiten tiene un gran aporte para la ciudadanía.

Finalmente se espera que esta investigación sea de mucho aporte en el campo de la comunicación y genere un gran impacto, sin embargo, recordar que la comunicación para la sostenibilidad es algo importante, todos los individuos pueden formar parte del cambio, el medio ambiente los necesita, como el futuro del planeta.

## 6. Referencias bibliográficas

- Abarca, A., Alpízar, F., Sibaja, G. y Rojas, C. (2013). Técnicas cualitativas de investigación. San José, Costa Rica: UCR. <https://editorial.ucr.ac.cr/ciencias-sociales/item/2268-tecnicas-cualitativas-de-investigacion.html>
- Álvarez, L. E. (2009). *Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia: años 1962 a 1990*. Popayán: Universidad del Cauca. <https://catalogo.ucaldas.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=60966>
- Aparicio, R. (2016). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Comunicación y sociedad*, (25), 209-235. Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente ([scielo.org.mx](http://scielo.org.mx))



- Aguaded, I. 2016. La educación en la televisión: Hacia una necesaria integración”. *Revista Research Gate*. Recuperado:  
<https://www.researchgate.net/publication/28070295>
- Brand, K. W. (2011). Sociological Perspectives on Sustainability Communication. En Godemann, J., Michelsen, G. (Eds.), *Sustainability Communication: Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations* (55–68.) Dordrecht, Springer.  
[https://www.researchgate.net/publication/226025117\\_Sociological\\_Perspectives\\_on\\_Sustainability\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/226025117_Sociological_Perspectives_on_Sustainability_Communication)
- Bruner, J. (2000). La educación, puerta de la cultura. Colección Aprendizaje, 125, 1-3. Madrid: Editorial Visor.
- Bermejo, R. (2014). Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis. Bilbao: Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.  
[https://publicaciones.hegoa.ehu.es/uploads/pdfs/253/Sostenibilidad\\_DHL.pdf?1488539808](https://publicaciones.hegoa.ehu.es/uploads/pdfs/253/Sostenibilidad_DHL.pdf?1488539808)
- Bonfadelli, H. (2010). Environmental Sustainability as Challenge for Media and Journalism. En Gross, M., Heinrichs, H. (Eds.), *Environmental Sociology: European Perspectives and Interdisciplinary Challenges* (255–278.) Dordrecht, Springer. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-90-481-8730-0\\_15](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-90-481-8730-0_15)
- Castillo, A., Patricia, T., Benítez, C., Beatriz, L., Pereira, S., Guido, J. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las mipymes del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 91-99.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000100013&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100013&lng=es&tlng=es).
- Caride, J. A. (2000): Estudiar ambientes: a análise de contextos como prática educativo-ambiental. Concello de Oleiros - Xunta de Galicia, Oleiros (A Coruña).  
[https://www.academia.edu/39684461/Estudiar\\_ambientes\\_A\\_an%C3%A1lise\\_de\\_contextos\\_como\\_pr%C3%A1ctica\\_educativo\\_ambiental](https://www.academia.edu/39684461/Estudiar_ambientes_A_an%C3%A1lise_de_contextos_como_pr%C3%A1ctica_educativo_ambiental)
- Cumba, A. (2020). La educación ambiental en los medios televisivos. Estudio de caso: Oromar TV. *Alteridad*, 15(1), 125-138.  
<https://doi.org/10.17163/alt.v15n1.2020.10>
- Código Orgánico del Ambiente. (2017). ambiente.gob.ec.  
<https://www.ambiente.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads>
- Durán, A., Vega, M., Matus, P., Orozco, T., Jaime, A., & Avila, C., (2020). Influencia de la cultura nacional en la gestión de comunicación para la sostenibilidad. *Cuadernos.info*, (47), 184-210. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.47.1859>
- Fernández, R. (2004). Periodismo ambiental y periodismo sostenible. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (12), 311-317.  
<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=16801217>
- Gallegos, A. (2022). La comunicación sobre sostenibilidad. consultoría medio ambiental <https://verdeaguaconsulting.es/comunicacion-sostenibilidad/>



Gavirate, P. (2016). La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente.

Estudio de caso en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (1985-2015). *La trama de la comunicación*, 20(1), 109-127.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1668-56282016000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282016000100006&lng=es&tlng=es).

Guillén, F. (2022). Educación, medio ambiente y desarrollo sostenible. *Revista Iberoamericana De Educación*, 11, 103-110.  
<https://doi.org/10.35362/rie1101159>

Gómez y Patiño, M. (2015). Educando con los medios, una revisión desde los clásicos. Dos siglos de educación: de Freinet a Wikipedia. Hachetepé. *Revista científica De Educación Y Comunicación*, (11), 119–130.  
<https://revistas.uca.es/index.php/hachetetepe/article/view/6214>

Gusmão, R ; Leal, Walter; Gonçalves, O; Mattos, D , & Veigas, L.(2018). A literature-based review on potentials and constraints in the implementation of the sustainable development goals. *Journal of cleaner production*, 198, 1276-1288.  
doi: 10.1016/j.jclepro.2018.07.102

Langer, N.(2018). ¿Informar o educar? la importancia de los medios de comunicación en el cuidado del ambiente. <https://www.natalialanger.com/informar-o-educar-la-importancia-de-los-medios-de-comunicacion-en-el-cuidado-del-ambiente/>

León, B. 2014. El periodismo ante el cambio climático. Barcelona: Editorial UOC.  
[https://www.researchgate.net/publication/305641077\\_La\\_representacion\\_del\\_cambio\\_climatico\\_en\\_los\\_medios\\_espanole](https://www.researchgate.net/publication/305641077_La_representacion_del_cambio_climatico_en_los_medios_espanole)  
[https://www.arcotel.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/07/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](https://www.arcotel.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf)

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental (LPCCA, 2004). [LEY DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.pdf](#) (ambiente.gob.ec)

Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, basic procedures and software solution*. Retrieved from <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>

Maldonado, J. (2014). Análisis de las parrillas de programación de los canales de televisión de cobertura nacional del Ecuador, a un año de la Ley de Comunicación. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.  
<https://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/11525>

Medina, M. (2010). La importancia de la educación ambiental. *Innovación y Experiencia*.  
[https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero37/MANUEL%20JESUS\\_MEDINA\\_2.pdf](https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero37/MANUEL%20JESUS_MEDINA_2.pdf)

Miller, T.,(2017). *Greenwashing Culture*. London: Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315659251>



- Narváez, I., & Narváez, M. (2012). *Derecho ambiental en clave neoconstitucional (enfoque político)*. Quito: Flacso, sede Ecuador.  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52643.pdf>
- Newig, J., Voß, J.-P. y Monstadt, J. (2008). Governance for Sustainable  
[https://www.researchgate.net/publication/236646304\\_Editorial\\_Governance\\_for\\_Sustainable\\_Development\\_in\\_the\\_Face\\_of\\_Ambivalence\\_Uncertainty\\_and\\_Distributed\\_Power\\_an\\_Introduction](https://www.researchgate.net/publication/236646304_Editorial_Governance_for_Sustainable_Development_in_the_Face_of_Ambivalence_Uncertainty_and_Distributed_Power_an_Introduction)
- Neidhardt, F. (1993). *The public as a communication system. Public Underst. Sci.*, 2, 339-350. <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1088/0963-6625/2/4/004>
- Newig, J. (2011). Climate Change as an Element of Sustainability Communication. En Godemann, J., Michelsen, G. (Eds.), *Sustainability Communication: Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundations*, 119-128. Dordrecht, Springer
- Newig, J (2013). *Communication Regarding Sustainability: Conceptual Perspectives and Exploration of Societal Subsystem. Sustainability*, 5(7), 2976-2990.  
doi:10.3390/su5072976
- Nerlich, B., Koteyko, N. y Brown, B. (2010). Theory and language of climate change communication. *WIREs Clim. Chang.* 1, 97-110. doi: 10.1002/wcc.2  
Development: Coping with Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power.
- Moser, S.C. (2010). Communicating climate change: History, challenges, process and future directions. *WIREs Clim. Chang.* 1, 31-53. doi: 10.1002/wcc.11 [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9969/advancing\\_justice\\_governance\\_law.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9969/advancing_justice_governance_law.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Salas, G. (2017). La televisión y su pésimo ejemplo de educación ambiental. Las 2 orillas. <https://www.las2orillas.co/la-television-pesimo-ejemplo-educacion-ambiental/>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (17), 17-40.  
<https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422002.pdf>
- Souter, D. (2021). Los objetivos del desarrollo sostenible y el medio ambiente. [radio.uchile.cl](http://radio.uchile.cl). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el medio ambiente «Diario y Radio Universidad Chile (uchile.cl)  
<https://radio.uchile.cl/2021/11/18/los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-y-el-medio-ambiente/>
- Losantos, V., ( 2022). Sostenibilidad y comunicación: las claves de lo que no se dice. <https://agenciacomma.com/comunicacion-corporativa/sostenibilidad-comunicacion/>
- Ortiz, C.(2011). Análisis de la situación de la televisión en Ecuador.  
Loja. [https://www.researchgate.net/publication/277265919\\_La\\_television\\_local\\_en\\_Loja\\_Ecuador\\_Estudio\\_de\\_las\\_caracteristicas\\_de\\_servicio\\_participacion\\_y\\_contenidos\\_propios\\_entre\\_julio\\_y\\_agosto\\_de\\_2009](https://www.researchgate.net/publication/277265919_La_television_local_en_Loja_Ecuador_Estudio_de_las_caracteristicas_de_servicio_participacion_y_contenidos_propios_entre_julio_y_agosto_de_2009)



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017).

*El derecho humano al medio ambiente en la Agenda 2030.*

[https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/247785sp\\_1\\_1\\_1.compressed.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/247785sp_1_1_1.compressed.pdf)

Ortega, C. (2022). ¿Qué es el muestreo por conveniencia?

<https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Oliveira, I. de (2014a). *Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). Comunicação & Educação*, 19(2), 135-142.

Parrat, S. (2022). La información ambiental en los medios de comunicación.

*fundaciontelefonica.com*

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero068/la-informacion-ambiental-en-los-medios-de-comunicacion>

Pérez, J., y Gardey, A. (2009). Definición de medio ambiente - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de. Recuperado el 9 de diciembre de 2022 de

<https://definicion.de/medio-ambiente/>

Rowe, and J. Frewer. (2004). *Evaluation of a deliberative conference. Science, Technology, & Human Values* 29 (1): 88-121.

[https://www.researchgate.net/publication/40127317\\_Evaluation\\_of\\_a\\_Deliberative\\_Conference](https://www.researchgate.net/publication/40127317_Evaluation_of_a_Deliberative_Conference)

UNESCO. (2004). Education for a Sustainable Development. de 2005, de

[http://portal.unesco.org/education/en/ev.php-](http://portal.unesco.org/education/en/ev.php-URL_ID=23298&URL_DO=DO_TOPIC&URLSECTION=201.html)

[URL\\_ID=23298&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URLSECTION=201.html](http://portal.unesco.org/education/en/ev.php-URL_ID=23298&URL_DO=DO_TOPIC&URLSECTION=201.html)

Zarta Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, (28), 409-423. Doi:

<https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>

## 7. Anexos

### Preguntas a docentes investigadores

- 1) ¿Es importante que los medios televisivos traten temas ambientales?
- 2) ¿Qué opina usted sobre los contenidos ambientales que transmiten los medios televisivos?
- 3) Desde su experiencia en el ámbito investigativo, ¿Cuál es el interés que los medios televisivos le dan a los problemas ambientales?

- 4) ¿Qué opinión del lenguaje utilizado en los medios de televisión al momento de transmitir contenidos ambientales?
  
- 5) ¿Cómo contribuyen los medios de televisión en la sociedad sobre temas ambientales?

### **Preguntas a profesionales del periodismo ambiental**

- 1) Desde su profesión como periodista, ¿Cómo los medios televisivos deberían tratar los temas relacionados con el medio ambiente?
  
- 2) En la actualidad algunos medios de comunicación transmiten contenidos en relación con el cuidado ambiental, ¿Que estrategias deben utilizar los periodistas de televisión para difundir estos contenidos?
  
- 3) ¿Usted considera que en el Ecuador los programas que transmiten contenidos ambientales logran generar un impacto positivo en la educación de las audiencias?
  
- 4) ¿Es beneficioso para un medio de televisión hablar sobre el cuidado ambiental?
  
- 5) ¿Por qué los medios de televisión no tratan más contenidos sobre el medio ambiente?