



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO

RELACIÓN DE LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE
LA TELEVISIÓN, CON LA CULTURA AMBIENTAL DE LOS
ESTUDIANTES DEL TERCER CICLO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR
VALLEJO, SEDE SAN JUAN DE LURIGANCHO, FRENTE A LA
GESTIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS, AÑO 2017

PRESENTADA POR
JAZMÍN KAREN TAPE HUAMANÍ

ASESOR
LUIS ALBERTO VÁSQUEZ AMPUDIA

TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2017



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Escuela de
Ciencias de la
Comunicación

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SECCIÓN DE POSGRADO

TESIS

**RELACIÓN DE LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO
DE LA TELEVISIÓN, CON LA CULTURA AMBIENTAL DE LOS
ESTUDIANTES DEL TERCER CICLO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO, SEDE SAN JUAN DE LURIGANCHO, FRENTE
A LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS, AÑO 2017.**

**PARA OPTAR POR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

Presentado por

JAZMÍN KAREN TAIPE HUAMANÍ

ASESOR

MG. LUIS ALBERTO VÁSQUEZ AMPUDIA

**LIMA, PERÚ
2017**

DEDICATORIA

A mis hijas que son las fuentes de inspiración y mi mayor motivación. A mi esposo Manuel, gracias por tu apoyo incondicional y paciencia. A mis queridos padres que los amo demasiado.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien me dio la fortaleza necesaria para culminar esta investigación.

A la Universidad San Martín de Porres, por haberme brindado una base académica sólida, para ejercer una futura vida profesional.

INDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	ix
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	xi
Descripción de la realidad problemática	xii
Formulación del problema	xiii
Problema principal	xiii
Problemas específicos	xiii
Objetivos de la investigación	xv
Objetivo principal	xv
Objetivos específicos	xv
Justificación de la investigación	xvii
Importancia de la investigación	xvii
Viabilidad de la investigación	xix
Limitaciones del estudio	xx
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	21
1.1 Antecedentes de la investigación	21
1.2 Bases teóricas	25
1.3 Definición de términos básicos	76

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	79
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas	79
2.2 Variables y definición operacional	82
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	85
3.1 Diseño metodológico	85
3.2 Diseño muestral	87
3.3 Técnicas de recolección de datos	88
3.3.1 Técnicas	88
3.3.2 Instrumentos	88
3.3.3 Validez de instrumento de medición	88
3.3.4 Confiabilidad de instrumento de medición	91
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	92
3.5 Aspectos éticos	92
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	93
4.1 Presentación de análisis y resultados	93
4.1.1 Prueba de hipótesis	119
4.1.1.1 Hipótesis principal	119
4.1.1.2 Hipótesis específica primera	121
4.1.1.3 Hipótesis específica segunda	124
4.1.1.4 Hipótesis específica tercera	126
4.1.1.5 Hipótesis específica cuarta	128
4.1.1.6 Hipótesis específica quinta	130
4.1.1.7 Hipótesis específica sexta	133
4.1.1.8 Hipótesis específica séptima	135
4.1.1.9 Hipótesis específica octava	137
4.2.1.1 Hipótesis específica novena	139

4.2.1.2 Hipótesis específica décima	142
4.2.1.3 Hipótesis específica décimo primero	144
4.2.1.4 Hipótesis específica décimo segunda	146
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	149
CONCLUSIONES	152
RECOMENDACIONES	155
FUENTES DE INFORMACIÓN	156
ANEXOS	161

RESUMEN

OBJETIVO

El presente estudio tiene como objetivo conocer la influencia de **LA NOTICIA COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN** con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

MÉTODO

Diseño de investigación: no experimental

Tipo de investigación: aplicada

Nivel de investigación: descriptivo, correlacional

Método de investigación: inductivo, Deductivo, analítico, estadístico, hermenéutico.

Población: 800 unidades de análisis, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, año 2017.

Muestra: 60 unidades de análisis, estudiantes de tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, año 2017.

CONCLUSIONES

Se confirmó la hipótesis general donde **LA NOTICIA COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN**, influye con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, asimismo se comprobaron las hipótesis específicas donde los **ARGUMENTOS** se relacionan con el **APRENDIZAJE**, las **ACTITUDES**, el **RESPECTO** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES**; el **LENGUAJE** se relaciona con el **APRENDIZAJE**, las **ACTITUDES**, el **RESPECTO** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES**; las **IMÁGENES** se relacionan con el **APRENDIZAJE**, las **ACTITUDES**, el **RESPECTO** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES**.

PALABRAS CLAVES

Noticia, razones, lenguaje, imágenes, medio ambiente, aprendizaje, actitudes, ética, acciones, residuos sólidos.

ABSTRACT

OBJECTIVE

The present study has as objective to know the influence of **THE NEWS AS INFORMATIVE FORMAT OF THE TELEVISION** with the **ENVIRONMENTAL CULTURE** of the students of the third semester of Communication Sciences Faculty of Cesar Vallejo University in San Juan de Lurigancho, against the solid waste management, year 2017.

METHOD

Research design: non-experimental.

Type of research: applicative.

Level of research: descriptive, correlational.

Research method: inductive, deductive, analytical, statistical and hermeneutic.

Population: 800 units of analysis, students of Communication Sciences Faculty of César Vallejo University in San Juan de Lurigancho, year 2017.

Sample: 60 units of analysis, students of the third semester of Communication Sciences Faculty of Cesar Vallejo University in San Juan de Lurigancho, year 2017.

CONCLUSIONS

The general hypothesis was confirmed where **THE NEWS AS TELEVISION INFORMATIVE FORMAT**, influences the **ENVIRONMENTAL CULTURE** of the students of the third semester of Communication Sciences Faculty of Cesar Vallejo University, San Juan de Lurigancho, against the solid waste management in 2017, also verified the specific hypotheses where **ARGUMENTS** are related to **LEARNING, ATTITUDES, RESPECT and PRACTICES OR ACTIONS**; **LANGUAGE** is related to **LEARNING, ATTITUDES, RESPECT and PRACTICES OR ACTIONS**; the **IMAGES** are relate to **LEARNING, ATTITUDES, RESPECT and PRACTICES OR ACTIONS**.

KEYWORDS

News, reasons, language, images, environment, learning, attitudes, ethics, actions, solid waste.

INTRODUCCIÓN

Las constantes informaciones acerca de la crisis que vive nuestro planeta debido a la contaminación y deterioro en contra del medio ambiente, están llevando a muchas personas a concientizarse sobre este tema.

Diversos sectores de la sociedad están haciendo frente a dicha problemática que afecta la calidad de vida en el planeta, se puede ver desde el plantado de árboles, hasta la defensa de los recursos hídricos por parte de pequeñas comunidades que se oponen a los intereses de grandes empresas que realizan labores de minería o la exploración de hidrocarburos, por citar algunos de estos casos.

A raíz de todos estos inconvenientes que se vienen suscitando en los últimos años, la labor del periodismo, especialmente la dedicada al medio ambiente ha contribuido a ser muy importante, porque ha dado a conocer casos que sucedían en localidades remotas y que no tenían el impacto mediático de otras noticias.

Nuestro país tiene variedad de recursos naturales y es sabido que a nivel mundial destacamos por la biodiversidad, por eso urgen que todos se concienticen para evitar seguir dañando el planeta.

La investigación se esquematizó de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se desarrolla el Planteamiento del Problema, que incluye: descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos así como justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el Capítulo II, denominado Marco Teórico, se presentan los antecedentes de la investigación, se plantean las bases teóricas fundamentales que permiten el análisis de las variables de estudio, definiciones conceptuales.

En el Capítulo III, incluye la formulación de las hipótesis y definición operacional de variables.

En el Capítulo IV, denominado metodología se presenta el diseño, el tipo, nivel, y método de la investigación, así como población, muestra, y técnicas e instrumentos de recolección, procesamiento de datos así como aspectos éticos del presente estudio.

En el Capítulo V, se genera la presentación de análisis y resultados a través de la prueba de hipótesis.

En el Capítulo VI, se expone la discusión de resultados.

Finalmente, se formulan y proponen las conclusiones y recomendaciones emanadas de la presente investigación, que permitirá mostrar la relación entre las variables **LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN CON LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FRENTE A LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS, AÑO 2017**, así como las fuentes de información y anexos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la realidad problemática

La televisión es un medio de comunicación muy importante, permite que millones de personas en todo el mundo puedan recurrir a él, inmediata y fácilmente, asimismo, tiene gran influencia en el comportamiento del ser humano. A pesar del desarrollo del internet, la televisión sigue siendo un medio que la población sigue utilizando y permite que esté informada de los acontecimientos que suceden en diferentes partes del mundo empleando un lenguaje accesible.

Lamentablemente los programas de televisión no le dan la verdadera importancia ni crean conciencia en el televidente, sobre los temas de medio ambiente o la importancia de los residuos sólidos que se enfrenta en el siglo actual y la manera como se está destruyendo el planeta que vivimos.

Cabe señalar que las políticas de los medios de comunicación no ayudan en fomentar la educación ambiental en los espectadores, ni ser generadores de conciencia y compromiso para llevar a cabo cambios personales, colectivos y estructurales.

A pesar de la importancia que tiene los formatos informativos televisivos, éstos no tienen un tratamiento adecuado, porque los contenidos se desarrollan, sin realizar investigaciones a profundidad sobre los temas referidos a gestión de los residuos sólidos, hecho que se expresa en las imprecisiones, uso inadecuado de los términos técnicos, métodos y estrategias de implementación, así como la contextualización de los problemas. Los periodistas que participan en el proceso de información no se han especializado en Periodismo Ambiental.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), Lima figura en el ranking de las 10 ciudades con mayor contaminación de América Latina, por este motivo

nuestro país se encuentra en un constante trabajo a fin de promover la educación y cultura ambiental entre los ciudadanos. El índice general fue de 38 microgramos PM 2,5 por metro cúbico. Dentro del área correspondiente a Lima Norte se revelaron 58 microgramos. Esta cifra representa casi seis veces más del nivel permitido por la OMS. Mientras que Lima Este arroja 36 y Lima Sur 29, microgramos, respectivamente.

El estado promueve el cuidado del medio ambiente a través de campañas que son difundidas masivamente, siendo los medios de comunicación los actores principales de este proceso.

La televisión de señal abierta, no abarca mucho el cuidado y preservación del medio ambiente, a excepción del canal estatal (Tv Perú) que emitió hasta hace poco, el programa “Ambientv”, espacio producido íntegramente por el ministerio del Ambiente.

La falta de especialización en temas ambientales o la poca importancia asignada a los temas de ésta índole, la preocupación por el cuidado y conservación del medio ambiente, las consecuencias del cambio climático, han hecho tomar conciencia a los medios de comunicación del papel que juega el tema del medio ambiente en un país como el Perú que cuenta con una biodiversidad de recursos que lo hacen atractivo.

Pero las noticias se basan meramente en un periodismo marcado por denuncias de diversa índole, lo que demuestra una falta de especialización de los hombres de prensa en abordar estos temas.

Frente a este problema, la investigación pretende aportar alternativas de solución, en relación a los métodos, estrategias y contenidos de los programas informativos de televisión.

Formulación del problema

Problema principal

¿De qué manera se relaciona **LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN**, con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la

Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

Problemas específicos

¿Qué relación existe entre los **ARGUMENTOS** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera los **ARGUMENTOS** se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿Qué relación existe entre los **ARGUMENTOS** y el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera los **ARGUMENTOS** se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿Qué relación existe entre el **LENGUAJE** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿Qué relación existe entre el **LENGUAJE** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿Qué relación existe entre las **IMÁGENES** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera las **IMÁGENES** se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿Qué relación existe entre las **IMÁGENES** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

¿De qué manera las **IMÁGENES** se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Conocer de qué manera **LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN**, se relaciona con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Objetivos específicos

Determinar qué relación existe entre los **ARGUMENTOS** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera los **ARGUMENTOS** se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Determinar de qué manera los **ARGUMENTOS** se relacionan con el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera los **ARGUMENTOS** se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Determinar de qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Determinar de qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera el **LENGUAJE** se relaciona con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Determinar de qué manera las **IMÁGENES** se relaciona con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera las **IMÁGENES** se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Determinar de qué manera las **IMÁGENES** se relacionan con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Establecer de qué manera las **IMÁGENES** se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica, en razón, que las televisoras de la ciudad de Lima, a través de los programas informativos, han desarrollado de manera paulatina temas ambientales, referidos principalmente a la gestión de los residuos sólidos, por considerar que éste último es uno de los problemas más críticos que afronta el Perú en su conjunto, Lima, así como el distrito de San Juan de Lurigancho en particular. Se trata precisamente de analizar la influencia que tienen estos programas de la televisión en la cultura de los jóvenes, asumiendo que actualmente éste es uno de los objetivos de los medios de comunicación, asumir el reto de generar espacios educativos que conlleven a desarrollar aprendizajes, actitudes y prácticas de convivencia positiva con el medio, a través de la adecuada gestión de los residuos sólidos en cada uno de los procesos que esta conlleva.

Importancia de la investigación

Los resultados del presente estudio permitirán adoptar elementos de juicios tanto conceptuales como técnicos sobre la relación de la noticia, como formato informativo en la cultura ambiental de los jóvenes estudiantes de la Universidad César Vallejo.

Importancia científica

La investigación se realizará considerando los enfoques de las diferentes Escuelas, Corrientes tanto de la Comunicación como del Periodismo, situación que permita ubicar de manera mucho más fácil las Teorías de análisis del objeto de estudio, así como de las variables tanto independiente como dependiente. Es así que se aplicarán las Teorías del Encuadre o Framing, para determinar las motivaciones de los periodistas, así como la preocupación que tienen para generar agenda ciudadana sobre problemas ambientales cruciales o críticos como es el caso de los residuos sólidos. Igualmente se utilizarán las Teorías de la Acción Comunicativa, en la que a su vez se identifica la Teoría de los Argumentos, la Teoría de la Ética Discursiva, Agenda Setting, Nueva Teoría de la Estrategia, entre otras.

De otro lado para analizar la segunda variable: Generación de cultura ambiental, se tendrá en cuenta Teorías como: Teoría de los Aprendizajes, de la Participación, Teoría de las Decisiones, de la Sensibilidad, de los conocimientos, actitudes y de la Ética Ambiental.

Relevancia Ambiental

Los medios de comunicación cumplen diferentes funciones como el informar, educar, entretener; el rol más débil es el educativo, sin embargo existen programas que desde hace algún tiempo abordan temas de trascendencia fundamental, como son los ambientales, en la medida en que analiza el impacto que tienen estos programas en la generación de una conciencia ambiental es que esta investigación cobra importancia singular. Tanto más porque los conocimientos, actitudes y prácticas de los ciudadanos requieren ser reforzados en relación a los problemas ambientales que son los más críticos, destacando inclusive dentro de éstos la gestión de los residuos sólidos, considerando que una práctica inadecuada por ejemplo en relación a la gestión de las baterías y pilas de todas las formas y tamaños que utilizan todos los ciudadanos independientemente de su condición social, generan 73 % de mercurio, un porcentaje menor de cadmio y de zinc, los mismos que tienen impactos negativos sobre la salud pública y la salud ambiental.

Relevancia social

Esta investigación pretende igualmente analizar el rol social que cumple la televisión a través de formatos educativos que buscan promover el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y sobre todo la construcción de un desarrollo sostenible, que garantice la satisfacción de las necesidades de las generaciones del presente, sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones del futuro.

Importancia Metodológica

La concreción de este proyecto de investigación tiene como punto de partida el análisis de diferentes fuentes de investigación en las bases de datos de la biblioteca virtual, así como en la biblioteca física, bases de datos en google, a fin de realizar observación documental, la misma que constituye un método de

análisis. Todo el proceso de estructuración del proyecto, significó igualmente realizar el ejercicio de análisis, síntesis aplicando métodos analítico, sintético. Por su parte se han aplicado métodos Inductivo- Deductivo, a fin de precisar aspectos más puntuales sea partiendo de lo particular a lo general de los procesos.

En la etapa de desarrollo de la tesis igualmente se aplicarán métodos generales, como las señaladas líneas arriba, pero principalmente métodos particulares como el Estructural y el Semiótico.

Importancia Empírica

Una vez concluida la investigación, se pretende aportar alternativas de solución a uno de los problemas más críticos como es la conciencia ambiental de las personas en relación a la gestión de los residuos sólidos principalmente en la etapa de generación, almacenamiento y transporte, en las que no se observan, conocimientos, actitudes menos prácticas adecuadas, situación que afecta la salud ambiental como la salud pública.

La tesis de otro lado, se constituirá en una fuente de consulta de posteriores investigaciones de esta naturaleza, sirviendo de antecedente a los mismos.

Se espera también que sirva de línea de base para desarrollar intervenciones periodísticas y comunicaciones orientadas a generar conciencia ambiental, siendo este uno de los desafíos más importantes que se les plantean a los educadores, periodistas y población en general.

Viabilidad de la investigación

La investigación cuenta con fundamentos teóricos, científicos, metodológicos que la hacen viable, sumándose a este hecho que aborda un problema de palpitante actualidad, como es la función educativa de las radios respecto a problemas como los ambientales de manera general y los de gestión de residuos sólidos, con lo que la televisión asume su Responsabilidad Social, en tanto y en cuanto promueve el cuidado del entorno, con compromiso ético, conforme lo propone Klilksberg (2014)

De otro lado el proyecto como la tesis pasan por sesiones de validación periódicas, así como los instrumentos de investigación.

Limitaciones del estudio

La única limitación superable es el acceso a los sujetos de estudio, principalmente los periodistas que generan los programas televisivos que tienen contenidos educativos respecto a la gestión de los residuos sólidos.

De otro lado, otra limitación estará constituida por el tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que el tamaño de la población del distrito seleccionado es el más grande del Perú, podría no ser representativa en cantidad y calidad en relación al universo total.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Los trabajos encontrados en los diferentes contextos académicos, vinculados a las variables del presente estudio, nos permiten presentar los siguientes antecedentes relacionados con la investigación:

La búsqueda de material bibliográfico en diversas instituciones universitarias nos permite presentar los siguientes antecedentes relacionados con la investigación:

Tesis internacionales

Según **Mier-Terán (2006)** en su tesis de Doctorado

Titulada “**Marketing socioambiental: una propuesta para la aplicación del marketing social al campo medioambiental**” publicada en la **Universidad de Cádiz**, España.

Expresa que:

Los fundamentos de la tesis doctoral se basan en el marketing social que es un concepto nuevo que trata de modificar los comportamientos de las personas , debido a ello el autor a determinado iniciar un estudio más profundo creando la palabra Marketing SocioAmbiental para poder estudiar de manera más precisa y eficaz la necesidad de los problemas que se enfrenta en el medio ambiente , ya que los estudios que han hecho otros autores no se enfocan ni tenían los objetivos claros para los espacios naturales protegidos .

Miér y Teran refleja su preocupación y desea que la población se sienta involucrada y comprometida a formar parte del cambio de Natural Bahía de Cádiz, para ello se propone crear campañas pro- ambientes que se establezcan

de manera continua para fomentarlo como parte de su cultura. En el caso de las personas que no se sientan comprometidas para ello se tiene que crear nuevas estrategias que les permitan ver los beneficios que se obtendrán no solamente para ellos sino también para la sociedad.

Según **López (2009)** en su tesis de Magister

Titulada “**Propuesta de programa para el manejo de los residuos sólidos en la Plaza de Mercado de Cereté – Córdoba**”, publicada en la **Universidad Pontificia Javeriana**, Bogotá, Colombia.

Expresa que:

López en su propuesta para el manejo de residuos sólidos del Centro de abastos de la Plaza de mercado de Cereté, llega a la conclusión que los comerciantes no tienen conocimiento de cultura ambiental, a esto se suma la falta de compromiso por mejorar la situación para tener mejorar el impacto ambiental.

Los residuos sólidos son desaprovechados ya que los vendedores no tienen programas de clasificación ni la capacitación para poder clasificar los residuos trayendo como consecuencia no tener un ingreso económico extra y desaprovechando la oportunidad de ser parte de la cultura ambiental. A esto se suma que las autoridades no apoyan totalmente a los comerciantes de la plaza del Mercado de Cereté para fomentar una educación ambiental. Una propuesta para poder mejorar es que otros actores las ONGS, los comités del barrio y/o asociaciones formen parte del cambio y se unan para cambiar la problemática, y mejorar.

Tesis Nacionales

Según **Vizcarra (2015)** en su tesis de Magíster.

Titulada: “**Propuesta Educativa Huella Sostenible: Un modelo de Narrativa Transmedia para la Educación Informal Del Desarrollo Sostenible**”, publicada en la **Pontificia Universidad Católica del Perú**, Perú.

Expresa que:

El autor propone fomentar la participación de la población especialmente en los jóvenes que están interesados en los problemas del medio ambiente, en el desarrollo sostenible, asimismo, en el ecosistema. Para ello, ha utilizado como herramienta la narrativa transmedia para tener más llegada a través de la tecnología que es utilizada por las personas. La investigación que emplea el autor se basan en utilizar las redes sociales como youtube, las páginas web, facebook, twitter, programas de televisión que son empleados para impactar de manera positiva, darles a conocer el rol importante que se desempeña cada persona y concientizar a la población de la importancia de las acciones que se tienen y como interviene en el medio ambiente. El objetivo es lograr la participación de los usuarios que se comprometan con los temas que se proyectan en las redes sociales. Las conclusiones que determina el autor es que recién se está iniciando el compromiso con el desarrollo sostenible de parte de las autoridades del Ministerio del Medio Ambiente. Asimismo, emplear la tecnología ayuda a tener más llegada e interactuar con la población.

Según **Aparicio (2011)** en su tesis de Magíster.

Titulada: **“Promoción de la educación ambiental para un desarrollo sostenible en el ámbito universitario”**, publicada en la **Universidad de Piura**, Perú

Expresa que:

Señala la importancia del desarrollo sostenible y el compromiso que tiene la población ya que depende de nosotros la responsabilidad de promover la necesidad de cuidar el medio ambiente y las acciones que tenemos que realizar para mejorar no solamente el futuro de las siguientes generaciones sino también en la actualidad.

También es importante que a través de la educación se enseñe la importancia de cultura ambiental a las poblaciones para poder actuar de manera adecuada y ser parte del cambio, asimismo, ser capaz de mejorar el estilo de vida.

Es importante resaltar la importancia que en la vida universitaria los alumnos se sientan comprometidos con el planeta y se implanten valores y de ser necesario

existan cursos de carrera que sean sobre cultura ambiental logrando con esto cimentar los valores y compromisos de los estudiantes universitarios.

Según **Loayza (2007)** en su tesis de Magíster.

Titulada “**El Papel de los diarios El Comercio y La República en la difusión de información sobre el medio ambiente, para el logro del desarrollo sostenible (2005-2006)**”, publicada en la **Universidad Nacional Mayor de San Marcos**, Perú.

Expresa que:

Debido a los problemas del medio ambiente que enfrenta el planeta y que se está viendo reflejado en el Perú, se ha analizado el rol que desempeñan los medios de comunicación especialmente los diarios El Comercio y La República. Se han elegido estos dos medios, debido a la circulación que tiene a nivel nacional y son los más representativos en el país. Al analizar los contenidos se puede observar que las notas periodísticas al tratar del medio ambiente son denuncias de las agencias de noticias.

En las noticias no hacen una investigación profunda de los sucesos ambientales, asimismo, emplean palabras técnicas esto refleja que es necesario que hayan periodistas especializados que hagan conocer de manera más clara, sencilla y profundicen en la información para que los lectores puedan comprender y se concienticen del rol importante que se desempeña para mejorar la calidad de vida.

1.2 Bases teóricas

Artículos científicos

YC Román, OJ Cuesta (2016) en su artículo “Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica”, señalan que:

Indica que son pocos los países que se dedican a la investigación y estudio de los problemas del medio ambiente esto se debe porque no le dan la importancia debida ya que no son conscientes que se viven en una época en que se producen alteraciones naturales al planeta y esto también afecta la población.

Fomentar la comunicación ambiental es una de las prioridades ya que esto permite que se difunda a la sociedad los problemas que se enfrentan y como se podría solucionar sería una manera de concientizar a los ciudadanos empleando los medios de comunicación para realizar campañas pro ambientalistas que se relacionen con la conservación del ambiente

También resalta la importancia de educar a las personas para que puedan modificar sus conductas y así poder contribuir de manera eficaz a mejorar y proteger el medio ambiente.

Teorías que respaldan las variables de investigación

Teoría de la Acción Comunicativa

Esta teoría se refiere al mensaje, cuando expresa la importancia que tiene el argumento en tanto es construida a través de los consensos que se generan en un proceso comunicativo, a partir de la racionalidad que se maneja entre los actores sociales, éste al mismo tiempo responde a la realidad.

Un mensaje desde esta perspectiva es el medio a través del que se construyen los consensos y el entendimiento que en este caso de los programas de televisión para promover cultura ambiental en relación a la gestión de los residuos sólidos es sumamente importante.

En relación a este hecho Habermas plantea en su Teoría de la Acción Comunicativa y la Ética Discursiva cuatro modelos o acciones sociales, considerando que la construcción de las mismas más que orientada a acciones subjetivas egoístas,

caracterizadas por el individualismo, deben trascender hacia una acción orientada a fines comunes, para lograr acuerdos sociales racionales, en este proceso el mensaje juega un rol importante, en razón a que se estructura considerando un fin, es precisamente sobre este particular que Habermas propone la Acción teleológica o estratégica. El mismo que se entiende como telos o fin que persigue un mensaje y en este caso concreto la televisión, se trata de un mundo objetivo en el que la pretensión de validez de lo que exprese y la eficacia de las acciones sólo se garantiza a través del discurso.

Teoría de la Lingüística

Dicha teoría se refiere igualmente al mensaje y al discurso desde la perspectiva del (significante/significado), que todo mensaje tiene, para el efecto valida un sistema de símbolos y códigos lingüísticos formalizados, que suponen al mismo tiempo el uso de lenguajes tanto verbales como no verbales a través de símbolos y signos. De esta manera, el lenguaje es instrumentalizado en función de fines, para cumplir funciones informativas.

Considerando que toda acción comunicativa persigue un fin, que se expresa en una acción, esta tiene como condición fundamental la elección de medios estratégicos, a fin de alcanzar el éxito, en un proceso de comunicación, donde es necesario tomar decisiones a partir del entendimiento.

La Teorías de la Lingüística, permitirán analizar los mensajes de la televisión referidos a la gestión de los residuos sólidos, utilizando métodos como el Estructural y Semiótico. En el primer caso porque proporciona la ruta para diseñar los elementos que constituyen los programas que serán analizados, a través de los elementos del lenguaje audiovisual que a su vez construye mensajes verbales y no verbales como las imágenes, los símbolos, cuya eficacia en muchos casos resulta siendo mucho más eficaz y eficiente.

El mensaje también será analizado desde su estructura interna o de los contenidos, teniendo en cuenta los mensajes que subyacen a un discurso o un argumento, por tanto se podrá analizar los significantes/ significados; la denotación / y connotación de los mismos.

Para analizar la variable mensaje, se considera importante la Teoría de la Agenda Setting, la misma que señala que los medios de comunicación le “ dicen” a las personas de qué y cómo hablar, al generar la agenda del día, un programa de televisión que se refiere a la gestión de los residuos sólidos, de alguna manera le está diciendo a las personas como proceder en todo el proceso, desde la generación de los residuos sólidos, pasando por la clasificación o segregación de los mismos en el lugar de origen, a fin de minimizar los mismos, hasta el transporte y disposición final. Esta Teoría, hace referencia de manera puntual al efecto Priming y efecto Framing o Encuadre que también se denomina Encuadre. En el primer caso se trata de preparar a los actores sociales que consumen determinados productos comunicativos en la televisión sobre residuos sólidos, a fin de que ellos asuman y se apropien de estos mensajes y los apliquen adecuadamente cuando realmente lo requiere, el televidente recordará cada mensaje que transmite a su inconsciente colectivo para luego hacer asociaciones y juicios de valor, para posteriormente proceder a asumir acciones concretas. Este efecto Priming, desde la perspectiva de la Psicología permite que las personas tengan una percepción de la realidad, y a través de ella generan representaciones sociales, que le permite a su vez construir opiniones, propuestas y acciones concretas.

Respecto al efecto Framing o Encuadre, se refiere puntualmente a los diferentes enfoques de los periodistas que generan el mensaje, para el efecto los profesionales hacen una selección o un encuadre de la realidad percibida a fin de ser destacada en los medios de comunicación, en este caso por la televisión; significa necesariamente la generación de valores, posiciones, aportes culturales, visión del mundo y de la realidad. Es así que Teoría plantea la idea de definir el problema, diagnostica las causas, formular juicios morales y proporcionar alternativas de solución a los problemas respecto al tema abordado.

Este hecho significa también que los mensajes deban tener una función prescriptiva normativa como bien señala Habermas, por lo que igualmente este análisis invoca el uso de Teorías de la Ética en general y de la Ética Discursiva en Particular

La observancia de normas éticas, permite abordar otra Teoría referida a la Cultura Ambiental, que no es otra cosa que la Ética Ambiental, los valores aplicados al medio

ambiente, al contexto y a los problemas que se encuentran tanto en medio abiótico y en medio biótico, sumamente importantes para el desarrollo de la vida. La Teoría de la Cultura ambiental se refiere a las actitudes, aptitudes, valores que poseen las personas frente a los problemas ambientales, y en este caso a los generados por los residuos sólidos.

La ética ambiental, ad-hoc referencia a los conocimientos, actitud y valores que poseen las personas, pero principalmente a las prácticas o acciones concretas para aportar a la solución de los problemas como el de los residuos sólidos que es el más crítico en el Perú. Pasando por el análisis de los conocimientos, sensibilidad y prácticas en primer orden de los tomadores de decisión y luego de los actores sociales. En el primer caso, se advierte total indiferencia expresada por ejemplo en la carencia de infraestructura ad-hoc para la gestión adecuada de los residuos sólidos, es así que en el Perú de 11 rellenos sanitarios oficialmente autorizados, sólo se encuentran en funcionamiento 9 en todo el Perú, de éstos 4 se ubican en Lima, y solo 5 distribuidos en los departamentos más importantes. De otro lado estudios sobre el particular dan cuenta que la gestión inadecuada de los residuos sólidos determina que se generen en los mismos más de 73 % de mercurio, 23% de cadmio, entre otros materiales contaminantes, provenientes de la gestión inadecuada de las pilas en los hogares.

Los residuos sólidos expuestos al aire libre, por lixiviación generan la contaminación del agua, aire suelo, comprometiendo localidad de vida de las personas, al tener impacto directa en la calidad de los ecosistemas y en la salud pública

1.2.1 La noticia, como formato informativo

Los formatos televisivos organizan la información, los acontecimientos y las ideas de acuerdo a los actores que consumirán la información, en el caso de los temas relacionados con la gestión de los residuos sólidos, se organizan de forma que los géneros informativos, cumplan la función de alcanzar los datos respecto a un problema para disminuir el grado de incertidumbre que tienen las personas, así es posible establecer la relación que existe entre la cantidad y calidad de datos de una información con el grado de certeza, a mayor información habrá menor incertidumbre y en caso contrario la incertidumbre será mayor. Dovifat, (citado por Moreno), afirma que la noticia constituye una «comunicación sobre los hechos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad» La noticia es la expresión más singular de los

géneros informativos como señala el autor, es una forma de expresión de la realidad y de los problemas que el hombre enfrenta cotidianamente, asume característica como la veracidad, la imparcialidad y sobre todo reflejar con mayor realidad los acontecimientos diarios. Este hecho significa considerar características como la formación continua de quienes la generan, vale decir los periodistas.

Toda información es noticiable siempre y cuando mantenga el interés de la gente.

Tello (1998) sostiene que: "La noticia es la comunicación de cualquier hecho acaecido o con probabilidades de acaecer que produzca, o tenga posibilidades de producir, algún impacto sobre la vida de las personas". (p.21)

El constante bombardeo de información que actualmente vivimos con la revolución tecnológica, hace que las noticias provoquen diversas reacciones en la población. En los últimos años, el tema ambiental ha venido tomando importancia debido a la alerta que se viene generando con respecto al cambio climático y la depredación de los recursos naturales, ocasionando que la gente empiece a tomar conciencia social sobre éstos temas.

El periodista tiene la obligación de verificar sus fuentes antes de emitir una noticia.

Según Martini (2004) sostiene que: "La noticia se origina en los acontecimientos que marcan una ruptura en la historia diaria y que son noticiables en un momento determinado". (p.47)

La labor del periodista tiene que estar centrada en hacer que la noticia a emitir sea lo más fidedigna posible, por tal motivo las noticias relacionadas al medio ambiente deberían seguir estos mismos lineamientos con el afán que las informaciones no sean sesgadas sin ningún tipo de interferencias que tergiversen su verdadero contenido.

Toda noticia debe estar bien estructurada de manera que mantenga el interés de la gente.

Según Vázquez (2009), señala que:

De acuerdo con una visión clásica del periodismo, la noticia concita cinco rasgos fundamentales (De Fontcuberta, 1998:16):

- a) Actualidad (lo que se acaba de producir, anunciar o descubrir)
- b) Novedad (hecho o suceso no conocido hasta el momento, que se sale de la cotidianidad.
- c) Veracidad (deben responder lo más fielmente posible a la realidad)
- d) Periodicidad (la información se presenta a la audiencia con un ritmo, con intervalo fijo de tiempo)
- e) Interés público (dar respuestas a las expectativas y necesidades de un público masivo) (p.76)

Según lo expresado por el autor, dichos rasgos que tienen todas las noticias, hacen que deban cumplir con la finalidad de informar al ciudadano con total veracidad, y muy específicamente en lo que concierne al medio ambiente y la gestión de los residuos sólidos, ya que las informaciones de este tipo están cobrando gran importancia, aunque algunas de ellas tengan conflictos de intereses.

La aparición de internet y posteriormente la de los medios digitales han roto esquemas en la labor periodística.

En este sentido, Romero (2006) señala que:

La revolución de las tecnologías ha provocado un cambio radical en la actividad periodística; los medios de comunicación se han multiplicado. La información se asume abiertamente como mercancía cuya venta y difusión proporciona importantes beneficios. Esta condición de mercancía hace que la información se rija por las leyes del mercado más que por criterios periodísticos. (p.22)

Muchos medios de comunicación han perdido reputación y credibilidad, debido a que las noticias son percibidas de manera mercantilista, ya que ahora se comercializan y buscan beneficios perdiendo toda esencia periodística. En el caso específico de los temas medioambientales, muchas de las informaciones

se tergiversan u omiten debido a conflictos de intereses entre los medios y las empresas.

Los formatos del género informativo, deben ser estructurados en un lenguaje intelegible y en función de las características socio cultural y lingüístico de los consumidores de los productos comunicativos.

Las informaciones que se transmiten son importantes porque se comunica de los acontecimientos que suceden en la sociedad.

En ese sentido, Rincón (2001) señala que:

La información no debe ser un dato que se formula fríamente, sino que hay que pensarla como un insumo, un equipamiento que es útil para la toma de decisiones, y que se vincula con las experiencias de otros pueblos, otros ciudadanos, y que puede servir en otros contextos. Es una información activa, capaz de articular la experiencia propia con la de otros próximos. (p.193)

Toda noticia que se transmite debe ser investigada detalladamente antes de dar a conocer al público. Es importante que la información no pierda la esencia u objetivo, porque dependerá que el público tenga un criterio acerca del tema creando una opinión o posición que podría influenciar en la sociedad.

En el periodismo siempre se ha recalcado la importancia de la objetividad que debe existir en las informaciones que se dan a conocer.

Por este motivo, Velásquez, Gutiérrez, Salcedo (2005) manifiestan que:

Desde hace unas tres décadas, académicos del mundo de la comunicación han puesto en entredicho el principio de la objetividad y su aplicación en los diversos géneros periodísticos. La pretensión de narrar los acontecimientos con la máxima asepsia posible y el afán de desprenderse del propio criterio al describir los acontecimientos relevantes, son temas que están en transformación. Según apunta Carlos Bousoño (1970) “el género periodístico no es más que un modo convencional para la representación de hechos informativos, según

determinados modelos, frente al ámbito infinitamente polifacético de los discursos posibles”. (pp. 13-14)

Los periodistas tienen códigos de ética y debido a ello, al transmitir una información, tratan de hacerla con la mayor imparcialidad posible, respetando la verdad de los acontecimientos que han sucedido. Asimismo, los géneros ayudan a contar de manera más sencilla la información.

Los periodistas tratan de informar los acontecimientos tal cual sucedieron, pero a pesar de ser imparcial, siempre van a enfocarlo según su punto de vista.

En tal sentido, Velásquez, Gutiérrez, Salcedo (2005) sostienen que:

El juicio valorativo del periodista y de su empresa es indispensable y determinante. Es poco razonable pretender que los periodistas no se impliquen en un proceso que es humano, como sucede con el fenómeno de la comunicación. Además, resulta ingenuo pretender que quien cuenta algo no esté influido por sus propios criterios, valores y experiencias. En la práctica vemos que un mismo hecho, por ejemplo, un debate político, es percibido y contado de modo diferente por varios testigos presenciales, aunque pretendan ser neutrales u objetivos. Utilizar cualquier género periodístico implica participación directa de su autor y los hechos que pretende transmitir hacen referencia a los intereses de las personas. Este proceso de elaboración periodística no es contrario a la búsqueda de la realidad que está ligada a la verdad, a la libertad, a la racionalidad, a la solidaridad y a tantos otros valores ante los que no cabe una actitud de neutralidad. Lo cierto es que en la actualidad, el debate académico no termina de resolver si aún es vigente la clasificación de los textos periodísticos en diferentes géneros o si la frecuente mezcla de unos con otros ha llevado a su desaparición como tales. (p.14)

Los medios de comunicación y los periodistas siempre van a tener una postura referente a las noticias que presentan. Cabe resaltar que los periodistas no son ajenos ante ésta situación y tienen criterios, pero siempre tienen que estar relacionados con su ética profesional. También al emplear los géneros no están restando importancia a la noticia.

Los géneros periodísticos ayudan a comprender de manera más directa y fácil las noticias para poder informar al televidente.

En ese sentido, Cebrian (1998) asegura que:

El género noticia aborda los hechos- la unidad de acción – como un todo perfectamente organizado y estructurado para una mayor claridad. La noticia ofrece, con las matizaciones oportunas, el desarrollo de los hechos o exposición de las ideas como si todo estuviera concentrado en la relación instantánea, en tiempo presente y en un lugar próximo a la audiencia. (p.137)

El objetivo del género de la noticia es producir el interés de la audiencia y tratar de plasmar de manera clara y precisa los acontecimientos que están sucediendo basándose en las informaciones recopiladas. Asimismo, el periodista trata de exponer los acontecimientos tratando de cumplir con el mayor rigor profesional para informar a la población.

La importancia y responsabilidad que tiene el periodista al presentar de manera impecable y precisa las noticias, son dos de las cualidades que debe tener todo comunicador para poder informar a los televidentes.

Por esta razón, Barroso (1999) señala que:

El discurso informativo en televisión es el resultado de la forma de la expresión que asume el mensaje como consecuencia de la elaboración y tratamiento de la realidad mediante el lenguaje audiovisual.

En la producción del discurso intervienen múltiples factores: un sistema instrumental que propicia la disponibilidad de los elementos expresivos de ese lenguaje (imágenes icónicas, textos gráficos y sonidos) pero a la vez intervendrán técnicas peculiares de registro de esas imágenes (de encuadre, tamaño, iluminación, puesta en escena, etc.) que conforman el tratamiento audiovisual de la realidad. (p.185)

Para que el mensaje tenga una buena aceptación y logre impactar al televidente, es importante que se emplee un lenguaje simple, directo y coloquial, a esto se suma las otras herramientas que tiene la televisión a

diferencia de la radio o los periódicos. Estas ventajas son las que marcan la diferencia y hace que sea más atractivo al televidente, logrando captar más la atención de la audiencia, con un mejor conocimiento de la realidad.

Lamentablemente con el paso de los años, las noticias con contenidos negativos han ido cobrando mayor fuerza siendo la base principal de los informativos periodísticos.

Así mismo, Barroso (1999) sostiene que:

La realidad transmitida por los programas informativos, como consecuencia de este fenómeno de la espectacularización, se convierte en una realidad distinta, una telerrealidad o desrealización televisiva que se pone de manifiesto por la prioridad o protagonismo de lo insólito, excepcional o chocante como materia de máximo valor informativo. (p.214)

Las noticias que más aceptación tienen por las audiencias, son aquellas que emiten tragedias o exageran la realidad, logrando que los informes triviales obtengan mayor protagonismo. La ciudadanía ha transformado sus preferencias restándole importancia a las informaciones que contienen buenas noticias que ayudan a mejorar a la sociedad.

Los periodistas tienen la obligación de informar los hechos como sucedieron ya que son los encargados de informar adecuadamente a la población.

En ese sentido, Cebrian (2004) manifiesta que:

La televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos ocurridos en la sociedad. No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condicionantes, intereses y objetivos. Es algo que ocurre también en nuestra vida. Cada uno de nosotros contamos lo que vemos según como somos.

No existen principios absolutos sino relativos para transformar los hechos de la vida de una comunidad en relatos informativos. Todo depende de los planteamientos, los objetivos y los enfoques de los medios y de los profesionales. (p.15)

Las noticias jamás deben de ser inventadas, porque la credibilidad del periodista es lo más importante y es la carta de presentación que tiene. Al perder la credibilidad, se pierde la confianza de los televidentes o audiencia. Por ello, es importante que el reportero tenga claro cómo va a tratar la información y posteriormente publicarla.

Los periodistas deberían mantener firmes sus principios, como en décadas anteriores, en donde los valores periodísticos regían para informar de manera adecuada.

Por esta razón, Cebrian (2004) señala que:

La televisión ha cambiado, se ha transformado la concepción de la información y se han alterado los valores profesionales. El periodismo tradicional se ha sustentado en un conjunto de valores y en una ideología plasmadas en los diversos códigos deontológicos y sobre todo en un comportamiento similar ante los hechos que conllevan un cierto conflicto ético. Esto ha servido para una etapa en la que predominaba el sentido periodístico por encima de cualquier otro valor. Sin embargo, la competitividad entre los medios, y en particular entre los canales de televisión, ha conducido a situaciones en las que tales principios se marginan en pro del beneficio de la empresa y del éxito personal. Con este comportamiento los principios tradicionales han sufrido un descalabro. Hoy se trata de buscar otros fundamentos que permitan deslindar las fronteras entre la ética periodística y otros comportamientos para conocer dónde se encuentran los límites que ningún periodista debería sobrepasar. (p.193)

Desafortunadamente, en la actualidad, no todos los periodistas se basan en los principios que debería de regir en la profesión, sino que se dejan llevar por sus propios intereses para poder sobresalir o estar a merced de la empresa donde trabajan, desprestigiando la profesión. El deber de todo periodista es informar con veracidad para beneficiar a la sociedad.

1.2.1.1 Argumentos

Los formatos de los géneros informativos deben dar cuenta de una realidad con mayor aproximación a ella, para ello recurre a la práctica argumentativa, busca argumentos que permita convencer a los actores sociales, proporciona razones, sustentadas en la realidad, y al mismo tiempo en la búsqueda de la verdad y en la construcción de consensos. Sólo cuando los informativos televisivos encuentran esta condición, se puede decir que garantizan la práctica comunicativa.

En ese sentido, Habermas (1999) afirma que:

La fuerza de una argumentación se mide en un contexto dado por la pertinencia de las razones” la pertenencia de las razones se refiere a la capacidad que tiene la información o cualquiera sea el producto comunicativo de reflejar la realidad, pero además sea capaz de convencer a los actores sociales que participan en un proceso comunicativo, y lo que es más importante aún es que sea capaz de motivarlos a la aceptación del argumento que plantea el mensaje o el formato televisivo.
(p.36)

El autor también se refiere a los procesos de aprendizaje en los que la argumentación juega un rol importante, si no existe el “leit motiv”, no es posible lograr acciones comunicativas racionales, quiere decir sustentada en razones fundadas y fundamentadas. De la reflexión fundamentada, pasará con suma frecuencia a la acción, a la práctica, necesarias para cerrar el ciclo del proceso de aprendizaje, constituido por los conocimientos, actitud, aptitudes, habilidades y prácticas, se asume de esta manera que un formato televisivo de un género periodístico tiene como fundamento principal la generación de aprendizajes, a través de los argumentos que presenta.

La argumentación es uno de los elementos importantes que puede influenciar en la apreciación del televidente acerca de un tema relevante.

Según Breton (2014) sostiene que:

Querer definir la argumentación de forma radical, a la vez como uno de los elementos esenciales del mundo de la comunicación y como un ejercicio de la razón, entra en conflicto, desde el inicio, con una dificultad cuya naturaleza no podemos desestimar. Se puede formular en los siguientes términos: ¿existe la argumentación? ¿Encontramos «en la vida» un acto de comunicación que esté únicamente constituido por un razonamiento que vincule un orador y un auditorio y que permita transferir una opinión de un emisor a un receptor? ¿Podemos de verdad convencernos, es decir, cambiar uno mismo de posición, por un argumento? O, dicho de otra forma, ¿no existe en las relaciones entre los hombres una ilusión de argumentación que serviría para esconder el hecho de que en la comunicación todo sería estrategia, seducción, poder? (pp.51-52)

Es importante que las noticias de cualquier género periodístico, deban estar bien estructuradas y tener un buen argumento.

El argumento que se maneja debe ser claro y preciso, asimismo, tiene que ser lo más cercano a la realidad, para que el televidente no ponga en tela de juicio lo que ve, sino que le ayude a que tenga una posición sobre el tema que se está presentando.

Para poder influenciar o modificar algún concepto del público acerca de algún tema, es transcendental la argumentación.

En ese sentido, Breton (2014), señala que: “La argumentación pertenece, en efecto, a la familia de las acciones humanas cuyo objetivo es convencer. El objetivo de numerosas situaciones de comunicación es conseguir que una persona, un auditorio, un público adopten un comportamiento o compartan una opinión”. (p.12)

Para poder argumentar, es necesario tener la mayor cantidad de evidencias que respalden lo que se va informar como noticia. Hay que tener en cuenta que la argumentación que se propale, va influenciar de manera positiva o negativa en el público, haciendo que tengan una posición referente al tema y tratará de convencer a aquellos que no compartan sus mismas opiniones.

La argumentación que se emplea no debe ser insustancial, porque no tendrá el impacto que se necesita para convencer en la sociedad sobre el tema expuesto.

Por lo tanto, Breton (2014) manifiesta que:

El argumento del enmarcado es rico y variado. Puede basarse, por ejemplo, en una estrategia de presentación que consiste en mostrar al auditorio que no ha visto todo el alcance de uno de los puntos de vista que tanto defiende. Al ampliar el alcance, incluye la opinión que se le propone. (p.115)

Los reportajes que se emiten, deben permitir que el televidente forje su propia opinión sobre el tema que se plantea, asimismo, acceda a comprender de manera más profunda los acontecimientos, para ello el argumento empleado se deberá probar, refutar o justificar. Con todo esto se logrará ampliar los conocimientos y despertar el interés de la persona.

El ser humano es un ser sociable y comunicativo que comparte su punto de vista sobre temas que considera relevante.

En tal sentido, Montes de Oca (2011) señala que:

La argumentación se halla pues en las discusiones con amigos, familiares y otras personas con las cuales intercambiamos a diario, en las clases que impartimos, en los debates políticos, etc. Los tópicos que se utilizan en la argumentación presentan siempre un problema, un caso particular, una posición personal o ideológica, una conjetura o deducción, un aspecto sobre una idea general, un juicio, aserción, una crítica, etc. (s/p)

La comunicación nos permite interactuar con otras personas, pero cabe resaltar que en las conversaciones por más triviales que sean, está presente la argumentación o posición que tiene cada individuo. En la argumentación siempre van a defender sus creencias y la posición sin importar que sean censurados por sus opiniones vertidas.

Los argumentos deben ser sólidos y bien estructurados para que no puedan ser desbaratados ante otras opiniones.

En ese sentido, Carrascal (2016) señala que:

...un razonamiento o argumento lógico es un conjunto estructurado de proposiciones (premisas y conclusión). Este razonamiento es válido cuando la conclusión se deduce necesariamente de las premisas en virtud de la forma que estas tienen, es decir, cuando la verdad de las premisas se

transfiere necesariamente a la conclusión simplemente por la forma que tienen tanto las premisas como la conclusión. (p.14)

Es importante que la argumentación sea coherente para que no sea desbaratada ante las inconsistencias que se puedan presentar al ser confrontadas ante otra opinión. Cabe señalar, la importancia que las premisas sean precisas y tenga relación con la conclusión. También al estar bien estructurado resalta la capacidad que tiene la persona de defender su opinión.

1.2.1.2 Lenguaje

El lenguaje en la producción de los formatos informativos de la televisión cobra importancia, porque sin ella no sería posible dar cuenta de la realidad, expresar la complejidad de los hechos y fenómenos, o estructurar mensajes que se constituyen en “médium” entre los actores sociales. El lenguaje dependiendo de cómo se exprese, permitirá garantizar la efectividad del mensaje, vale decir de la aceptación de éste y su consecuente uso en la vida cotidiana de las personas.

Según Chomsky (2004) expresa que:

El lenguaje es el conjunto infinito de expresiones, (...) que permiten acceso a dos tipos de información, del sonido y del sentido, el autor señala que el lenguaje está estructurado de un conjunto de expresiones, formalizadas, por ello es importante señalar que sí el lenguaje es común a todos, el mensaje llegará con mayor precisión y la aceptación del mismo será mucho más fácil. (p.23)

El lenguaje en tanto conjunto de signos y símbolos, se refiere a una situación concreta expresa una cultura, precisamente aquí se encuentra la diferencia entre lengua y habla, es así que los actos individuales del habla son exteriorización práctica de los hábitos lingüísticos que están definidos por aspectos culturales, en los que la

percepción y la apreciación de la realidad están determinados por la cultura de las personas y en el caso concreto de los programas de la televisión informativa, las expresiones lingüísticas dan cuenta de la realidad social en el que se desenvuelven los periodistas.

El lenguaje para ser asumido como elemento de apropiación, requiere ser público, es decir todos deben compartir el significante.

El lenguaje permite que nos comuniquemos para poder expresar las ideas que se puedan tener, asimismo, este lenguaje cumple diferentes funciones.

En ese sentido, Colegio 24 hs (2004) sostiene que:

Por lo tanto podemos decir que las funciones del lenguaje son:

Función Informativa

El primer uso del lenguaje es comunicar información, y esto se realiza mediante el empleo de proposiciones, que son expresiones declarativas de las cuales puede decirse que son verdaderas o falsas. El discurso informativo es usado para describir el mundo y para razonar acerca de él. La ciencia nos ofrece los ejemplos más claros de este tipo de discurso.

Función Expresiva

El lenguaje tiene una función expresiva que puede darse de dos maneras:

1. Cuando se lo usa para dar expansión a sentimientos y emociones personales, pero no está destinado a despertar una actitud similar en otras personas.
2. Cuando, además, pretende despertar los mismos sentimientos o actitudes en sus oyentes.

Función Directiva

El lenguaje cumple una función directiva cuando se lo usa con el propósito de originar (o impedir) una acción manifiesta. Los

ejemplos más claros de discursos directivos son las órdenes y los pedidos.

Función Ejecutiva

En este caso el verbo principal de la oración es realizativo, es decir que el hablante realiza la acción que el verbo expresa.
(pp 5-10)

Cuando se emplea el lenguaje, se realiza con la intención específica de poder tener contacto comunicativo con otros individuos. Debido a ello, para poder analizar cada función del lenguaje de la mejor manera, se ha dividido en funciones ya que cada una tiene un propósito para poder provocar una determinada reacción en el receptor, como es en el caso de las noticias en torno al medio ambiente las cuales deben ser expresadas con toda la claridad posible ya que dicho tema presenta terminologías no muy conocidas por la población.

El lenguaje es muy importante porque nos permite expresar a través de las palabras y poder manifestar lo que sucede en el entorno.

Por tal motivo, Castruita (2010) sostiene que:

Lenguaje es la capacidad que el ser humano tiene para comunicar sus pensamientos, tal y como lo señalan algunos estudiosos. El lenguaje y el pensamiento son dos elementos autónomos que se unen a partir de situaciones comunes. Esto nos da una idea sólida para una mejor estructura del pensamiento, pues la lengua comunica una realidad, misma que se manifiesta en función del entorno social donde se vive. En otras palabras, la lengua es el medio que nos permite conocer la realidad que nos rodea. (p.14)

El lenguaje permite que la persona se interrelacione con otras, y sirve para que se desarrolle, integre y se forme. Asimismo, es una herramienta para poder expresar la posición o el pensamiento acerca de los acontecimientos que se considera importantes para el

individuo, y pueda defender su punto de vista si los demás no están de acuerdo con lo que se expresa.

Existe una variedad de lenguajes que la persona puede emplear para poder comunicarse con los demás.

Así lo manifiesta Castruita (2010) señalando que:

...el lenguaje tiene una expresión amplia, pero es necesario saber que, así como cada grupo humano tiene su propia lengua, también existen diversos tipos de lenguaje para la comunicación:

- a) Lenguaje oral.
- b) Lenguaje escrito.
- c) Lenguaje mímico.
- d). Lenguaje pictográfico.

Lengua oral y lengua escrita

El lenguaje oral se da cuando la comunicación se lleva a cabo mediante la palabra hablada. Esto constituye un factor importante en la convivencia de un grupo social determinado, o en cualquier sitio donde la actividad humana lo requiere.

Al lenguaje escrito se le conoce como gráfico, pues para su uso se requiere de una serie de signos llamados grafías, mismos que al pronunciarse se les denomina fonemas.

Lenguaje mímico

Es muy frecuente encontrar este lenguaje en muchos lugares comunes: un agente de tránsito en cualquier avenida; los jueces de línea en el fútbol, etcétera.

Lenguaje pictográfico

Este lenguaje se presenta por medio de signos. Así, un signo es un medio que nos permite entender algo o hacer saber algo a una persona o personas para comunicarse. Igualmente, es necesario decir que un signo tiene dos partes: La porción simbólica que se conforma por el dibujo, la flecha, etcétera, y el concepto, todo aquello que se comunica con una señal. (pp 14-18)

La manera para poder comunicarse con otras personas no solamente se basa en la comunicación oral, sino que también existen otras formas de comunicarse, así mismo, poder receptionar el mensaje que desea informar de manera precisa sin que exista confusión, evitando que el mensaje sea ambiguo y cause problemas en la comunicación.

La responsabilidad que tiene el periodista al emitir la noticia está en que el discurso debe estar bien estructurado para el receptor.

En tal sentido, Rubio (2016) manifiesta que:

Otra particularidad del lenguaje de las noticias de la televisión es la unidireccionalidad. Esto significa que en el momento de redactar una noticia debemos tener en cuenta que el discurso de un informativo de televisión no espera una respuesta inmediata del telespectador, que no puede intervenir. No sucede lo mismo en una conversación, en la que los interlocutores se interrumpen, afirman o niegan ideas expresadas, se contradicen uno al otro, discuten sobre el contenido del discurso. En una conversación se establece una interacción instantánea entre emisor y receptor, y entre los dos trenzan un discurso comprensible y coherente. En un teleinformativo, es el emisor, exclusivamente, quien tiene la responsabilidad de hacer comprensible el discurso. Esta responsabilidad obliga al periodista a respetar lo que establecen las máximas conversacionales, que garantizan un uso eficiente del lenguaje. A grandes rasgos, se supone que cuando dos personas hablan serán breves –máxima de cantidad–, dirán la verdad –máxima de calidad–, evitarán la oscuridad y la ambigüedad –máxima de manera–, y aportarán toda la información necesaria para que lo que dicen se entienda, pero no más –máxima de relevancia. Esto es lo que los telespectadores esperan: brevedad, veracidad, claridad y concisión. (p.27)

El discurso que emplea el periodista debe tener un estándar de calidad y no solamente debe pensar cómo se va a presentar la noticia, sino

también ponerse en lugar del televidente que no podrá en ese momento responder o dar juicios de valor sobre lo que ha visto. Es por ello, la importancia de cómo maneje el lenguaje y los criterios que utilice.

1.2.1.3 Imágenes

Se suele señalar con frecuencia que una imagen vale más que mil palabras, la contundencia se puede evidenciar en las prácticas frecuentes del periodismo, ella permite la percepción de la realidad, traduce una experiencia, un hecho. Se trata de una representación de la realidad, o dicho de otro modo de la modelación de la realidad con alguna aproximación a ella.

En tal sentido, Villafañe (2006), sostiene que:

El estudio de su naturaleza puede reducirse a dos grandes procesos: la percepción y la representación, (...) de la percepción dependen todos los mecanismos de selección de la realidad: la representación supone, a su vez, la explicitación de una forma particular de tal realidad. (p.30).

Referirse a la imagen supone en principio un primer acercamiento de la realidad, a través de la percepción que se tiene de la misma, y en segundo término la representación que de alguna manera es la fijación del objeto o de la realidad en la memoria, en el inconsciente de quién la observa.

Por tal motivo, Villafañe (2006) manifiesta que:

Las representaciones modelizan la realidad restituyendo sólo algunas características visuales pertinentes de dicha realidad. Esto no quiere decir que una representación medianamente abstracta sea completada por el observador hasta llegar a una copia mimética. El observador infiere la realidad a partir de unos rasgos pertinentes y genéricos, que son los que la representación le ofrece. La modelización simbólica implica una transferencia de la imagen a la realidad. (p.37)

Las representaciones de una realidad les presentan a los televidentes elementos identificadores de la realidad, porque serán los actores sociales consumidores de los informativos televisivos los que tengan rasgos medianamente aceptables por todos y que la imagen le represente. La desvirtuación de ella, tienen implicancia ética porque deforma la realidad. En relación a los hechos noticiosos sobre la problemática ambiental, tiene que primar la imparcialidad en la propalación de las imágenes y no estar sujeta a intereses creados.

El soporte visual que se emplea en la televisión es el conjunto de los elementos que hacen visible el mensaje.

En ese sentido, Regalado (2008) señala que:

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico susceptible de subsistir a través del tiempo (A. Moles, cit. por Rafael Gómez, 2001:40). Las imágenes visuales son instrumentos intencionalmente producidos para transmitir determinados mensajes, se plasman en soportes materiales y su nivel de iconicidad es decidido por el emisor. (p.57)

La televisión ha logrado posicionarse a través de los años debido a que tiene un valor agregado y diferencial que es la imagen.

Estas imágenes llevan consigo el mensaje de manera visual que permite que el receptor pueda ver los acontecimientos que están sucediendo informándose adecuadamente y poder generar su propio concepto.

Es importante que la imagen tenga sonido ya que se complementan y permiten que el mensaje sea más eficaz.

En tal sentido, Villafañe (2014) señala que:

... la relación entre la imagen y la realidad resulta insoslayable, se hace igualmente necesario adoptar una posición conceptual respecto a estos dos fenómenos, además de explicar cuáles son las posibles relaciones entre ambos y los modos de modelización icónica de la realidad. (p.15)

En la sociedad en que vivimos, la cual se denomina “La sociedad multimedia”, es difícil imaginar la imagen separada del audio, ya que si faltaría una de estas unidades, no lograrían el efecto esperado en la teleaudiencia, y la televisión ya no sería considerada un medio de comunicación de masas.

Los programas transmitidos en la televisión están basados en el trabajo de un equipo profesional que se guía de los estándares establecidos.

Por este motivo, Romero (2009) señala que:

El diseño y producción de las imágenes en televisión corresponde hoy día a un esquema estandarizado y aceptado convencionalmente en todos los países. La operación de los instrumentos necesarios para poner en funcionamiento una estación transmisora, exige la colaboración continua y sincronizada de un numeroso equipo humano, entre profesionales, técnicos y personal administrativo. (p.17)

Los recursos humanos y técnicos permiten que se elaboren los programas televisivos basándose en los esquemas estandarizados logrando que se cumplan los objetivos establecidos. Es importante que todo el equipo este comprometido con el papel que desempeñan para poder presentar un programada de calidad que llegue al televidente.

1.2.2 Cultura Ambiental

La cultura ambiental se expresa en los valores, quiere decir la jerarquización e importancia asignada a los hechos y a los fenómenos, se expresa igualmente en los conocimientos, actitudes y en las prácticas, que se sustenta en las acciones individuales o colectivas, en el quehacer de las personas que consumen los programas de televisión.

La sociedad ha tomado una postura de interés a la cultura ambiental, asimismo, se ha concientizado ante la problemática que presenta el planeta.

En ese sentido, Velázquez y Fernández (1998) sostienen que:

...la cultura ambiental expresa hasta qué medida se ha comprendido la problemática ambiental y qué se está dispuesto a hacer para colaborar a su solución. La contribución a mantener limpios los entornos naturales y urbanos, el uso de contenedores de reciclaje o la renuncia al abuso del vehículo particular, son algunos aspectos que hablarían positivamente de una sociedad ambientalmente culta. (p.191)

Cada vez se suman personas que se concientizan en apoyar la cultura ambiental y la responsabilidad que tienen para preservar el planeta. La actitud de la gente, por ejemplo manteniendo el cuidado de los lugares públicos, o desde su hogares, con la clasificación de los desechos orgánicos e

inorgánicos, ha originado que este comportamiento se intensifique en la sociedad cambiando notoriamente el estilo de vida.

En la sociedad actual, es necesario modificar la visión que se tiene frente a los problemas ambientales, actuando y fomentando la cultura ambiental.

Por tal motivo, Velásquez y Fernández (1998) señalan que:

La cultura ambiental no es, por lo tanto, una exquisitez del comportamiento ciudadano, sino una faceta cívica y, si bien es verdad que se practican fuertes muestras de solidaridad con las poblaciones más necesitadas, la “solidaridad ambiental” profundiza más en su contenido, puesto que no se trata de ayudar a cualquier precio sino en línea con el desarrollo sostenible de los pueblos necesitados. (p.192)

Fomentar la cultura ambiental, es garantizar un futuro mejor para las actuales y próximas generaciones, respetando el planeta y mejorando la calidad de vida. Es importante entender que la falta de cultura ambiental, conlleva a que se deprenden los recursos naturales ocasionando la destrucción de los territorios y de los pueblos.

El futuro del planeta depende de cada persona que tome conciencia y sea parte de la cultura ambiental logrando fomentarla a otras personas.

En ese sentido, Velásquez y Fernández (1998) afirman que:

La cultura ambiental no puede tampoco entenderse sólo por sus aspectos prácticos: al prevenir los incendios forestales no se garantiza solamente la conservación de un recurso o la previsión de las emisiones de CO₂ sino el mantenimiento de un entorno de vida, pues además del valor intrínseco que cada ser vivo tiene, todo está relacionado con todo,

y el futuro, aunque lo escribamos los seres humanos, compromete y tiene que ver con todas las formas que comparten la existencia.

Para que esa cultura ambiental sea realidad y presencia permanente en nuestra sociedad, hay una vía imprescindible: la educación ambiental. Ya se habrá advertido que no es enseñanza ni información, sino educación, de ahí que su metodología esté enfocada hacia la interiorización de los valores ambientales. La educación ambiental debe considerar todos los ámbitos posibles y uno, inexcusablemente es el escolar. Por ello, profesores y maestros deben considerar seriamente esta disciplina para que no falte en ningún centro ni nivel educativo. (pp.192-193)

En algunos centros educativos, la falta de conciencia ambiental está perjudicando al planeta y a todo ser viviente. Es importante que desde las aulas, se realice un ambiente de formación referente a los cambios climáticos que se están presentando.

Los especialistas en temas ambientales tienen la experiencia y los conocimientos adecuados para llevar a cabo los diversos procesos en pro del medio ambiente.

Por tal razón, Ramsay y Beltrán (1997) manifiestan que:

Un conjunto de ideas comprendido en los principios de la cultura ambiental corresponde al nivel de conocimiento que se tiene de los ecosistemas y del ambiente y de la forma como se aplica este tipo de conocimientos. La idea fundamental en este aspecto es la de actuar con un conocimiento previo del ambiente, de esta forma se evitará errores y se podrá establecer mejor los elementos que deben ser preservados, reemplazados, etc. y hasta qué grado es posible una intervención y por lo tanto que tipo de tecnología puede ser utilizada. (pp. 450-451)

La importancia de tener conocimiento acerca del ecosistema y del ambiente, permitirá que se desarrollen estrategias trascendentales que ayudaran a mejorar la conservación del medio ambiente. También una de las herramientas importantes es la tecnología que logrará que haya más eficacia y rapidez para obtener resultados positivos.

Se ha producido una degradación del planeta, debido a que el ser humano no era consciente del daño que hacía al medio ambiente y al consumo indiscriminado de los recursos naturales.

Por tal motivo, Castillo y Gonzáles (2009) señalan que:

Ante los procesos de degradación ambiental y agotamiento de los recursos naturales, el manejo de ecosistemas ha sido planteado como una alternativa que utiliza la investigación ecológica y el monitoreo para adaptar el manejo a cambios en sistemas socioecológicos complejos (p.71)

Al hacer referencia sobre temas ambientales hay que tener en cuenta que ha sido necesario el surgimiento de varias subdisciplinas, debido a la alta complejidad y éstas ayudan a analizar la problemática, buscando soluciones adecuadas. Debido a ello, el ecosistema es muy complejo pero está en relación de la naturaleza que ayuda a comprender al detalle los temas relacionados con el ambiente.

El estado debería tomar importancia y valorar los recursos naturales y ambientales que se tienen, dándole un valor monetario para poder salvaguardar y protegerlos.

En ese sentido, Mantilla, Vergel y López (2005) señalan que:

Los recursos naturales y ambientales son alterados con mayor frecuencia en los procesos propios de la actividad económica, lo cual implica la adopción de patrones de valoración y variables comparables con los parámetros utilizados en la evaluación económica, si se quiere llegar a un juicio preciso o lo más aproximado para la determinación del grado de sostenibilidad. Es decir, en la evaluación de la sostenibilidad ambiental como elemento imprescindible del verdadero desarrollo de una nación, se debe establecer valores monetarios para los recursos ambientales y sus cambios, por su estrecha relación con la supervivencia y el bienestar del hombre, propósito central de la economía.

Medir la sostenibilidad ambiental tiene como fin asegurar información que sirva para evaluar la eficiencia y eficacia de la política ambiental, de conservación, mantenimiento y recuperación de los recursos naturales renovables y no renovables, identificando condiciones de bienestar en la comunidad, como resultado de su interrelación con la naturaleza. (p.27)

Es trascendental colocar un costo o precio a los recursos naturales que son empleados como insumos por empresas que lucran, ya que un porcentaje de éstos no son renovables. Por lo tanto, la valorización económica beneficiará a la sociedad y al medio ambiente, pero estos ingresos deben ser invertidos en fomentar la conservación.

Es importante contar con una filosofía ambiental porque ayudará a establecer lineamientos y funciones que deben realizar los defensores del medio ambiente.

En ese sentido, Kwiatkowska y Issa (2003) sostienen que:

La filosofía ambiental podría servir como:

1. Una guía para los activistas ambientalistas en busca de justificaciones éticas para sus actividades en defensa de otros animales y ecosistemas.

2. Una ética aplicada para administradores de recursos.
3. Un instrumento general para quienes dictan las políticas, ayudándoles a delinear de manera más responsable las políticas ambientalistas.
4. Un faro para el público en general, tratando de expandir sus nociones de obligación más allá de los confines tradicionales de las preocupaciones morales (centradas en los humanos) (p.248)

Tener una guía acerca de filosofía ambiental proporcionará pautas que permitirán orientar los principios o procedimientos de las buenas prácticas ambientales que ayuden a fomentar y desarrollarse en la sociedad. Asimismo, indicará el rol que desempeñara cada sector de la sociedad en diversos sectores: la política, el estado, la educación, los medios de comunicación, entre otros.

El deterioro de los recursos ambientales está ocasionando serias consecuencias al planeta.

Mondéjar (2014) señala que:

El conflicto ambiental implica por tanto una afectación a un ecosistema, o problemas concretos de algún aspecto del mismo pero en todo caso supone una afección al equilibrio ecológico. Cuando nos encontramos ante un conflicto ambiental, se hará referencia a una situación de estas características, en la cual la agresión al medio ambiente es el componente de disputa. Para resolver un conflicto ambiental, no existen soluciones aisladas sino que se trata de un proceso multidisciplinario que deberá contemplar otras disciplinas como la economía y la política que tienen gran peso, pero además se han de evaluar las consecuencias que dicha solución tendrá a corto y largo plazo para la sociedad en su conjunto. (p.47)

Los daños que se ocasionan al medio ambiente ponen en peligro los recursos naturales, así como la flora y fauna, por tal motivo muchos sectores están involucrados en la solución a dicha problemática. Los desastres ocasionados por la negligencia del ser humano en contra de su hábitat está afectando la supervivencia de las futuras generaciones.

1.2.2.1 Aprendizajes

Como señala Habermas, la fundamentación de los hechos va emparejada a la de aprendizajes, en la medida en que la acción racional significa la búsqueda de hechos y expresión de la realidad, por ello ponen el énfasis en cómo una argumentación es capaz de generar aprendizajes, vale decir la aprehensión de sucesos, secuencias, procesos, sobre el particular, señala Ausbel (1985) se refiere a la importancia que tienen los aprendizajes significativos, en la medida en que la persona es capaz de reproducir, conocimientos, habilidades y destrezas en situaciones y circunstancias diferentes a la que generó el proceso de aprendizaje, vale decir que los conocimientos se aplican en cualquier circunstancia, porque se remitió al inconsciente colectivo, desde el que se filtrará cuando se requiere asumir la solución de un problema o enfrentar una situación concreta como es el caso de la gestión de residuos sólidos, que requiere conocimientos, habilidades, destrezas y prácticas muy bien fundamentadas.

El ser humano siempre está en un proceso de aprender, que le permitirá cambiar actitudes, valores y lo pondrá en práctica en el medio que se desenvuelve.

En ese sentido, la Universidad Nacional de Educación a distancia (2002) sostiene que:

...aunque existen múltiples definiciones para referirse al aprendizaje, en el contexto de esta asignatura entenderemos por aprendizaje « cualquier cambio duradero en el repertorio conductual de un organismo que tiene lugar como resultado de la experiencia con los acontecimientos ambientales. (p.36)

Aprender de cultura ambiental permitirá que las personas cambien su visión y actitud acerca de la importancia y conservación del planeta.

Esté cambio ayudará que se cree una concientización en la conducta, y fomentará que la sociedad asuma una posición favorable en su comportamiento evitando el abuso de la destrucción del ecosistema.

El aprendizaje adquirido, se debe fomentar en la sociedad y orientar a la recuperación y preservación del ecosistema.

Por esta razón, Rodríguez y Serna (2015) señalan que:

El abordaje del aprendizaje y el cambio que aquí se propone recupera los desarrollos enriquecidos de la sistémica y de la ecología, entendiéndolos desde una postura abierta a los desafíos de la complejidad. Se puede decir, entonces, que es un enfoque soportado en la organización interaccional de los medios o los entornos donde la generación permanente de diferenciaciones supone contingencias creadoras. Estas contingencias creadoras emergentes están en la base de los recursos con los cuales los sistemas ecológicamente entendidos se realizan en las experiencias. Hay, en ese sentido, una idea del aprendizaje y el cambio que, en medio de los encuadres de los contextos, crea en la experiencia. (p.16)

Con los conocimientos adquiridos, es más fácil desempeñar un rol más activo en la protección y apoyo a la preservación del ecosistema.

También permite que se organicen de manera más eficaz y se pueda dar una difusión con una mayor estrategia que logre sumar a más personas comprometidas con la protección del medio ambiente, el ecosistema generando un cambio que beneficie a la sociedad.

Para poder modificar la conducta es necesario dar estímulos o vínculos que cambien su comportamiento en el entorno que se encuentra.

En ese sentido, Gallardo y Camacho (2008) manifiestan que:

La modificación relativamente permanente de la conducta refleja, operante o cognitiva del sujeto debida a la exposición a situaciones estimulares o a la actividad práctica, bien física, bien cognitiva, que no puede ser atribuida a pautas de comportamiento innatas, a situaciones transitorias del organismo o al desarrollo madurativo. (p.23)

Debido a los acontecimientos que se han reflejado en el planeta por el cambio climático, su influencia ha hecho que las personas modifiquen su comportamiento teniendo una actitud más sensible y concientizadora sobre lo que está sucediendo con el ecosistema y los recursos naturales. Sus actitudes no se basan en palabras, sino en acciones a partir de la implementación de políticas y programas de gestión ambiental.

El aprendizaje permite adquirir nuevos conocimientos que se pone en práctica ante situaciones que se presentan en un entorno social.

Por tal motivo, Echeverría (2009) señala que:

El aprendizaje es aquella acción que nos conduce a un cambio de la acción. Ese es su propósito: llegar a hacer lo que antes no hacíamos y, muchas veces, lo que antes no podíamos hacer. Un resultado insatisfactorio es por definición el producto de una acción inefectiva. Al comportarnos de la manera que lo hicimos no logramos incrementar nuestro nivel de satisfacción.
(p.37)

Los cambios de actitudes están basados en el aprendizaje que permite a la persona desenvolverse con los demás. Todo aprendizaje promueve el cambio para mejorar en las áreas que se están fallando y se logre los objetivos a los que se quiere llegar, permitiendo el desarrollo que vive la persona. Hay que resaltar que el ser humano tiene ciertos hábitos mentales que debe cambiar y esto significa el aprender a desaprender.

1.2.2.2 Actitudes

Las actitudes se asumen como la disposición que tienen las personas hacia una situación u objeto, esta disposición siendo positiva permitirá acondicionar a las personas hacia una predisposición para actuar o valorar los hechos, siendo de carácter individual y subjetiva, tienen relación directa con los valores, que determina que las personas opten por una situación u otra, o simplemente le asignan mayor valoración, y actúen en función de ella, como en este caso la construcción de una cultura ambiental, requiere en principio de una valoración de la vida, de la calidad del medio ambiente, de la flora y fauna que se verá afectada si las personas no valoran la administración racional de cuanto existe en el contexto y sobre todo en la gestión de los residuos sólidos, así se admite que las personas que tengan actitud positiva lograrán tener prácticas racionales.

Las actitudes tienen un componente cognitivo que tienen relación directa con los conocimientos, la información que se le proporciona sobre los diferentes procesos de la gestión ambiental de los residuos

sólidos a través de los noticieros de la televisión, el otro componente es el afectivo, que se refiere a los sentimientos, emociones y afectos, y el conductual que es la disposición final asociado al objeto y el sujeto.

En ese sentido, Allport (citado por Parales- & Vizcaíno-Gutiérrez 2007), indica que:

En la historia de las actitudes, la individualización las alejó de su esencia social, convirtiéndolas en fenómenos mentales, internos, concepción que permanece vigente, (...) Convertidas en manifestaciones individuales, las actitudes designan procesos interiores, estados neuronales que orientan la disposición a la acción Desde esa perspectiva convencional, las actitudes son antecedentes del comportamiento y por lo tanto su estudio se considera prerrequisito para la predicción de la acción. (s/p)

Las actitudes constituyen estados mentales ligados fuertemente con los valores, desde el tránsito hacia la acción será garantizada de manera exitosa, tanto más porque está en el inconsciente de las personas, debiendo pasar a formar parte de la memoria colectiva de un grupo social, en la que es posible identificar las representaciones sociales que guiarán todos los procesos.

La representación social permite construir imaginarios colectivos a partir del respeto bien fundado hacia la naturaleza, donde con alguna frecuencia se suele hacer intervenciones que resultan siendo atentatorias contra lo tradicional o lo que es más relevante.

Las actitudes se refieren al comportamiento que se tiene ante las circunstancias que pueden suscitarse en la vida de las personas.

Por tal motivo, Ibañez (2004) manifiesta que: “La actitud, ha sido entendida como una predisposición interna del individuo. Y como podremos ver, la manera de concebir esta predisposición ha ido variando: a menudo se le ha dado un carácter afectivo, pero también cognitivo y conductual”. (p.132)

Frente a situaciones inesperadas, cada persona actúa de manera diferente, este comportamiento se denomina actitud. Estas actitudes dan a conocer las posiciones que tienen reflejando sus sentimientos, opiniones y conocimientos que pueden ser positivas o negativas y que está estrechamente ligado a la personalidad.

Las transmisiones que difunden los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva sobre distintos sucesos que están aconteciendo.

En tal sentido, Ibañez (2004) señala que:

Los medios de comunicación tienen también un papel muy importante en la configuración de actitudes debido a que en sus informaciones, programas y publicidad transmiten también valores, opiniones, modelos, etc. que las personas pueden adoptar. De todas formas, los estudios empíricos sobre la influencia en adultos de los medios de comunicación –en especial la televisión– no son concluyentes. (p.146)

Conforme ha ido evolucionando la sociedad, los medios de comunicación también se han mediatizado, logrando ejercer una gran influencia en la sociedad sobre distintos sucesos, permitiendo que se genere distintos climas de opinión sobre acontecimientos sociales, económicos y políticos focalizando la atención del público o receptor. En lo que respecta a la problemática medio ambiental, la difusión de las noticias acerca de estos temas, ha originado que diversos sectores

de la sociedad, muestren una actitud de rechazo protesta contra todo aquello que afecte su hábitat y el medio ambiente.

Las actitudes pueden ser aprendidas o adquiridas y se basan en lo cognitivo que son los conocimientos previos que se tienen, y las motivacionales.

Por esta razón, Ibañez (2004) manifiesta que:

Hay teorizaciones que parten de la premisa de que las actitudes son útiles y cumplen funciones importantes para las personas. Dichas funciones pueden ser divididas en motivacionales y cognitivas, y mientras que las primeras nos presentan las actitudes como respuestas a necesidades individuales o de grupo, las segundas se centrarán en el impacto que tienen en el procesamiento de la información. Ahora bien, un problema de estas teorías es que asumen que las actitudes son útiles para personas individuales, pero sin embargo, a menudo la funcionalidad de las actitudes no está en relación con las necesidades personales de un sujeto, sino con las necesidades e ideología del grupo al cual las actitudes remiten. (p.148)

Para entender mejor las actitudes del ser humano, hay que entender las predisposiciones que pueden ser complejas en la interacción social. Estas actitudes pueden cambiar o mantenerse dependiendo de la información que se maneje. Las actitudes motivacionales y cognitivas son maneras de reaccionar en la vida, y cómo es interpretada de forma individual por cada persona. Sin embargo, cuando se trata de la necesidad de la sociedad o de un grupo, se va a tener una actitud que buscará el bien común o beneficio de todos los integrantes.

Para conocer a una persona es necesario analizar sus actitudes y éstas darán a conocer la personalidad y el comportamiento que tiene.

En ese sentido, Moral e Igartua (2005) señalan que:

Una de las claves que pueden explicar el éxito alcanzado por las actitudes se deriva de su vinculación a la conducta. Conocer cuáles son las preferencias y las actitudes de una persona en torno a un tema determinado, “supone” la posibilidad de poder predecir su conducta, es decir, que las actitudes son indicadores de cómo se van a comportar las personas en el futuro. Y esto es algo que no sólo interesa a la Psicología, sino que también se convierte en un objetivo prioritario para otras disciplinas de las Ciencias Sociales: Economía, Sociología, Política, etc. Pero resulta curioso que, a pesar del interés científico que han suscitado las actitudes, en torno a su naturaleza y existencia, sigue habiendo una gran incertidumbre académica y científica. La respuesta a esta falta de acuerdo hay que buscarla en el hecho de que las actitudes no son algo observable, su existencia no se puede mostrar empíricamente y, más bien, hay que entenderlas como una construcción teórica derivada de su observación indirecta de comportamientos externos, especialmente de los verbales. Por tanto, su constatación viene dada por la presencia de opiniones, ideas, juicios o reacciones afectivas, en las respuestas dadas por las personas en una situación determinada (Pastor, 1994). Las actitudes, desde un punto vista funcional, ayudan a las personas a expresar aspectos fundamentales de su interior, y también facilitan la comprensión del mundo exterior, organizando y simplificando la multitud de estímulos que provienen del ambiente. (p.72)

La manera de proceder del individuo ante ciertas circunstancias no solamente es de interés de una ciencia, debido a que estudiar al ser

humano es muy complejo. Esta complejidad no se basa únicamente en la observación, sino que se tiene que emplear otras herramientas que permitan determinar la posición que tendrá la persona ante situaciones que se le presenta en la vida diaria.

Las actitudes son respuesta que se tiene ante los actos externos donde se manifiesta un comportamiento.

Por esta razón, Cortina (2006) citando a Park señala que:

Existen cuatro criterios para la definición de una actitud:

1) Debe tener una orientación definida en el mundo de los objetos o valores y por esto se diferencia de los reflejos simples o condicionados.

2) No debe ser un tipo de conducta tensión aun cuando esté latente, automática o rutinaria, sino que debe desplegar alguna tensión aun cuando esté latente.

3) Debe variar ineficiente en intensidad, estando algunas veces imperante y otras veces relativamente ineficiente.

4) Están enraizadas en experiencias y por lo tanto no son simples instintos. (p.90)

Para considerar que un comportamiento es una actitud, se debe comprender que la persona tenga sus valores sociales que suelen ser la familia, dinero, amistad, amor, entre otros, los cuáles deben estar definidos ante factores externos de la sociedad. También puede

existir hostilidad o desacuerdo ante ciertos temas, y allí también se puede medir el comportamiento del individuo. Estas acciones están basadas a las experiencias previas que ha tenido en el transcurso de su vida.

1.2.2.3 Respeto

Uno de los valores éticos difundidos es el respeto a las personas, objetos, situaciones y principalmente el respeto por la vida, la diversidad cultural, y por tanto el respeto por el medio ambiente, con el que se garantiza el desarrollo pleno, y por tanto el desarrollo sostenible que es lo mismo que decir desarrollo económico, social y ambiental. Los informativos que abordan los problemas ambientales lo hacen con conocimiento pleno de su responsabilidad social que tienen como medios para garantizar su rol protagónico en la construcción de ciudades más sostenibles pero también conscientes de la función solidaria con todos los espacios en el que el hombre realiza actividades que no deben afectar los entornos.

El respeto se configura y se expresa en los actos, por tal motivo, Frankea, citado por Taylor, 2005, señala que: “Para que una criatura sea digna de consideración moral, es su capacidad de sentir”. (s/p)

El autor hace referencia a uno de los aspectos importantes de la cultura ética que es el afectivo, pasando por el de conocimientos, quien no conoce es incapaz de sentir, por ello el rol protagónico de los programas de televisión informativos, de generar conocimientos para luego sensibilizar a los actores sociales sobre problemas ambientales como los de la gestión de los residuos sólidos.

La capacidad de sentir se relaciona de manera directa con la actitud, es así que adoptar una actitud de respeto por la naturaleza será una condición fundamental para determinar que las personas tienen respeto por la vida, por cuanto les rodea. Estas se constituyen en

razones fundamentales para tener una disposición positiva; tener actitud supone asumir un conjunto de disposiciones: La disposición para promover o proteger el bien de cosas vivientes silvestres como un fin último y desinteresado, así como la disposición para llevar a cabo acciones por la razón de que tienden a realizar ese fin, vemos que tales disposiciones comprometen a una persona con los principios de consideración moral y de valor intrínseco.

A la hora actual frente a los evidentes problemas ambientales, es necesario tener diferentes tipos de actitudes que es lo mismo que decir bajo la propuesta de Taylor que se debe asumir disposiciones para la conservación de los seres vivos incluido los silvestres, así mismo tener disposición para actuar y asumir acciones concretas, sólo en esta medida se puede afirmar que las personas poseen valores éticos.

El respeto permite que se viva de manera armónica con las otras personas del entorno, y también con el medio ambiente.

En ese sentido, Esquirol (2006) sostiene que:

...el respeto es una actitud ética que nos vincula directamente con las cosas, con el mundo. No es que pretenda con esto resucitar viejos y más o menos ingenuos realismos; después de algunas lecciones de la filosofía moderna, ya no es posible obviar la centralidad de la persona en tanto que sujeto cognoscente, y, sin embargo, eso no quita que, como también se ha intentado abordar en algunos planteamientos contemporáneos, se ensaye una filosofía que gire en torno a la pregnante relación entre el yo y el mundo. (p.10).

El respeto es una de las bases importantes que permite convivir con otras personas estableciendo la reciprocidad. También está

relacionado con valorar a las personas que son diferentes a uno para vivir en armonía en la sociedad. Es importante el autovalorarse a pesar de los errores o debilidades que se puedan cometer, se tiene que tener una actitud de respeto a sí mismo y reconocerse como ser único. El respeto garantiza una sana convivencia entre todos aquellos que protegen los recursos naturales, el medio ambiente, etc.

La manera de tratar a otra persona o cómo deseamos ser tratados, son formas de respeto y reconocimiento de valor propio.

Por tal motivo, Sánchez (2014) sostiene que: "...La forma como hablamos y como nos dedicamos a escuchar al otro, o sea, la naturaleza de nuestras acciones, demuestran respeto. Es necesario rescatar el amor propio de cada uno para respetar al otro". (p.30)

El respeto es una de las acciones más importantes que reflejan la calidad de ser humano, y hace la diferencia con los demás. Asimismo, tolerar esas diferencias y ponerlas en práctica demuestra el auto respeto que se tiene a no juzgar negativamente a los demás.

1.2.2.4 Prácticas o acciones

Las cuatro acciones que propone Weber son muy importantes, el primero se resume en la racionalidad que persigue fines, el segundo hace referencia a la acción sustentada en los valores, lindando con los principios éticos de cada persona, grupo social que de alguna manera inspira el accionar de las personas, el tercero se refiere a la acción afectiva y la tradicional, todas ellas de acuerdo al autor se combinan en diferentes situaciones, sin embargo las que tienen mayor preponderancia son las sustentadas en la racionalidad, en tanto que le resta menos importancia a aquellas determinadoras por los afectos.

La acción, pues, responde a la libre decisión del sujeto; se origina, se decide y se realiza por el sujeto actuante, de acuerdo con el complejo sistema de pensamiento del sujeto; es él quien en primer término imprime significado a su decisión de actuar, ponderando la trascendencia externa que puede alcanzar para sí y para otros su actuación.

Las acciones conforme señala cobran significado en la medida en que el actor social le confiera significado, teniendo en cuenta el valor que pudiera tener su accionar tanto para la persona que asume una acción así como para la otra persona en términos colectivos. Se trata de asumir las acciones generadas por los informativos televisivos en la práctica, en el accionar cotidiano frente a los problemas ambientales y particularmente frente a los residuos sólidos.

Las acciones que se realizan pueden ser percibidas de diversas maneras causando puntos de vistas diferentes en el público.

En ese sentido, Campos (1985) señala que:

... un mismo acto puede ser percibido con significados sumamente variables por quienes lo observan o conocen.

Hay actos que por su propia naturaleza resultan particularmente “polémicos” (por ejemplo las actuaciones de un líder político).

Otros pueden motivar un alto grado de consenso dentro de un sistema social dado.

Estas diferencias posibles tienen que ver con los motivos, significado y consecuencias de los actos de los otros. Es sumamente importante advertir cómo, en muchas oportunidades, la coincidencia respecto a las consecuencias de un acto puede contrastar con una aguda divergencia en

relación con sus motivos. Por ejemplo, los miembros de una comunidad pueden concordar en cuanto al efecto negativo del consumo de drogas pero diferir mucho en cuanto a la “explicación” del fenómeno. (p.385)

La manera como se enfoca algunos temas que pueden ser polémicos, llega a generar en el público una recepción diferente a lo que se quiere transmitir, causando diferentes puntos de vistas que pueden generar conflictos. A pesar que este bien planteado y se haya tratado de explicar de manera clara o precisa, van a existir casos de grupos que no les va ser suficiente porque se van a resistir a modificar su posición.

Una de las formas de modificar las ideas o posturas acerca de un tema no es sólo con palabras, sino demostrando con acciones y que logren influir en los demás.

Por esta razón, Álvaro (2007) señala que:

Los seres humanos son capaces de transformar la realidad social a través de sus acciones. Si las estructuras sociales ponen límites a nuestras acciones, las personas también tenemos la capacidad de transformar, a través de la acción compartida, dichas estructuras sociales. La paradoja del ser humano viene definida por la capacidad de influir y ser influido, de estar constreñido en sus acciones y, al mismo tiempo, tener la capacidad de trascender dichas limitaciones. (pp. 74-75)

Para poder influir en la sociedad, no solo basta con tener conocimientos del tema, sino tener la capacidad de influenciar a las personas, aunque esto conlleve a romper todo esquema social que no permita lograr los objetivos a los que se ha trazado el emisor, y a esto se suma que las acciones que se realicen tiene que estar ligado o

acorde a lo que pregona para poder causar un verdadero impacto en el entorno que se desenvuelve.

1.3 Definición de términos básicos

Aprehensión. Es un proceso simple del pensamiento por el que se capta (se comprende y se convierte en contenido mental) la información percibida.

Audiencia. Es el término que se emplea para señalar a aquellas personas que presencian, un acontecimiento, suceso o evento.

Cambio climático. Es el conjunto de perturbaciones a gran escala que se han suscitado en el planeta desde que comenzó el uso desmedido de gases contaminantes.

CO₂. Es un compuesto natural que es esencial para el ciclo biológico de las plantas y cosechas.

Comportamiento. Es la manera que tienen las personas, animales o cualquier organismo a reaccionar en relación al entorno que habitan o que los rodea.

Comunicación visual. Es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos.

Desarrollo sostenible. Es aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

Ecosistema. Es el conjunto formado por los seres vivos y los elementos no vivos del ambiente y la relación vital que se establece entre ellos.

Estrategia. Es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.

Ética. Es una rama de la filosofía relacionada con la naturaleza del juicio moral, que medita sobre lo que es correcto o incorrecto.

Género periodístico. Son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace.

Gestión ambiental. Es el conjunto de acciones encaminadas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión relativo a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente.

Información. Es un grupo organizado de datos procesados que integran un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno.

Lingüística. Es una disciplina que se encarga del estudio científico y profundo de las lenguas naturales.

Medio ambiente. Es el espacio en el que se desarrolla la vida de los seres vivos y que permite la interacción de los mismos.

Razonamiento. Es la capacidad del ser humano de que con un ordenamiento de sus pensamientos pueda generar una idea lógica.

Residuos sólidos. Son materiales que se desechan después de que se haya realizado un trabajo.

Sociedad. Es la totalidad de individuos que guardan relaciones los unos con los otros.

Televisión. Es un sistema de transmisión de imágenes y sonido a distancia a través de ondas hertzianas.

Valores. Son todos aquellos actos que permiten la libre convivencia de los seres humanos en el mundo.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Formulación de hipótesis

2.1.1 Hipótesis general

LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN, se relaciona significativamente con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

2.1.2 Hipótesis específicas

Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Definición de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">(X)</p> <p style="text-align: center;">LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN</p>	<p>Según Bernabeu (2012) La noticia es la información de un hecho de interés recientemente. Constituye el elemento primordial de la información periodística y el género básico del periodismo.(p.12)</p>

<p>X1- Argumentos</p>	<p>Según Breton (2014) La argumentación está profundamente ligada al lenguaje humano, del que es una de las mayores posibilidades. Solo es necesario que una cultura le dedique espacio para que dicho potencial se desarrolle. (p.25)</p>
<p>X2- Lenguaje</p>	<p>Según Morales (2004) Entendemos por lenguaje natural o común, el lenguaje que utilizan las distintas colectividades de una sociedad en su vida cotidiana. El lenguaje natural ha sido elemento de discusión a través de la historia, respecto a sus posibilidades de ser instrumento confiable de “conocimiento objetivo de la realidad” y de su comunicación. (p.49)</p>
<p>X3- Imágenes</p>	<p>Según Villafañe (2006) El estudio de su naturaleza puede reducirse a dos grandes procesos: la percepción y la representación, (...) de la percepción dependen todos los mecanismos de selección de la realidad: la representación supone, a su vez, la explicitación de una forma particular de tal realidad. (p.30).</p>
<p>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</p> <p>CULTURA AMBIENTAL</p>	<p>Según Velásquez y Fernández (1998) La cultura ambiental no es, por lo tanto, una exquisitez del comportamiento ciudadano, sino una faceta cívica y, si bien es verdad que se practican fuertes muestras de solidaridad con las poblaciones más necesitadas, la “solidaridad ambiental” profundiza más en su contenido, puesto que no se trata de ayudar a cualquier precio sino en línea con el desarrollo sostenible de los pueblos necesitados. (p.192)</p>
<p>Y1- Aprendizaje</p>	<p>Según Bonvecchio (2006) el aprendizaje es un proceso que dura prácticamente toda la vida, por el cual una persona sufre cambios relativamente permanentes en sus competencias en todas las dimensiones, a partir de su interacción con el medio físico y</p>

	sociocultural. (p.33)
Y2- Actitudes	Según Mollá (2006) Las actitudes son predisposiciones aprendidas para responder favorable o desfavorablemente a un objeto o clase de objetos. (p.99)
Y3- Respeto	Según Bravo (1995) el respeto es el actuar o dejar de actuar, valorando los derechos, condición y circunstancias, tratando de no dañar, ni dejar de beneficiarse a sí mismo o a los demás. (p.65)
Y4- Prácticas o acciones	Según Álvaro (2007) Los seres humanos son capaces de transformar la realidad social a través de sus acciones. Si las estructuras sociales ponen límites a nuestras acciones, las personas también tenemos la capacidad de transformar, a través de la acción compartida, dichas estructuras sociales. La paradoja del ser humano viene definida por la capacidad de influir y ser influido, de estar constreñido en sus acciones y, al mismo tiempo, tener la capacidad de trascender dichas limitaciones. (pp. 74-75)

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Operacionalización de variables

	INDICADORES
	X1 Argumentos

VARIABLE INDEPENDIENTE (X) LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN	
	X2 Lenguaje
	X3 Imágenes
VARIABLE DEPENDIENTE (Y) CULTURA AMBIENTAL	Y1 Aprendizaje
	Y2 Actitudes
	Y3 Respeto
	Y4 Prácticas o acciones

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Diseño de investigación

Para responder a los problemas de investigación planteados y contrastar las hipótesis de investigación formuladas, se seleccionó el diseño **no experimental**.

Diseño no experimental: Porque se realiza sin manipular deliberadamente alguna de las variables, ya que los efectos generados entre ellas, existen. Es decir, trata de observar el problema tal como se da en la realidad, para después comprobarse.

Corte transversal: porque se aplicará el instrumento en una sola ocasión.

3.1.2 Tipo de investigación

Aplicativa: Porque se hará uso de los conocimientos ya existentes como teorías, enfoques, principios en cada variable de estudio.

3.1.3 Nivel de investigación

Descriptivo: Porque se describirán las características más relevantes de cada variable, como es el caso de la variable independiente: **LA NOTICIA COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN** y la variable dependiente: **CULTURA AMBIENTAL**

Correlacional: Porque se medirá la correlación entre la variable independiente: **LA NOTICIA COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN** y la variable dependiente **CULTURA AMBIENTAL**

3.1.4 Método de investigación

Los métodos científicos elegidos para la demostración de las hipótesis son los siguientes:

Inductivo: Porque de la verdad particular se obtiene la verdad general.

Deductivo: Porque de la verdad general se obtiene la verdad particular.

Analítico: Porque se desintegrará la realidad estudiada en sus partes componentes para ser investigadas a profundidad y establecer la relación causa efecto entre las variables objeto de investigación.

Estadístico: Porque se utilizarán herramientas estadísticas para arribar a conclusiones y recomendaciones.

Hermenéutico: porque se hará uso de la interpretación.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población correspondiente a esta investigación es finita ya que la cantidad de unidades de análisis es conocida y menor a 100,000.

El conjunto de elementos o sujetos a los cuales se les realizará las mediciones poseen características, propiedades, cualidades y atributos homogéneos, es decir que dichas unidades de análisis son representativas.

La población está conformada por 800 unidades de análisis, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, año 2017.

3.2.2 Muestra

La cantidad de unidades de análisis correspondientes a la muestra será equitativa a la población por criterio o conveniencia del investigador.

La decisión de trabajar con dicha muestra se debe a diferentes criterios de índole financiero, económico, humanos, tecnológicos entre otros.

Para la selección de las unidades de análisis se utilizará la técnica de muestreo no probabilístico.

La muestra está conformada por 100 unidades de análisis, estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, año 2017.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas

Encuesta: conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas a partir de la identificación de indicadores para ser dirigidas a una muestra de población.

3.3.2 Instrumentos

Cuestionario: conjunto de preguntas cuyo objetivo es obtener información concreta en función a la investigación. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

3.3.3 Validez

Para determinar la validez del instrumento se utilizó la prueba de juicio de expertos, la cual fue procesada mediante la fórmula de Coeficiente de validez Aiken, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

A = Acuerdo

D = Desacuerdo

V = Coeficiente de Validez de Aiken

p = Significación estadística

De acuerdo a Escurra (1988), el Coeficiente de Validez de Aiken (V):

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

Donde:

S = la sumatoria de si

si = Valor asignado por el juez i,

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración

El procedimiento a utilizar implica las siguientes etapas:

1. Se elige un conjunto de 3 jueces por tener conocimientos sobre el tema a ser evaluado en la prueba, como psicólogos, educadores, investigadores, etc.
2. Se elabora una carta en la cual se invita al juez a participar en el estudio, adjuntando un ejemplar de la prueba y las definiciones de los aspectos que van a ser medidos, indicándose además que debe evaluar.
3. Se entrega el material a cada juez y después de una semana se recogen las evaluaciones respectivas.

4. Con los datos se elabora un cuadro, asignando el valor de 2 si el juez está de acuerdo y 1 si no lo está.
5. Se aceptan los ítems que alcanzan valores superiores a 0.80

Registro de validadores

ÍTEMS	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3	PROMEDIO	S	V DE AIKEN	DESCRIPTIVO
ÍTEM 1	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 2	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 3	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 4	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 5	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 6	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 7	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 8	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 9	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 10	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 11	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 12	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 13	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 14	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido

ÍTEM 15	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 16	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 17	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 18	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 19	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 20	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 21	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 22	2	1	2	1.8	0.37	0.92	Válido
ÍTEM 23	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 24	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 25	2	2	1	1.8	0.37	0.92	Válido

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En esta tabla se observa que las evaluaciones realizadas a cada reactivo que conforman el instrumento de investigación, por parte de cada uno de los jueces tienen mínima o muy poca variación entre ellas y en la mayoría de los casos la variación es nula, determinando que dichos valores están cerca a uno o tiene como valor máximo uno, haciendo que el instrumento tenga una excelente y perfecta validez (**0.72 – 0.99 excelente validez, 1.0 perfecta validez**).

3.3.4 Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach.

Cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

Donde:

- S_i^2 es la varianza del ítem i ,
- S_t^2 es la varianza de los valores totales observados y
- k es el número de preguntas o ítems.

Escala: TODAS LAS VARIABLES

El coeficiente de Alpha de Cronbach para este instrumento conformado por veinticinco reactivos es de **0,952** con lo que su fiabilidad se puede considerar muy alta o bastante aceptable.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el **Resumen del procesamiento de los casos** procesamiento de datos se utilizó el programa spss versión 21.

		N	%
Casos	Válidos	100	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	100	100,0

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación está orientada en la búsqueda de la verdad desde la recolección, presentación e interpretación de los datos hasta la divulgación de resultados, los cuales se efectuarán

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,952	,968	25

con suma transparencia.

El aspecto ético se encontrará presente en el desarrollo de cada una de las actividades de todas las etapas del proceso de investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación de análisis y resultados

Los datos obtenidos como producto de la aplicación del instrumento de investigación y el análisis de éstos se realizaron con la finalidad de dar respuestas a las interrogantes de la presente investigación.

Una vez obtenidos los datos en el trabajo de campo y cumpliendo con las tareas de la estadística descriptiva se pudo resumir, ordenar y presentar la información en diferentes tablas de frecuencias (absoluta, relativa y acumulada) y gráficas, el uso de las tablas de frecuencias ayudaron a determinar la tendencia de las variables en estudio y las gráficas sirvieron como recurso visual que permitieron tener una idea clara, precisa, global y rápida acerca de la muestra.

En base a la información obtenida mediante las técnicas descriptivas se hicieron generalizaciones, es decir, que además de la estadística descriptiva se hizo uso de la estadística inferencia

Tabla N° 01

1.- ¿Cree usted que los INFORMATIVOS TELEVISIVOS fomentan una CULTURA AMBIENTAL en los jóvenes peruanos?

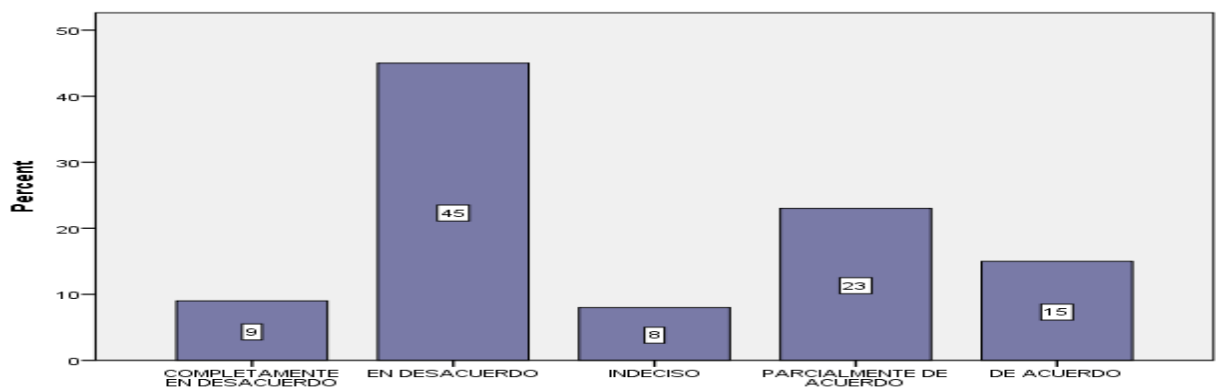
N	Valid	100
	Missing	0

1.- ¿Cree usted que los INFORMATIVOS TELEVISIVOS fomentan una CULTURA AMBIENTAL en los jóvenes peruanos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	9	9,0	9,0	9,0
	EN DESACUERDO	45	45,0	45,0	54,0
	INDECISO	8	8,0	8,0	62,0
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	23	23,0	23,0	85,0
	DE ACUERDO	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 01



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 01, se determina que del 100% de los encuestados el 45% dio a conocer estar en desacuerdo que los informativos televisivos fomentan una cultura ambiental en los jóvenes peruanos, el 23% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 15% indicó estar de acuerdo, el 9% señaló estar completamente en desacuerdo y el 8% indeciso.

Tabla N° 02

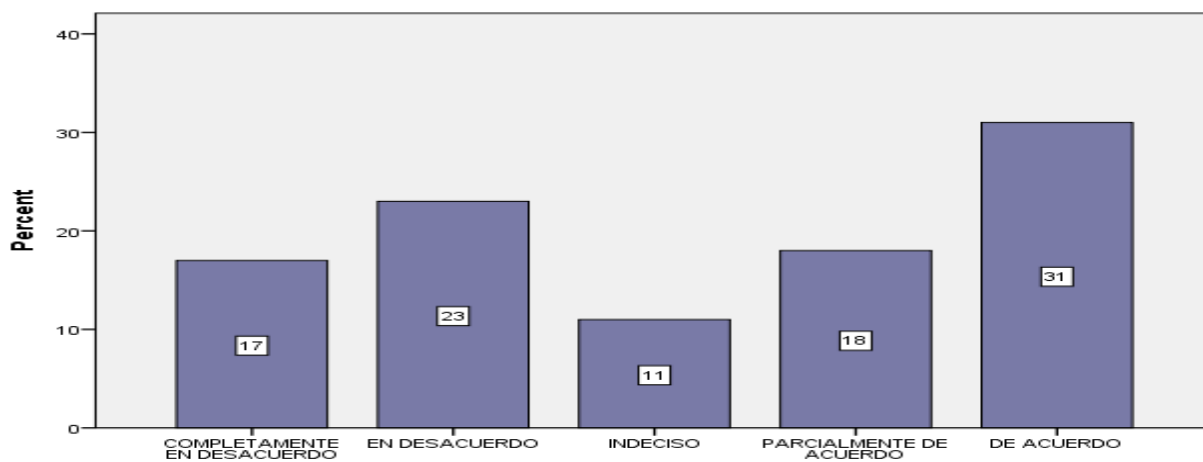
2.-¿ Está de acuerdo en que los formatos televisivos de género informativo ayudan en la difusión de la gestión de residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

2.-¿ Está de acuerdo en que los formatos televisivos de género informativo ayudan en la difusión de la gestión de residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	17	17,0	17,0
	EN DESACUERDO	23	23,0	40,0
	INDECISO	11	11,0	51,0
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	18	18,0	69,0
	DE ACUERDO	31	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

GRÁFICO N° 02



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 02, se determina que del 100% de los encuestados el 31% dio a conocer estar de acuerdo que los formatos televisivos de género informativo ayudan en la difusión de la gestión de residuos sólidos, el 23% mencionó estar en desacuerdo, el 18% indicó estar parcialmente de acuerdo, el 17% señaló estar completamente en desacuerdo y el 11% indeciso.

Tabla N° 03

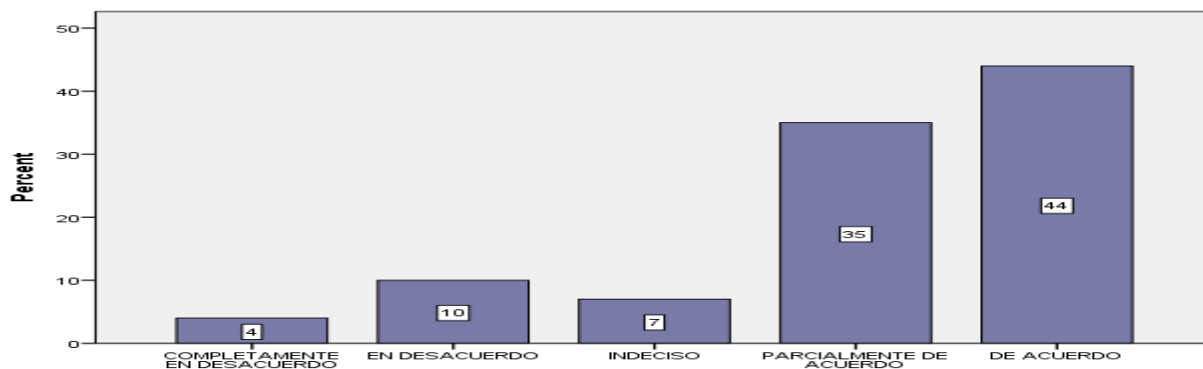
3.- ¿Considera usted que la televisión desarrolla suficientes argumentos para promover la gestión de los residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

3.- ¿Considera usted que la televisión desarrolla suficientes argumentos para promover la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	4,0	4,0	4,0
EN DESACUERDO	10	10,0	10,0	14,0
INDECISO	7	7,0	7,0	21,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	35	35,0	35,0	56,0
DE ACUERDO	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 03



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 03, se determina que del 100% de los encuestados el 44% dio a conocer estar de acuerdo que la televisión desarrolla suficientes argumentos para promover la gestión de los residuos sólidos, el 35% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 10% indicó estar en desacuerdo, el 7% señaló estar indeciso y el 4% completamente en desacuerdo.

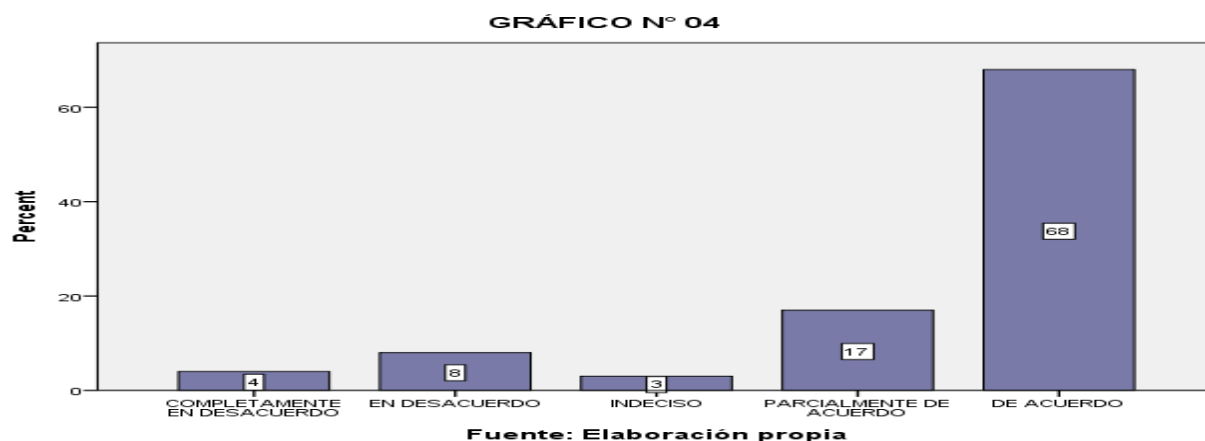
Tabla N° 04

4.- ¿El lenguaje usado por los informativos televisivos es entendible y apropiado cuando se refieren a la gestión de los residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

4.- ¿El lenguaje usado por los informativos televisivos es entendible y apropiado cuando se refieren a la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	4,0	4,0	4,0
EN DESACUERDO	8	8,0	8,0	12,0
INDECISO	3	3,0	3,0	15,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	17	17,0	17,0	32,0
DE ACUERDO	68	68,0	68,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 04, se determina que del 100% de los encuestados el 68% dio a conocer estar de acuerdo que el lenguaje usado por los informativos televisivos es entendible y apropiado cuando se refieren a la gestión de los residuos sólidos, el 17% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 8% indicó estar en desacuerdo, el 4% señaló estar completamente en desacuerdo y el 3% indeciso.

Tabla N° 05

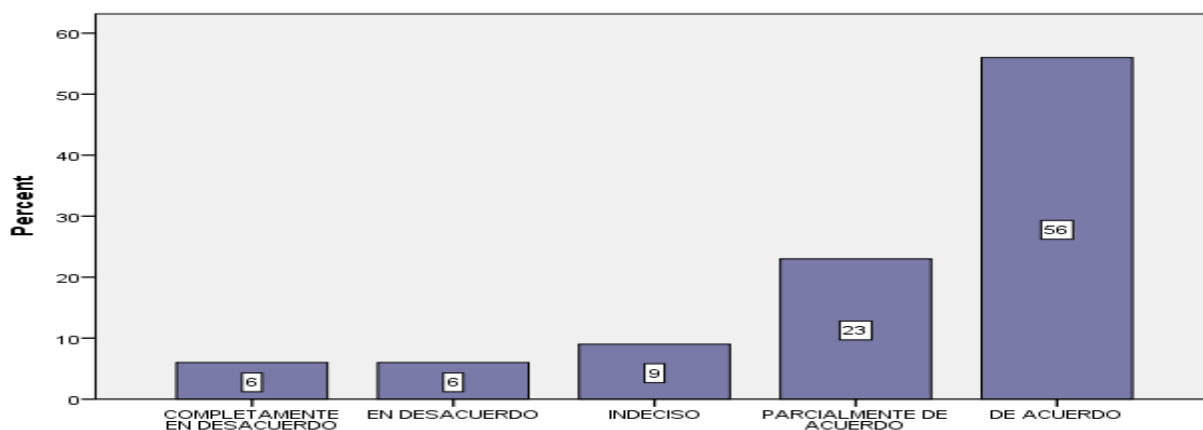
5.- ¿Cree usted que el lenguaje utilizado en los medios televisivos ayuda en la efectividad del mensaje que se desea transmitir en el tema de la gestión de los residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

5.- ¿Cree usted que el lenguaje utilizado en los medios televisivos ayuda en la efectividad del mensaje que se desea transmitir en el tema de la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	6,0	6,0	6,0
EN DESACUERDO	6	6,0	6,0	12,0
INDECISO	9	9,0	9,0	21,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	23	23,0	23,0	44,0
DE ACUERDO	56	56,0	56,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 05



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 05, se determina que del 100% de los encuestados el 56% dio a conocer estar de acuerdo que el lenguaje utilizado en los medios televisivos ayuda en la efectividad del mensaje que se desea transmitir en el tema de la gestión de los residuos sólidos, el 23% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 9% indicó estar indeciso y el 6% en desacuerdo y completamente en desacuerdo.

Tabla N° 06

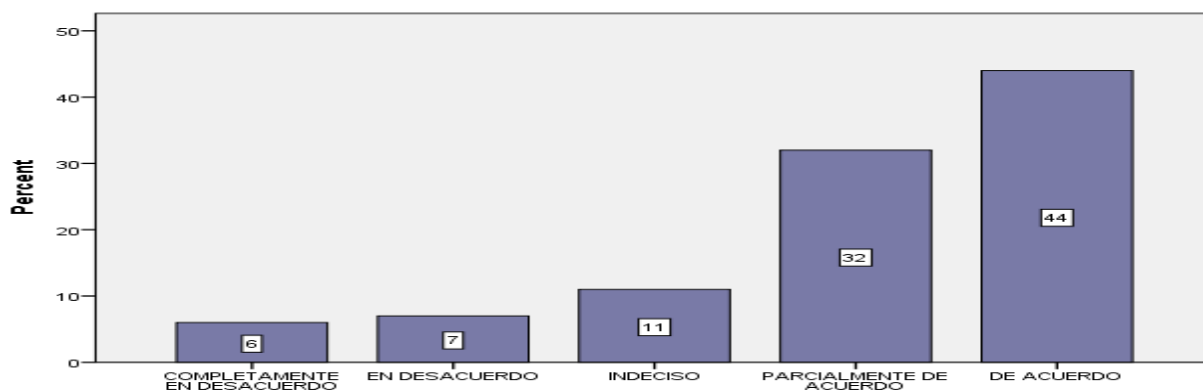
6.-¿ Está de acuerdo en que las imágenes propaladas en los medios televisivos contribuyen a la formación de una conciencia cívica en la gestión de los residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

6.-¿ Está de acuerdo en que las imágenes propaladas en los medios televisivos contribuyen a la formación de una conciencia cívica en la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	6	6,0	6,0	6,0
EN DESACUERDO	7	7,0	7,0	13,0
INDECISO	11	11,0	11,0	24,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	32	32,0	32,0	56,0
DE ACUERDO	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 06



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 06, se determina que del 100% de los encuestados el 44% dio a conocer estar de acuerdo que las imágenes propaladas en los medios televisivos contribuyen a la formación de una conciencia cívica en la gestión de los residuos sólidos, el 32% mencionó estar de parcialmente de acuerdo, el 11% indicó estar indeciso, el 7% señaló estar en desacuerdo y el 4% completamente en desacuerdo.

Tabla N° 07

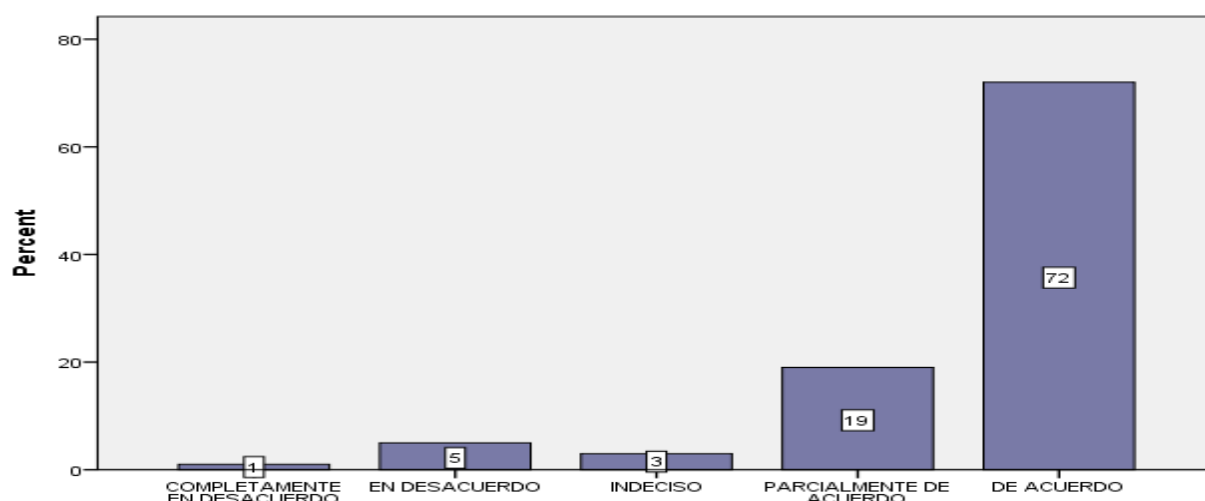
7.- ¿Cree usted que los medios informativos televisivos manipulan las imágenes por existir un conflicto de intereses en el cuidado del medio ambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

7.- ¿Cree usted que los medios informativos televisivos manipulan las imágenes por existir un conflicto de intereses en el cuidado del medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	1	1,0	1,0	1,0
EN DESACUERDO	5	5,0	5,0	6,0
INDECISO	3	3,0	3,0	9,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	19	19,0	19,0	28,0
DE ACUERDO	72	72,0	72,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 07



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 07, se determina que del 100% de los encuestados el 72% dio a conocer estar de acuerdo que los medios informativos televisivos manipulan las imágenes por existir un conflicto de intereses en el cuidado del medio ambiente, el 19% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 5% indicó estar en desacuerdo, el 3% señaló estar indeciso y el 1% completamente en desacuerdo.

Tabla N° 08

8.- ¿Considera usted que la juventud tiene una cultura ambiental relacionada a la gestión de los residuos sólidos?

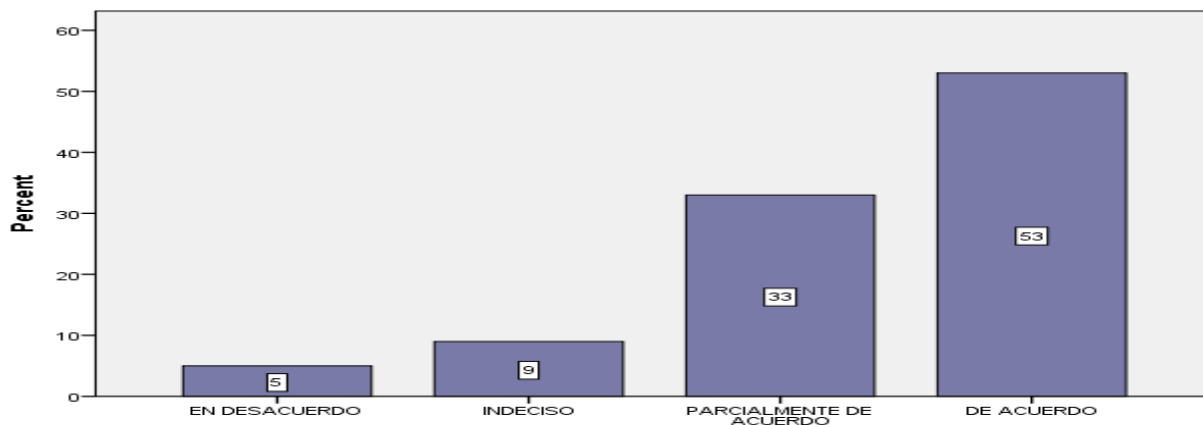
N	Valid	100
	Missing	0

8.- ¿Considera usted que la juventud tiene una cultura ambiental relacionada a la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EN DESACUERDO	5	5,0	5,0
	INDECISO	9	9,0	14,0

PARCIALMENTE DE ACUERDO	33	33,0	33,0	47,0
DE ACUERDO	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 08



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 08, se determina que del 100% de los encuestados el 53% dio a conocer estar de acuerdo que la juventud tiene una cultura ambiental relacionada a la gestión de los residuos sólidos, el 33% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 9% indicó estar indeciso y el 5% señaló estar en desacuerdo.

Tabla N° 09

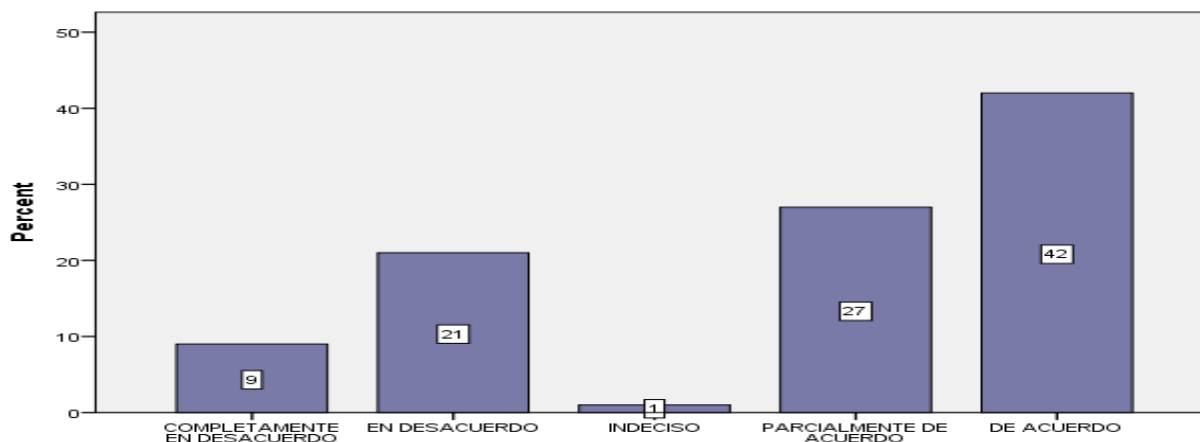
9.- ¿Está de acuerdo que se está dando un cambio en la percepción de la gente con respecto al cuidado del medio ambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

9.- ¿Está de acuerdo que se está dando un cambio en la percepción de la gente con respecto al cuidado del medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	9	9,0	9,0	9,0
EN DESACUERDO	21	21,0	21,0	30,0
INDECISO	1	1,0	1,0	31,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	27	27,0	27,0	58,0
DE ACUERDO	42	42,0	42,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 09



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 09, se determina que del 100% de los encuestados el 42% dio a conocer estar de acuerdo que se está dando un cambio en la percepción de la gente con respecto al cuidado del medio ambiente, el 27% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 21% indicó estar en desacuerdo, el 9% señaló estar completamente en desacuerdo y el 1% indeciso.

Tabla N° 10

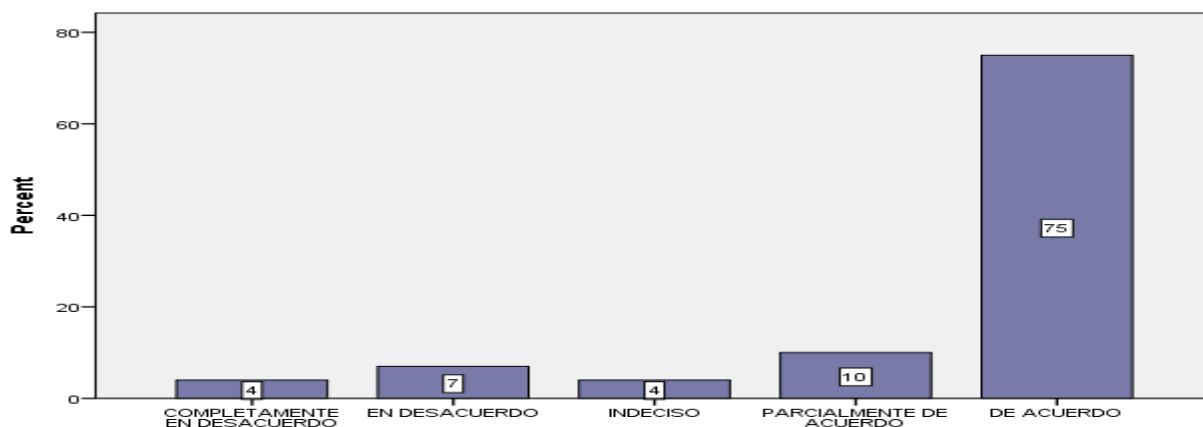
10.-¿ Considera usted que estamos todavía en una etapa de Aprendizaje en relación a la gestión de los residuos sólidos?

N	Valid	100
	Missing	0

10.-¿ Considera usted que estamos todavía en una etapa de Aprendizaje en relación a la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	4,0	4,0	4,0
EN DESACUERDO	7	7,0	7,0	11,0
INDECISO	4	4,0	4,0	15,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	10	10,0	10,0	25,0
DE ACUERDO	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 10



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 10, se determina que del 100% de los encuestados el 75% dio a conocer estar de acuerdo que estamos todavía en una etapa de Aprendizaje en relación a la gestión de los residuos sólidos, el 10% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 7% indicó estar en desacuerdo y el 4% señaló estar completamente en desacuerdo e indeciso.

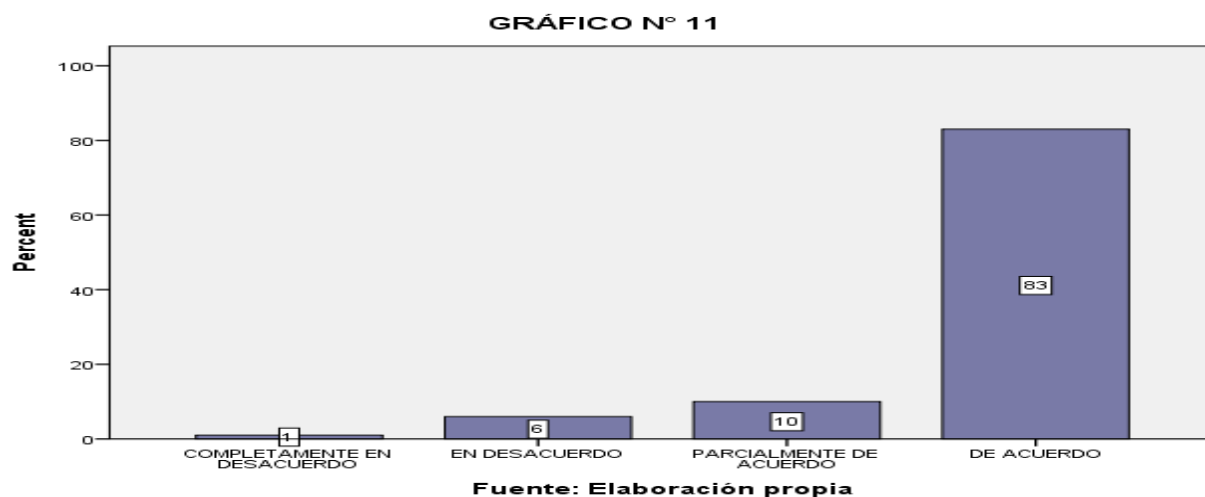
Tabla N° 11

11.- ¿Cree usted que las autoridades deben incentivar campañas de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

11.- ¿Cree usted que las autoridades deben incentivar campañas de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1,0	1,0	1,0
	6	6,0	6,0	7,0
Valid	10	10,0	10,0	17,0
	83	83,0	83,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 11, se determina que del 100% de los encuestados el 83% dio a conocer estar de acuerdo que las autoridades deben incentivar campañas de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente, el 10% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 6% indicó estar en desacuerdo y el 1% señaló estar completamente en desacuerdo.

Tabla N° 12

12.- ¿Considera usted que existe un cambio de actitud frente a los problemas con el medio ambiente?

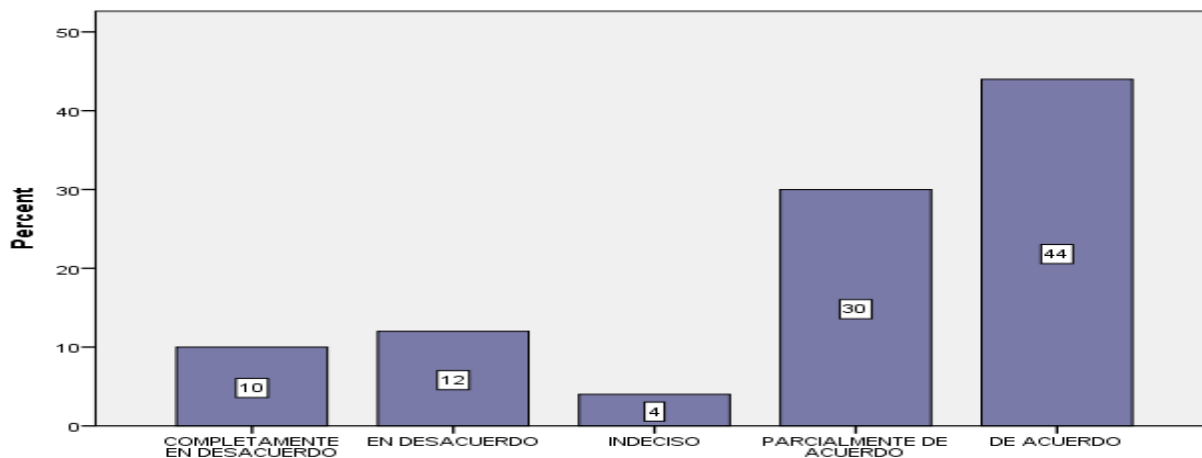
N	Valid	100
	Missing	0

12.- ¿Considera usted que existe un cambio de actitud frente a los problemas con el medio ambiente?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	10	10,0	10,0	10,0
	EN DESACUERDO	12	12,0	12,0	22,0

INDECISO	4	4,0	4,0	26,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	30	30,0	30,0	56,0
DE ACUERDO	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 12



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 12, se determina que del 100% de los encuestados el 44% dio a conocer estar de acuerdo que existe un cambio de actitud frente a los problemas con el medio ambiente, el 30% mencionó estar de parcialmente de acuerdo, el 12% indicó estar en desacuerdo, el 10% señaló estar completamente en desacuerdo y el 4% indeciso.

Tabla N° 13

13.-¿ Está de acuerdo que la actitud de la gente frente a la gestión de los residuos sólidos está llevando a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?

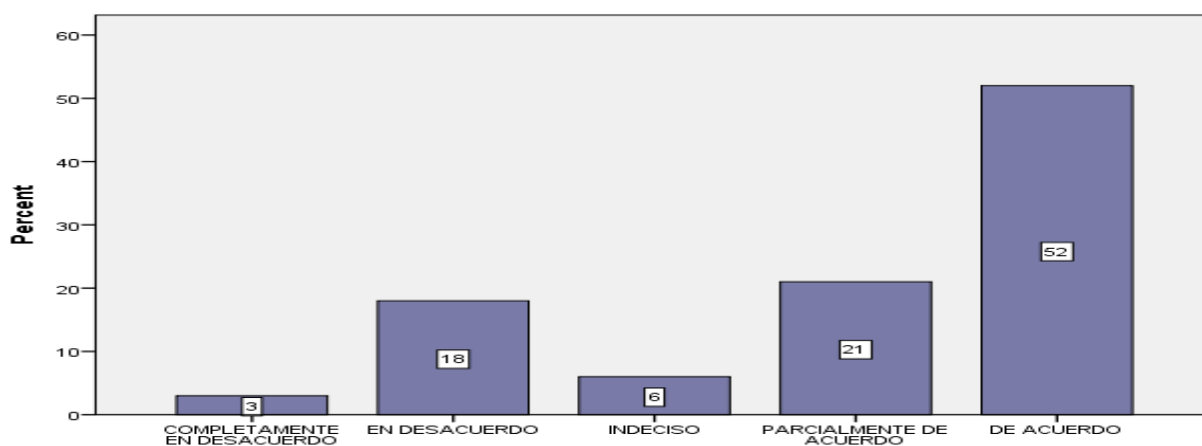
N	Valid	100
---	-------	-----

Missing	0
---------	---

13.-¿ Está de acuerdo que la actitud de la gente frente a la gestión de los residuos sólidos está llevando a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	3	3,0	3,0	3,0
EN DESACUERDO	18	18,0	18,0	21,0
INDECISO	6	6,0	6,0	27,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	21	21,0	21,0	48,0
DE ACUERDO	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 13



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 13, se determina que del 100% de los encuestados el 52% dio a conocer estar de acuerdo que la actitud de la gente frente a la gestión de los residuos sólidos está llevando a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, el 21% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 18% indicó estar en desacuerdo, el 6% señaló estar indeciso y el 3% completamente desacuerdo.

Tabla N° 14

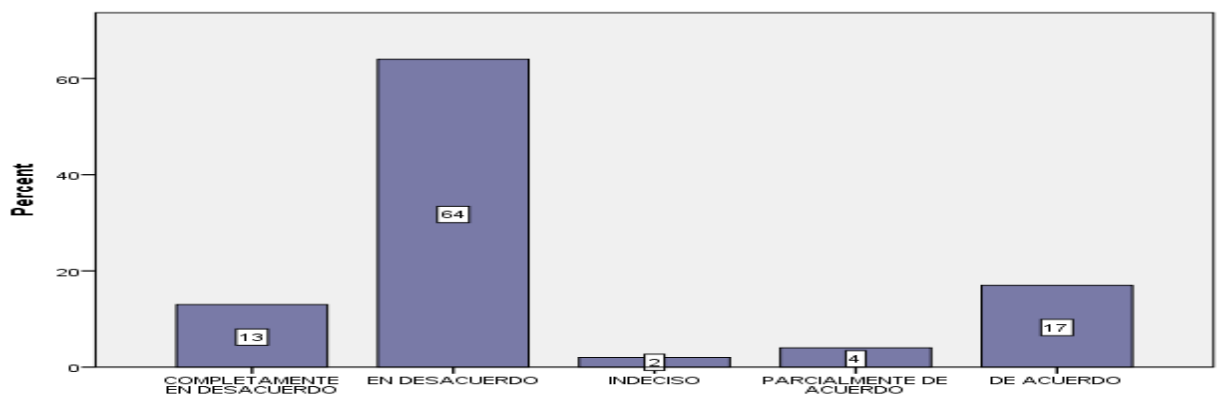
14.- ¿Considera usted que se está respetando las advertencias sobre la gestión de residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

14.- ¿Considera usted que se está respetando las advertencias sobre la gestión de residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	13	13,0	13,0	13,0
EN DESACUERDO	64	64,0	64,0	77,0
INDECISO	2	2,0	2,0	79,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	4,0	4,0	83,0
DE ACUERDO	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 14



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 14, se determina que del 100% de los encuestados el 64% dio a conocer estar en desacuerdo que se está respetando las advertencias sobre la gestión de residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente, el 17% mencionó estar de acuerdo, el 13% indicó estar completamente en desacuerdo, el 4% señaló estar parcialmente de acuerdo y el 2% indeciso.

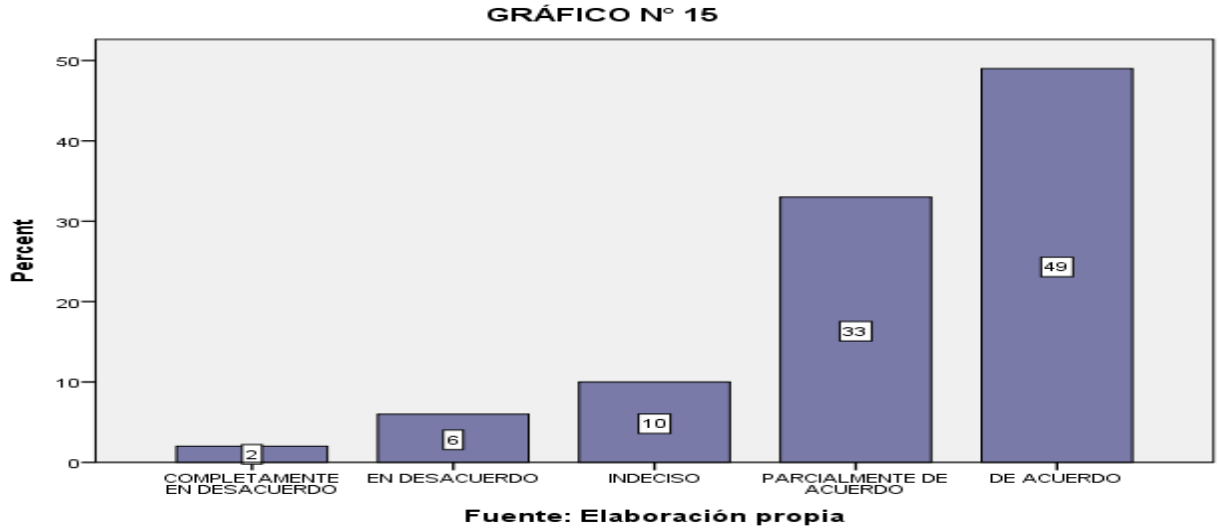
Tabla N° 15

15.- ¿Cree usted que hay una mayor difusión sobre las acciones a desarrollar en temas medioambientales?

N	Valid	100
	Missing	0

15.- ¿Cree usted que hay una mayor difusión sobre las acciones a desarrollar en temas medioambientales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	2,0	2,0	2,0
EN DESACUERDO	6	6,0	6,0	8,0
INDECISO	10	10,0	10,0	18,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	33	33,0	33,0	51,0
DE ACUERDO	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 15, se determina que del 100% de los encuestados el 49% dio a conocer estar de acuerdo que hay una mayor difusión sobre las acciones a desarrollar en temas medioambientales, el 33% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 10% indicó estar indeciso, el 6% señaló estar en desacuerdo y el 2% completamente en desacuerdo.

Tabla N° 16

16.- ¿Está de acuerdo que los medios televisivos sean los indicados en propalar prácticas o acciones sobre la gestión de los residuos sólidos?

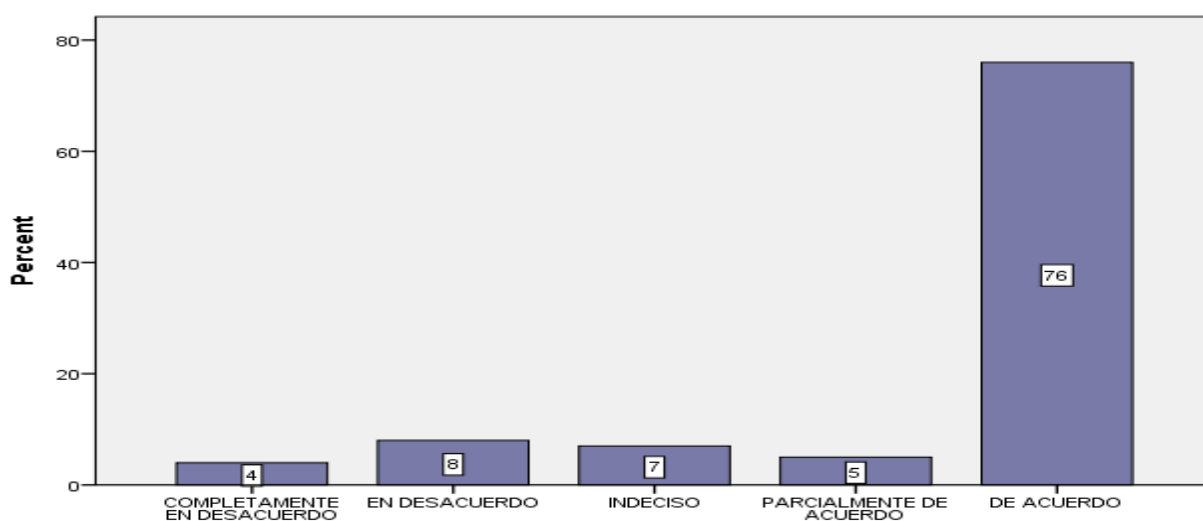
N	Valid	100
	Missing	0

16.- ¿Está de acuerdo que los medios televisivos sean los indicados en propalar prácticas o acciones sobre la gestión de los residuos sólidos?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	4	4,0	4,0	4,0
	EN DESACUERDO	8	8,0	8,0	12,0
	INDECISO	7	7,0	7,0	19,0
	PARCIALMENTE DE ACUERDO	5	5,0	5,0	24,0
	DE ACUERDO	76	76,0	76,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 16



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 16, se determina que del 100% de los encuestados el 76% dio a conocer estar de acuerdo que los medios televisivos sean los indicados en propalar prácticas o acciones sobre la gestión de los residuos sólidos, el 8% mencionó estar en desacuerdo, el 7% indicó estar indeciso, el 5% señaló estar parcialmente de acuerdo y el 4% completamente en desacuerdo.

Tabla N° 17

17.- ¿Considera usted que los voceros ambientalistas están debidamente capacitados sobre los temas ambientales?

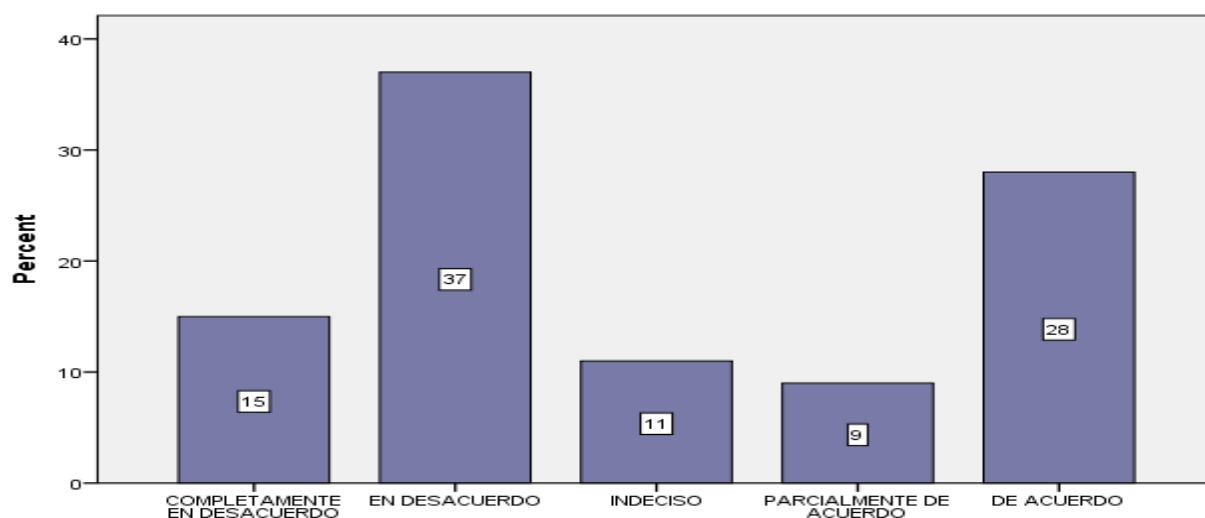
N	Valid	100
---	-------	-----

Missing	0
---------	---

17.- ¿Considera usted que los voceros ambientalistas están debidamente capacitados sobre los temas ambientales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	15	15,0	15,0	15,0
EN DESACUERDO	37	37,0	37,0	52,0
INDECISO	11	11,0	11,0	63,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	9	9,0	9,0	72,0
DE ACUERDO	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 17



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 17, se determina que del 100% de los encuestados el 37% dio a conocer estar en desacuerdo que los voceros ambientalistas están debidamente capacitados sobre los temas ambientales, el 28% mencionó estar de acuerdo, el 15% indicó estar completamente en desacuerdo, el 11% señaló estar indeciso y el 9% parcialmente de acuerdo.

Tabla N° 18

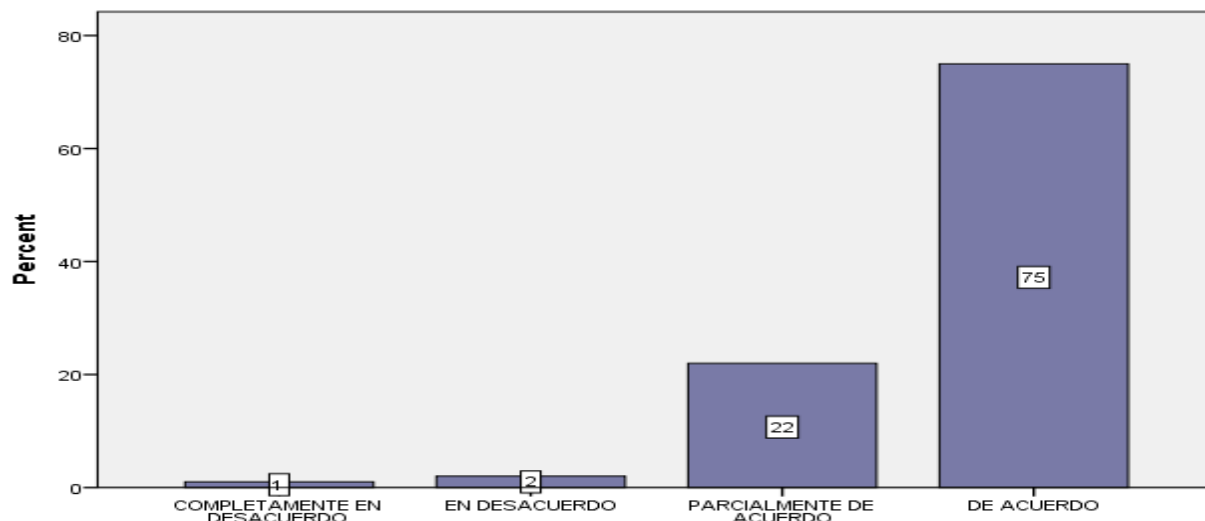
18. ¿Cree usted necesario que los periodistas deban recibir capacitaciones sobre los problemas del medioambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

18. ¿Cree usted necesario que los periodistas deban recibir capacitaciones sobre los problemas del medioambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	1	1,0	1,0	1,0
EN DESACUERDO	2	2,0	2,0	3,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	22	22,0	22,0	25,0
DE ACUERDO	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 18



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 18, se determina que del 100% de los encuestados el 75% dio a conocer estar de acuerdo que necesario que los periodistas deban recibir capacitaciones sobre los problemas del medioambiente, el 22% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 2% indicó estar en desacuerdo y el 1% señaló estar completamente desacuerdo.

Tabla N° 19

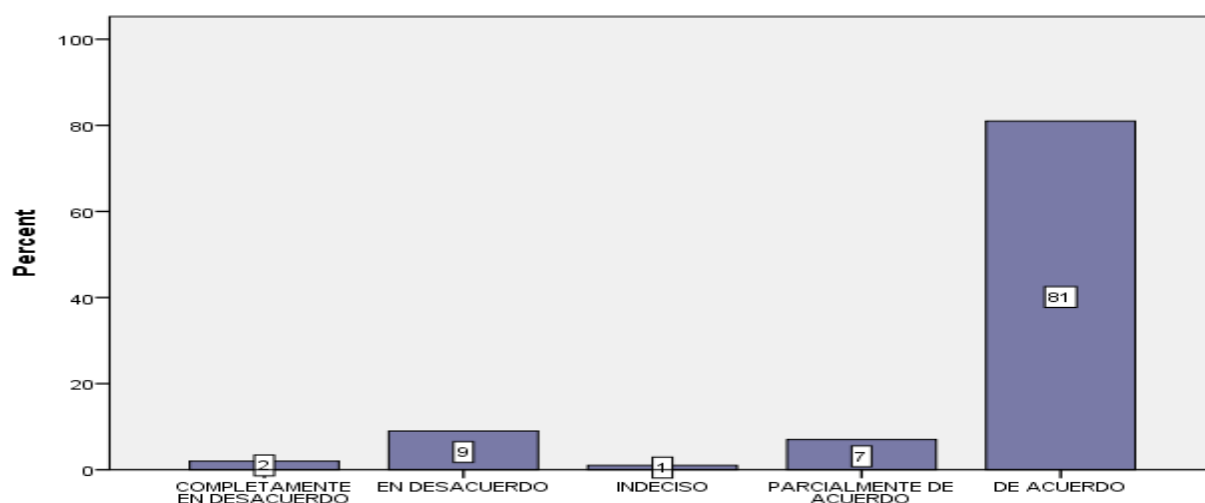
19. ¿Considera usted que los especialistas emplean un léxico muy técnico al momento de explicar los temas ambientales?

N	Valid	100
	Missing	0

19. ¿Considera usted que los especialistas emplean un léxico muy técnico al momento de explicar los temas ambientales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	2,0	2,0	2,0
EN DESACUERDO	9	9,0	9,0	11,0
INDECISO	1	1,0	1,0	12,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	7	7,0	7,0	19,0
DE ACUERDO	81	81,0	81,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 19



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 19, se determina que del 100% de los encuestados el 81% dio a conocer estar de acuerdo que los especialistas emplean un léxico muy técnico al momento de explicar los temas ambientales, el 9% mencionó estar en desacuerdo, el 7% indicó estar parcialmente de acuerdo, el 2% señaló estar completamente en desacuerdo y el 1% indeciso.

Tabla N° 20

20. ¿Está de acuerdo que los problemas naturales que enfrenta actualmente el planeta se debe a la contaminación producida por la sociedad?

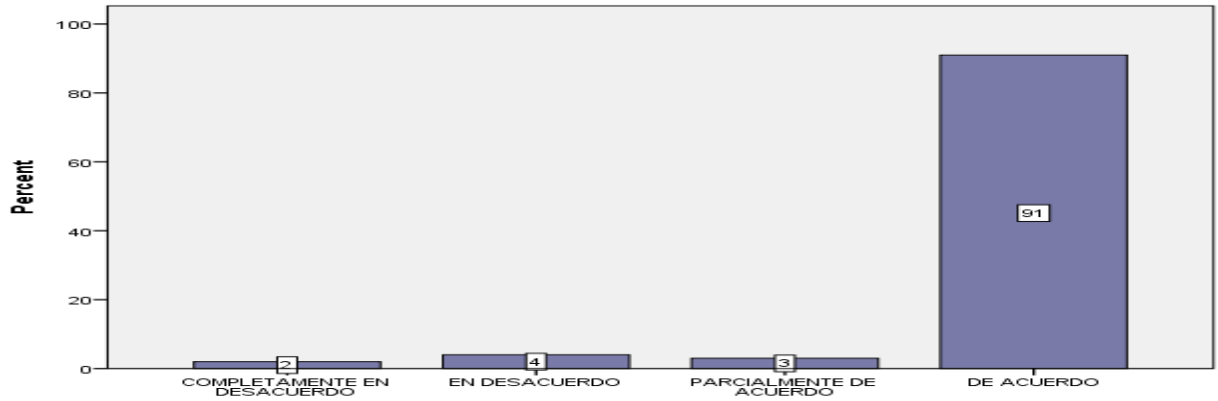
N	Valid	100
	Missing	0

20. ¿Está de acuerdo que los problemas naturales que enfrenta actualmente el planeta se debe a la contaminación producida por la sociedad?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	2,0	2,0
	EN DESACUERDO	4	4,0	6,0

PARCIALMENTE DE ACUERDO	3	3,0	3,0	9,0
DE ACUERDO	91	91,0	91,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 20



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 20, se determina que del 100% de los encuestados el 91% dio a conocer estar de acuerdo que los problemas naturales que enfrenta actualmente el planeta se debe a la contaminación producida por la sociedad, el 4% mencionó estar en desacuerdo, el 3% indicó estar en parcialmente de acuerdo y el 2% señaló completamente en desacuerdo.

Tabla N° 21

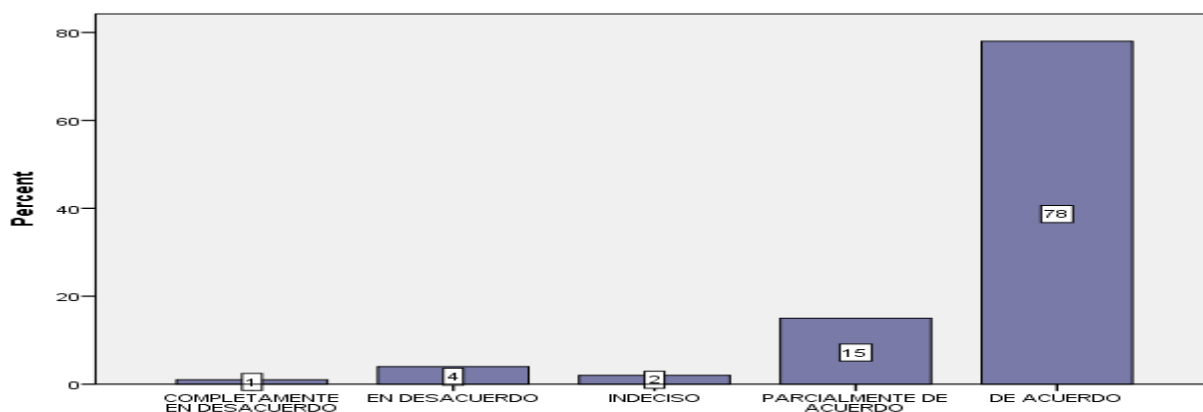
21. ¿Cree usted que las empresas deberían tener ética ambiental referente a los productos que producen?

N	Valid	100
	Missing	0

21. ¿Cree usted que las empresas deberían tener ética ambiental referente a los productos que producen?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	1	1,0	1,0	1,0
EN DESACUERDO	4	4,0	4,0	5,0
INDECISO	2	2,0	2,0	7,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	15	15,0	15,0	22,0
DE ACUERDO	78	78,0	78,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 21



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 21, se determina que del 100% de los encuestados el 78% dio a conocer estar de acuerdo que las empresas deberían tener ética ambiental referente a los productos que producen, el 15% mencionó estar parcialmente de acuerdo, el 4% indicó estar en desacuerdo, el 2% señaló estar indeciso y el 1% completamente en desacuerdo.

Tabla N° 22

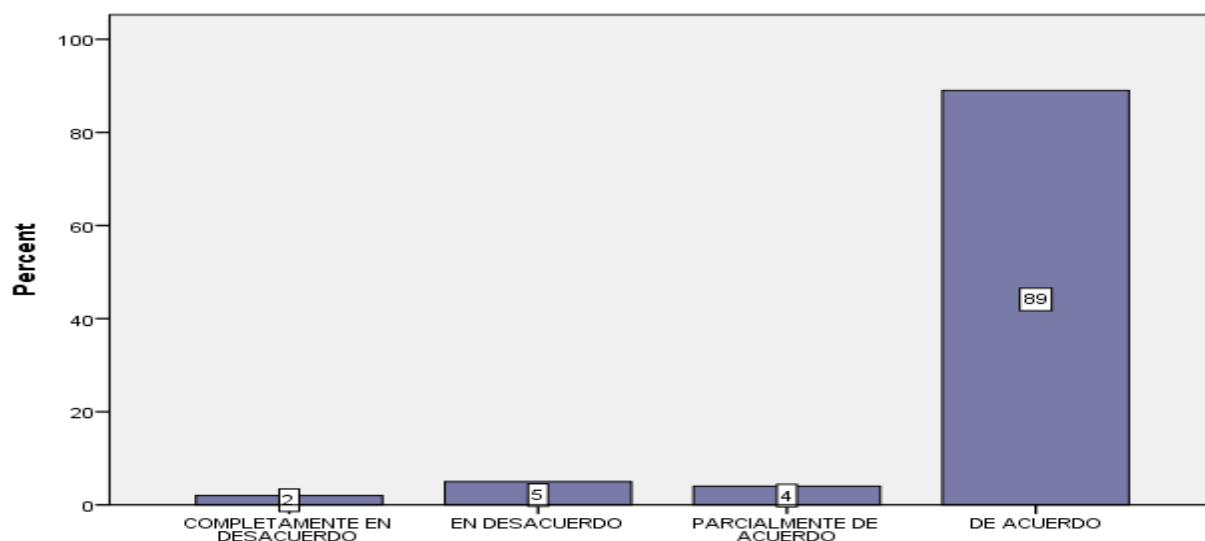
22. ¿Considera usted que si cada ciudadano contribuyera al cuidado y protección del ambiente, se puede mejorar la situación ambiental en el país?

N	Valid	100
	Missing	0

22. ¿Considera usted que si cada ciudadano contribuyera al cuidado y protección del ambiente, se puede mejorar la situación ambiental en el país?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	2	2,0	2,0	2,0
EN DESACUERDO	5	5,0	5,0	7,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	4	4,0	4,0	11,0
DE ACUERDO	89	89,0	89,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 22



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 22, se determina que del 100% de los encuestados el 89% dio a conocer estar de acuerdo que si cada ciudadano contribuyera al cuidado y protección del ambiente, se puede mejorar la situación ambiental en el país, el 5% mencionó estar en desacuerdo, el 4% indicó estar parcialmente de acuerdo y el 2% señaló estar completamente en desacuerdo.

Tabla N° 23

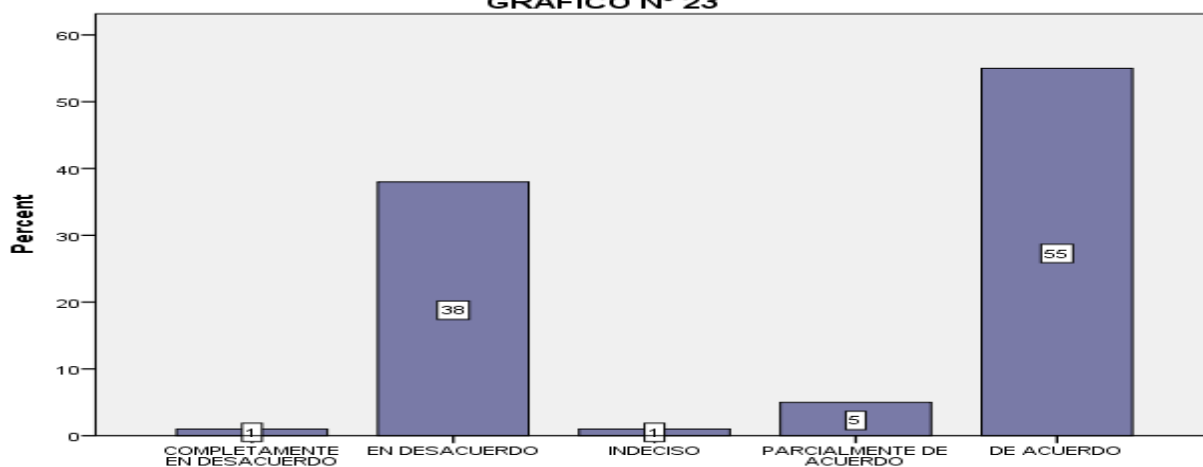
23.¿ Está de acuerdo que la tecnología afecta al medio ambiente?

N	Valid	100
	Missing	0

23.¿ Está de acuerdo que la tecnología afecta al medio ambiente?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	1	1,0	1,0	1,0
EN DESACUERDO	38	38,0	38,0	39,0
INDECISO	1	1,0	1,0	40,0
PARCIALMENTE DE ACUERDO	5	5,0	5,0	45,0
DE ACUERDO	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 23



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 23, se determina que del 100% de los encuestados el 55% dio a conocer estar de acuerdo que la tecnología afecta al medio ambiente, el 38% mencionó estar en desacuerdo, el 5% indicó estar parcialmente de acuerdo y el 1% indeciso y completamente en desacuerdo.

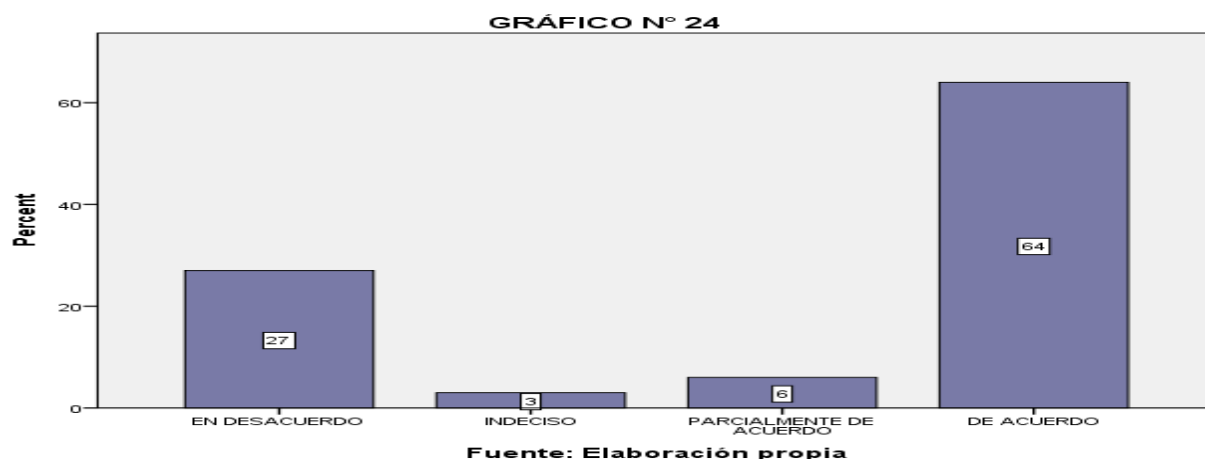
Tabla N° 24

24.¿Cree usted que la contaminación tiene relación con el calentamiento global?

N	Valid	100
	Missing	0

24.¿Cree usted que la contaminación tiene relación con el calentamiento global?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EN DESACUERDO	27	27,0	27,0	27,0
Valid INDECISO	3	3,0	3,0	30,0
Valid PARCIALMENTE DE ACUERDO	6	6,0	6,0	36,0
Valid DE ACUERDO	64	64,0	64,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 24, se determina que del 100% de los encuestados el 64% dio a conocer estar de acuerdo que la contaminación tiene relación con el calentamiento global, el 27% mencionó estar en desacuerdo, el 6% indicó estar parcialmente de acuerdo y el 3% señaló estar indeciso.

Tabla N° 25

25. ¿Considera usted que el Gobierno tiene una postura firme ante los problemas ambientales?

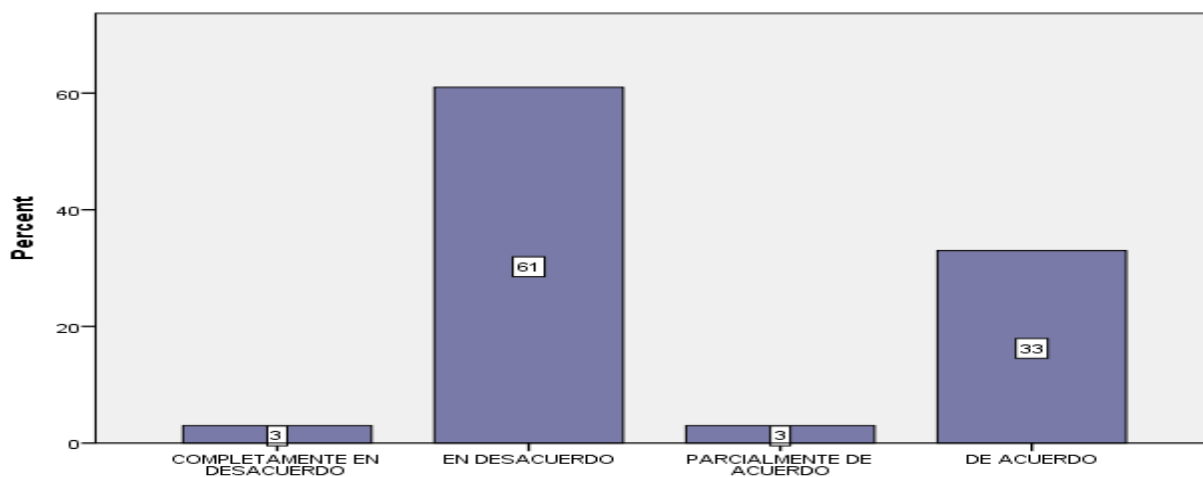
N	Valid	100
	Missing	0

25. ¿Considera usted que el Gobierno tiene una postura firme ante los problemas ambientales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	3	3,0	3,0	3,0
	EN DESACUERDO	61	61,0	61,0	64,0
Valid	PARCIALMENTE DE ACUERDO	3	3,0	3,0	67,0
	DE ACUERDO	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 25



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los datos de la tabla y gráfico n° 25, se determina que del 100% de los encuestados el 61% dio a conocer estar en desacuerdo que el Gobierno tiene una postura firme ante los problemas ambientales, el 33% mencionó estar de acuerdo y el 3% indicó estar completamente en desacuerdo y parcialmente de acuerdo.

4.1.1 Prueba de hipótesis

Las hipótesis serán contrastadas utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

χ^2 = Test de Chi cuadrado

$\sum_{i=1}^K$ = Sumatoria de frecuencias

O_i = Frecuencias Observadas

E_i = Frecuencias Esperadas

4.1.1.1 Prueba a la hipótesis principal

H_i: LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN, se relaciona significativamente con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H_0 :

- Rechazamos la H_0 y aceptamos la $H_1 \rightarrow$ si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la $H_0 \rightarrow$ si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H_0 : LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN y la CULTURA AMBIENTAL de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, no se relacionan.

H_a : LA NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN y la CULTURA AMBIENTAL de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Noticia como formato informativo de la televisión * Cultura Ambiental	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,523 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	11,204	2	,000
Asociación lineal por lineal	3,241	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como $p < \alpha$,
es decir,

que 0,000 es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna teniendo $X^2 = 8,523^a$ y un p – valor = $.000 < .05$, es decir, que la variable independiente **NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN** sí se relaciona significativamente con la variable dependiente **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

4.1.1.2 Prueba a la hipótesis específica primera

H_i: Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Los **ARGUMENTOS** no se relacionan con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Los **ARGUMENTOS** sí se relacionan con el **APRENDIZAJE** de

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Argumentos * Aprendizaje	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,237 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	17,552	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,134	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como P.
Valor =
0,000 < 0.05
entonces se

rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 14,237^a$ y un p – valor = .000 < .05, es decir, que los **ARGUMENTOS** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se encuentran relacionadas significativamente.

4.1.1.3 Prueba a la hipótesis específica segunda

H_i: Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: No, existe relación entre los **ARGUMENTOS** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Sí, existe relación entre los **ARGUMENTOS** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Resumen del procesamiento de los casos

		Casos							
		Válidos		Perdidos		Total			
		N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje		

Argumentos * Actitudes	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
-------------------------------	-----	--------	---	-----	-----	--------

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,126 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	25,022	2	,000
Asociación lineal por lineal	5,234	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como $p < \alpha$, es decir, que 0,000 es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 23,126^a$ y un p – valor = .000 < .05, es decir, que queda confirmado que existe una significativa relación entre los **ARGUMENTOS** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la

Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

4.1.1.4 Prueba a la hipótesis específica tercera

H₁: Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Los **ARGUMENTOS** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, no se relacionan.

H_a: Los **ARGUMENTOS** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Argumentos * Respeto	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Pruebas de Chi - Cuadrado

Decisión:

Como P. Valor = 0,000 < 0.05 entonces se rechaza la H₀.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,224 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	19,133	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,204	1	,000
N de casos válidos	100		

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 16,224^a$ y un p – valor = .000 < .05, es decir, que se ha determinado que los **ARGUMENTOS** y el **RESPETO** de

los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan significativamente.

4.1.1.5 Prueba a la hipótesis específica cuarta

H_i: Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Los **ARGUMENTOS** no se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Los **ARGUMENTOS** sí se relacionan con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede

San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos,
año 2017.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Argumentos * Prácticas o Acciones	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,551 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	16,224	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,105	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como P. Valor = 0,000 < 0.05 entonces se rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 13,551^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que los **ARGUMENTOS** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se encuentran relacionadas significativamente.

4.1.1.6 Prueba a la hipótesis específica quinta

H_i: El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: No, existe relación entre el **LENGUAJE** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Sí, existe relación entre el **LENGUAJE** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Pruebas de Chi – Cuadrado

		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)		
Leng	Chi-cuadrado de Pearson	21,236 ^a	2	,000	Total	
	Razón de verosimilitudes	24,552	2	,000	N	Porcentaje
	Asociación lineal por lineal	3,221	1	,000	100	100,0%
	N de casos válidos	100				

Decisión:

Como $p < \alpha$, es decir, que 0,000 es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 21,236^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que queda confirmado que existe una significativa relación entre el **LENGUAJE** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San

Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

4.1.1.7 Prueba a la hipótesis específica sexta

H_i: El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

Pruebas de Chi - Cuadrado	α
	= 0,05
	Criterios para rechazar o aceptar la H₀:
	-

Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: El **LENGUAJE** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, no se relacionan.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,124 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	18,103	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,425	1	,000
N de casos válidos	100		

H_a: EI

LENGUAJE y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Lenguaje * Actitudes	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Decisión:

Como P. Valor = 0,000 < 0.05 entonces se rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 15,124^a$ y un p – valor = $.000 < .05$, es decir, que se ha determinado que el **LENGUAJE** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan significativamente.

4.1.1.8 Prueba a la hipótesis específica séptima

H_i: El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: El **LENGUAJE** no se relaciona con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: El **LENGUAJE** sí se relaciona con el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Lenguaje * Respeto	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,128 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	20,537	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,446	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como P.
Valor =
0,000 < 0.05
entonces se

rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 17,128^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que el **LENGUAJE** y el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se encuentran relacionadas significativamente.

4.1.1.9 Prueba a la hipótesis específica octava

H_i: El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: No, existe relación entre el **LENGUAJE** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)			
Chi-cuadrado de Pearson	22,437 ^a	2	,000			
Razón de verosimilitudes	24,237	2	,000			
Asociación lineal por lineal	3,223	1	,000			
N de casos válidos	100					

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Lenguaje * Prácticas o Acciones	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Sí, existe relación entre el **LENGUAJE** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Decisión:

Como $p < \alpha$, es decir, que 0,000 es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 22,437^a$ y un p – valor = .000 < .05, es decir, que queda confirmado que existe una significativa relación entre el **LENGUAJE** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

4.2.1.1 Prueba a la hipótesis específica novena

H_i: Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Las **IMÁGENES** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, no se relacionan.

H_a: Las **IMÁGENES** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Imágenes * Aprendizaje	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan.

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,236 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	21,224	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,159	1	,000
N de casos válidos	100		

Decisión:

Como P.
Valor =
0,000 <
0.05
entonces
se
rechaza la
H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 18,236^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que se ha determinado que las **IMÁGENES** y el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan significativamente

4.2.1.2 Prueba a la hipótesis específica décima

H_i: Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de

Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$

- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Las **IMÁGENES** no se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Las **IMÁGENES** sí se relacionan con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Imágenes * Actitudes	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Decisión:

Como P. Valor = 0,000 < 0.05 entonces se rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 12,152^a$ y un p – valor = .000 < .05, es decir, que las **IMÁGENES** y las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer

ciclo
de la

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,152 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	15,274	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,58	1	,000
N de casos válidos	100		

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se encuentran relacionadas significativamente.

4.2.1.3 Prueba a la hipótesis específica décimo primera

H_i: Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede

San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: No, existe relación entre las **IMÁGENES** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

H_a: Sí, existe relación entre las **IMÁGENES** y el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Imágenes * Respeto	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Decisión:

Como $p < \alpha$, es decir, que 0,000 es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

Conclusión:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que

se

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,462 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	23,581	2	,000
Asociación lineal por lineal	3,583	1	,000
N de casos válidos	100		

rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 19,462^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que queda confirmado que existe una significativa relación entre las

IMÁGENES y el **RESPECTO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

4.2.1.4 Prueba a la hipótesis específica décimo segunda

H_i: Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017.

Nivel de confianza y significancia:

* Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

* Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

Criterios para rechazar o aceptar la H₀:

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁ → si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀ → si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 100 U.A.A

H₀: Las **IMÁGENES** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, no se relacionan.

H_a: Las **IMÁGENES** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de

Pruebas de Chi - Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)			
Chi-cuadrado de Pearson	9,563 ^a	2	,000			
Razón de verosimilitudes	11,752	2	,000			
Asociación lineal por lineal	4,281	1	,000	Total		
N de casos válidos	100			e	N	Porcentaje
Im				%	100	100,0%

o, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan.

Decisión:

Como P. Valor = 0,000 < 0.05 entonces se rechaza la H₀.

Conclusión:

De acuerdo a los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para

concluir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo $X^2 = 9,563^a$ y un $p - \text{valor} = .000 < .05$, es decir, que se ha determinado que las **IMÁGENES** y las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, sí se relacionan significativamente.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

En base a los resultados obtenidos al realizar la praxis científica de la presente investigación se puede determinar y establecer que la respuesta de mayor elección por parte de la muestra en estudio ha sido la opción “de acuerdo” asociada a los siguientes reactivos o ítems como: en un 31% los encuestados dieron a conocer estar de acuerdo que los formatos televisivos de género informativo ayudan en la difusión de la gestión de residuos sólidos, al 42% que se está dando un cambio en la percepción de la gente con respecto al cuidado del medio ambiente, en un 44% dio a conocer estar de acuerdo que la televisión desarrolla suficientes argumentos para promover la gestión de los residuos sólidos y que las imágenes propaladas en los medios televisivos contribuyen a la formación de una conciencia cívica en la gestión de los residuos sólidos, con la misma opción de respuesta y al 53% los encuestados indicaron que la juventud tiene una cultura ambiental relacionada a la gestión de los residuos sólidos, en un 56% que el lenguaje utilizado en los medios televisivos ayuda en la efectividad del mensaje que se desea transmitir en el tema de la gestión de los residuos sólidos, en un 68% que el lenguaje usado por los informativos televisivos es entendible y apropiado cuando se refieren a la gestión de los residuos sólidos y al 72% y con igual respuesta la muestra encuestada señaló que los medios informativos televisivos manipulan las imágenes por existir un conflicto de intereses en el cuidado del medio ambiente.

Con porcentajes más elevados al de los anteriores las unidades de análisis encuestadas manifestaron estar de acuerdo que es necesario que los periodistas deban recibir capacitaciones sobre los problemas del medioambiente, que estamos todavía en una etapa de Aprendizaje en relación a la gestión de los residuos sólidos esta información fue dada en un 75%, al 76% que los medios televisivos sean los indicados en propalar prácticas o acciones sobre la gestión de los residuos sólidos, en un 78% los encuestaron indicaron estar de acuerdo que las empresas deberían tener ética ambiental referente a los productos que producen, al 81% dio a conocer estar de acuerdo que los especialistas emplean un léxico muy técnico al momento de explicar los temas ambientales, en un 83% los encuestados mencionaron estar de acuerdo que

las autoridades deben incentivar campañas de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente, con un 89% la muestra dio a conocer estar de acuerdo que si cada ciudadano contribuyera al cuidado y protección del ambiente, se puede mejorar la situación ambiental en el país, al 91% los encuestados expresaron estar de acuerdo que los problemas naturales que enfrenta actualmente el planeta se debe a la contaminación producida por la sociedad y con igual alternativa de respuesta, es decir, de acuerdo y porcentajes entre los intervalos de 44% y 55% se dieron a conocer los reactivos referentes a: que existe un cambio de actitud frente a los problemas con el medio ambiente, que hay una mayor difusión sobre las acciones a desarrollar en temas medioambientales, que la actitud de la gente frente a la gestión de los residuos sólidos está llevando a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y que la tecnología afecta al medio ambiente.

Las hipótesis planteadas estadísticamente, tanto para la hipótesis de investigación principal como para las hipótesis específicas han sido rechazadas, según las frecuencias observadas y esperadas de los datos estadísticos de independencia, es decir, que todas las hipótesis nulas han tenido un p. valor menor al alfa 0.05, cuyos valores encontrados en la contrastación de dichas hipótesis son de 0.000, los cuales vienen a ser menores al nivel de significancia. Estos resultados han confirmado las hipótesis de trabajo o investigación, las cuales han sido planteadas de acuerdo a los respectivos problemas y objetivos de investigación.

CONCLUSIONES

Primera: Se ha determinado que **la NOTICIA, COMO FORMATO INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN**, se relaciona significativamente con la **CULTURA AMBIENTAL** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la comprobación de esta hipótesis principal fue realizada aplicando la prueba no paramétrica de chi – cuadrado de independencia teniendo como resultado a p. valor = 0,000 y como este valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Segunda: Los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, para la contrastación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000 < 0.05$ entonces se rechaza la H_0 .

Tercera: Se ha demostrado que los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la verificación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Cuarta: Se ha determinado que los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la confirmación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Quinta: Se ha determinado que los **ARGUMENTOS** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la comprobación de esta hipótesis específica fue realizada aplicando la prueba no paramétrica de chi – cuadrado de independencia teniendo como resultado a p. valor = 0,000 y como este valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Sexta: El **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, para la contrastación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000 < 0.05$ entonces se rechaza la H_0 .

Séptima: Se ha demostrado que el **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la verificación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Octava: Se ha determinado que el **LENGUAJE** se relaciona significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la confirmación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Novena: Se ha determinado que el **LENGUAJE** se relaciona significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la comprobación de esta hipótesis específica fue realizada aplicando la prueba no paramétrica de chi – cuadrado de independencia teniendo como resultado a p. valor = 0,000 y como este valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Décima: Las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **APRENDIZAJE** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, para la contrastación de esta hipótesis específica también se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000 < 0.05$ entonces se rechaza la H_0 .

Décima primera: Se ha demostrado que las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **ACTITUDES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la verificación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Décima segunda: Se ha determinado que las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con el **RESPETO** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la confirmación de esta hipótesis específica se realizó utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado de independencia, la misma que tiene como resultado lo siguiente: $p = 0,000$ es menor al nivel de significación de 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

Décima tercera: Se ha determinado que las **IMÁGENES** se relacionan significativamente con las **PRÁCTICAS O ACCIONES** de los estudiantes del tercer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, frente a la gestión de los residuos sólidos, año 2017, la comprobación de esta hipótesis específica fue realizada aplicando la prueba no paramétrica de chi – cuadrado de independencia teniendo como resultado a p. valor = 0,000 y como este valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la H_0 .

RECOMENDACIONES

1. La noticia, como formato informativo de la televisión debe tener todos los componentes necesarios para ajustarse a la verdad y no estar supeditada a intereses de terceros.
2. El Estado a través de sus diversas instituciones, debe fomentar entre la ciudadanía una cultura ambiental que garantice una adecuada gestión de residuos sólidos, la conservación de los recursos naturales, la flora y fauna así como de toda la biodiversidad que poseemos.
3. El cambio climático que afecta a varios países del mundo debe hacer tomar conciencia a la ciudadanía que el planeta tierra está atravesando una seria crisis, motivo por el cual debemos proteger los recursos que la naturaleza nos brinda.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

- Barroso, J. (1999). *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid, España: Fotopublicaciones S.A
- Bernabeu, N. (2012). *La noticia y el reportaje: proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula*, España: Ministerio de Educación
- Bonvecchio, M. (2006). *Evaluación de los aprendizajes: Manual para docentes*, Buenos Aires, Argentina: Ediciones Novedades Educativas.
- Bravo, N (1995). *Valores Humanos: Por la senda de una ética cotidiana*, Chile: Editores Ril.
- Breton, P. (2014). *La argumentación en la comunicación*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Campos, A. (1985). *Introducción a la psicología social*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a distancia.
- Carrascal, B. (2016). *Argumentación y prensa*. Bilbao, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Castillo, A. y Gonzáles, E. (2009). *Educación ambiental y manejo de ecosistemas en México*. México: Instituto Nacional de Ecología.
- Castruita, J. (2010). *Lenguaje y literatura*. México, D.F: Instituto Politécnico Nacional.
- Cebrian, M. (1998). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid, España: Editorial Ciencia 3.
- Cebrian, M. (2004). *La información en televisión*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Chomsky, N. (2004). *La arquitectura del lenguaje*. España: Kairos S.A
- Colegio24hs. (2004). *Función del lenguaje*. Buenos Aires, Argentina: Colegio24hs.
- Cortina, J. (2006). *Identidad, identificación, imagen*. México, D.F: FCE - Fondo de Cultura Económica.
- Echeverría, R. (2009). *Escritos sobre aprendizaje: recopilación*. Santiago de Chile: Editorial ebooks Patagonia - Comunicaciones Noreste.
- Esquirol, J. (2006). *El respeto o la mirada atenta: una ética para la era de la ciencia y la tecnología (2a. ed.)*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

- Gallardo, P. y Camacho, J. (2008). *La motivación y el aprendizaje en educación*. Sevilla, España: Wanceulen Editorial.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción*. España: Taurus.
- Ibáñez, T. (2004). *Introducción a la psicología social*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Kwiatkowska, T. y Issa, J. (2003). *Los caminos de la ética ambiental*. México: Plaza y Valdés.
- Mantilla, E., Vergel, C. y López, J. (2005). *Medición de la sostenibilidad ambiental*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Martini, S. (2004). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Mollá, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona, España: Editorial UOC
- Mondéjar, R. (2014). *Mediación ambiental. Recursos y Experiencias*. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- Montes de Oca, M. (2011). *Enseñar a argumentar: una batalla a lograr en la pedagogía actual*. Córdoba, Argentina: El Cid Editor.
- Moral, F. y Igartua, J. (2005). *Psicología social de la comunicación: aspectos teóricos y prácticos*. Málaga, España: Ediciones Aljibe.
- Morales, M. (2004). *Lenguaje y conocimiento común y especializado*. Colombia: Red Universidad de Antioquia
- Psicología del aprendizaje*. (2002). Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Ramsay, J. y Beltrán, L. (1997). *Extensión agraria, estrategia para el desarrollo rural*. Venezuela: Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura- Ilca- Fundación para la capacitación e investigación aplicada a la Reforma Agraria en Venezuela.
- Regalado, M. (2008). *Lectura de imágenes: elementos para la alfabetización visual. Curso básico*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Rincón, O. (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Rodríguez, D. y Serna, A. (2015). *Modelos de aprendizaje y cambio*. Bogotá, Colombia: Ediciones USTA.

Romero, L. (2006). *La realidad construida en el periodismo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Romero, M. (2009). *Desarrollo de la televisión en Venezuela*. Córdoba, Argentina: El Cid Editor.

Rubio, G. y Peralta, M. (2016). *El lenguaje de las noticias de televisión*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Sánchez, W. (2014). *Más respeto!: el delicado equilibrio en las relaciones pedagógicas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Claretiana.

Tello, N. (1998). *Periodismo actual. Guía para la acción*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Colihue.

Vázquez, M. (2009). *Noticias a la carta. Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Velásquez de Castro, F. y Fernández, M. (1998). *Temas de educación ambiental en las ciencias de la vida*. España: Narcea, S.A de Ediciones.

Velásquez, C., Gutiérrez, L. y Salcedo, A. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Sabana.

Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. España: Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (2014). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid, España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.

Referencias de tesis

Aparicio, Z. (2011). *Promoción de la educación ambiental para un desarrollo sostenible en el ámbito universitario*. Tesis de Maestría, Universidad de Piura, Perú.

Loayza, M. (2007). *El Papel de los diarios El Comercio y La República en la difusión de información sobre el medio ambiente, para el logro del desarrollo sostenible (2005-2006)*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos de la ciudad de Lima, Perú.

López, N. (2009). *Propuesta de un programa para el manejo de los residuos sólidos en la plaza de mercado de cerete – Córdoba*. Tesis de Maestría, Universidad Pontificia Javeriana de la ciudad de Bogotá, Colombia.

Mier-Terán J. (2006). *Marketing socioambiental: una propuesta para la aplicación del marketing social al campo medioambiental*. Tesis de Doctorado, Universidad de Cádiz, Colombia.

Vizcarra, J.C. (2015). *Propuesta Educativa Huella Sostenible: Un modelo de Narrativa Transmedia para la Educación Informal Del Desarrollo Sostenible*. Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Artículos científicos

Gracia, M. (s/f). Una Teoría Momentánea del Lenguaje: *D. Davidson. A Parte Rei (Revista de Filosofía)*.

Núñez, R. y Cuesta, O. (2016). Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Parales, C. y Vizcaíno, M. (2007). Las relaciones entre actitudes y representaciones sociales: elementos para una integración conceptual. *Revista Latinoamericana de Psicología*.

Rodríguez, M. (2004). La Teoría del Aprendizaje Significativo. *Centro de Educación a Distancia*.

Taylor, P. (2005). La ética del respeto a la naturaleza. *Universidad Nacional Autónoma de México: Instituto de Investigaciones Filosóficas*.

ANEXOS

ENCUESTA

1.- ¿Cree usted que los **INFORMATIVOS TELEVISIVOS** fomentan una **CULTURA AMBIENTAL** en los jóvenes peruanos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

2.- ¿ Está de acuerdo en que los formatos televisivos de género informativo ayudan en la difusión de la gestión de residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

3.- ¿Considera usted que la televisión desarrolla suficientes argumentos para promover la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

4.- ¿El lenguaje usado por los informativos televisivos es entendible y apropiado cuando se refieren a la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

5.- ¿Cree usted que el lenguaje utilizado en los medios televisivos ayuda en la efectividad del mensaje que se desea transmitir en el tema de la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

6.- ¿Está de acuerdo en que las imágenes propagadas en los medios televisivos contribuyen a la formación de una conciencia cívica en la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

--	--	--	--	--

7.- ¿Cree usted que los medios informativos televisivos manipulan las imágenes por existir un conflicto de intereses en el cuidado del medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

8.- ¿Considera usted que la juventud tiene una cultura ambiental relacionada a la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

9.- ¿Está de acuerdo que se está dando un cambio en la percepción de la gente con respecto al cuidado del medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

10.- ¿Considera usted que estamos todavía en una etapa de Aprendizaje en relación a la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

11.- ¿Cree usted que las autoridades deben incentivar campañas de aprendizaje en el cuidado del medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

12.- ¿Considera usted que existe un cambio de actitud frente a los problemas con el medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

13.- ¿ Está de acuerdo que la actitud de la gente frente a la gestión de los residuos sólidos está llevando a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

14.- ¿Considera usted que se está respetando las advertencias sobre la gestión de residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

15.- ¿Cree usted que hay una mayor difusión sobre las acciones a desarrollar en temas medioambientales?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

16.- ¿Está de acuerdo que los medios televisivos sean los indicados en propalar prácticas o acciones sobre la gestión de los residuos sólidos?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

17.- ¿Considera usted que los voceros ambientalistas están debidamente capacitados sobre los temas ambientales?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

18. ¿Cree usted necesario que los periodistas deban recibir capacitaciones sobre los problemas del medioambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

19. ¿Considera usted que los especialistas emplean un léxico muy técnico al momento de explicar los temas ambientales?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

20. ¿Está de acuerdo que los problemas naturales que enfrenta actualmente el planeta se debe a la contaminación producida por la sociedad?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

21. ¿Cree usted que las empresas deberían tener ética ambiental referente a los productos que producen?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

22. ¿Considera usted que si cada ciudadano contribuyera al cuidado y protección del ambiente, se puede mejorar la situación ambiental en el país?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

23. ¿Está de acuerdo que la tecnología afecta al medio ambiente?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

24. ¿Cree usted que la contaminación tiene relación con el calentamiento global?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE

	DE ACUERDO			EN DESACUERDO

25. ¿Considera usted que el Gobierno tiene una postura firme ante los problemas ambientales?

DE ACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO

ENTREVISTA

SOLEDAD NALVARTE

*Productora de Programas Especiales y de fin de semana
en RPP Noticias.*

- 1. ¿Considera que los programas informativos le dan la debida importancia a los temas ambientales?**

No como parte de una problemática, sino porque acogen una denuncia o porque las consecuencias de la falta de previsión son escandalosas. Los noticieros, generalmente están orientados al día a día, a la inmediatez y no, a generar noticias que visionen una problemática.

- 2. ¿Cree usted que en los medios de comunicación existen conflictos de intereses para informar objetivamente sobre temas ambientales?**

El tema de la publicidad es muy fuerte. Si bien nunca tuve algún problema al respecto, es “natural” que los editores no vean “noticioso” un tema que perjudique al ingreso de la empresa. Salvo cuando las consecuencias son muy visibles o algún medio independiente lo haya denunciado. Duro, pero real.

3. Desde su perspectiva: En la actualidad ¿las personas tienen una cultura ambiental?

Definitivamente, NO. De lo contrario no se vería tanta suciedad en las calles, tampoco se “recurriría” a la solución de la limpieza arrojando basura a los ríos (aunque el desborde de ellos por los huacos, fue una gran lección). Hay gente que ve “normal” tira las cáscaras, botellas a las calles. Nadie dice nada.

Si en esas pequeñas cosas, no hay conciencia, qué será por las minerías ilegales. La gente vive el día a día.

4. La sociedad peruana, especialmente los jóvenes ¿son conscientes de la importancia de la gestión de los residuos sólidos?

No en su mayoría. Salvo cuando están en la secundaria o la universidad y son parte de un proyecto. Después se olvidan de sus etapas “quijotescas”, es como un “amor de verano”. No veo consecuencia, apuestas profesionales sin financiamiento. Por lo menos, esa es la situación en Lima.

5. ¿Cómo se puede concientizar a los jóvenes acerca de la gestión de los residuos sólidos?

Eso tiene que ser una formación de bases, desde la escuela y sostenida. En nuestro país, se aceptan las medidas mediante la imposición. Una buena estrategia serían las multas. La sensibilización solo funciona desde la niñez...a las personas mayores, difícil que les cambies el chip.

6. Qué propuestas recomendaría para hacer efectiva la participación de los jóvenes acerca de la importancia de la gestión de residuos sólidos?

Sino fueron sensibilizados desde la escuela, difícil que apuesten por un cambio. Tal vez como parte de su “nota” en la universidad o instituto, los movilizaría masivamente. Hablar de cambios mediante campañas efímeras o talleres, es “pura poesía”.



ENTREVISTA

Mabel Valenzuela

Productora senior de RPP Noticias

1. ¿Considera que los programas informativos le dan la debida importancia a los temas ambientales?

Los noticieros en los medios de comunicación se ocupan más de temas ambientales, cuando se denuncian graves daños ecológicos que impactan a la población, pero muy poco lo hacen como programas especiales de prevención o educación ambiental.

Pese a ello, pero aún insuficiente, algunos medios de prensa tratan temas ambientales, dentro de los contenidos de Responsabilidad Social.

2. ¿Cree usted que en los medios de comunicación existen conflictos de intereses para informar objetivamente sobre temas ambientales?

En las noticias donde están involucrada una compañía minera o una transnacional, puede que exista algún conflicto de interés. Hay que recordar que los medios de comunicación son empresas que de alguna manera, sea por el avisaje o interés personal de los propietarios o accionistas, pueden tratar las noticias en forma parcializada.

3. Desde su perspectiva: En la actualidad ¿las personas tienen una cultura ambiental?

Depende de lo que llamamos cultura ambiental, si los niños en los colegios ya están siendo informados por métodos lúdicos, de la importancia de preservar el medio ambiente, ya se están iniciando en una cultura ambiental.

Me parece que aún a los adultos nos falta informarnos, un papel muy activo lo deben tener las empresas municipales iniciando a sus vecinos en hábitos ambientales positivos.

4. La sociedad peruana, especialmente los jóvenes ¿son conscientes de la importancia de la gestión de los residuos sólidos?

El reciclaje de residuos sólidos fue uno de los principales objetivos en especial en los colegios, donde los maestros enseñaban a los niños a separar los residuos, llámese plásticos, orgánicos y vidrios, incluso la carrera de ingeniería ambiental resultó ser una profesión muy requerida en las universidades estos últimos años.

Creo que se debe seguir motivando a los jóvenes de tal manera que puedan involucrarse activamente.

5. ¿Cómo se puede concientizar a los jóvenes acerca de la gestión de los residuos sólidos?

Un papel muy importante deben tener los centros de estudios superiores, universidades e institutos, donde puedan dar oportunidad, vía competencias, sistemas o inventos, el aprovechamiento, tratamiento, intermedio y final de residuos sólidos, además de incorporar en la currícula de las facultades, cursos sobre temas ambientales y voluntariado en zonas donde se congregan jóvenes, sea en plazas, playas y lugares turísticos, además de mostrarles que puede ser una pujante industria.

6. ¿Qué propuestas recomendaría para hacer efectiva la participación de los jóvenes acerca de la importancia de la gestión de residuos sólidos?

Lo que recomendaría es seguir insistiendo con el tema del reciclaje, que desde niños sepan la importancia de generar menos desechos y cuidar el medio ambiente y que los colegios como centros de formación fomenten dicha práctica.

