

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL
(UCI)**



**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SON INSTRUMENTOS
FUNDAMENTALES PARA EDUCAR Y SENSIBILIZAR A LOS CIUDADANOS
PARA MEJORAR LA CALIDAD AMBIENTAL EN VENEZUELA**

Andrés Ramón Aguiar Zuluaga

PROYECTO FINAL DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL
TURISMO SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Junio de 2010

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL
(UCI)**

Este artículo fue aprobado por la Universidad como requisito parcial para optar al grado de
Master en Gestión del Turismo Sostenible

Dr. Carlos Rivero

PROFESOR TUTOR

Dr. Oliver Chassot

LECTOR No.1

Lcdo. Andrés Ramón Aguiar Zuluaga

SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A mis padres que yacen sembrados para siempre sobre el mismo surco en la tierra ancestral.

A mis hijas; Andreina, Andrea, a Sofía mi querida nieta.

A mi esposa, Ramona Del Valle.

AGRADECIMIENTOS

A mi esposa, por su extraordinario e incondicional apoyo.

A los profesores y compañeros de la Universidad Para la Cooperación Internacional – UCI, con sede en San José de Costa Rica,... a todos ellos vaya mis sinceros agradecimientos, gracias.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SON INSTRUMENTOS
FUNDAMENTALES PARA EDUCAR Y SENSIBILIZAR A LOS CIUDADANOS
PARA MEJORAR LA CALIDAD AMBIENTAL EN VENEZUELA

Autor: Andrés Ramón Aguiar Zuluaga



Universidad para la Cooperación Internacional
Sede Costa Rica
Maestría en Gestión del Turismo Sostenible

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL SON INSTRUMENTOS
FUNDAMENTALES PARA EDUCAR Y SENSIBILIZAR A LOS CIUDADANOS
PARA MEJORAR LA CALIDAD AMBIENTAL EN VENEZUELA**

Andrés Ramón Aguiar Zuluaga

Autor: Lic. Andrés Aguiar.

Estudiante de la Maestría de Gestión del Turismo Sostenible.

Caracas-Venezuela.

E-mail: andresaguiaraz@gmil.com

RESUMEN

El presente trabajo estudia, desde una perspectiva teórica el uso de los medios de comunicación social como canales fundamentales para difundir la información, orientada a promover la educación y sensibilización en los ciudadanos para mejorar la calidad ambiental en Venezuela. Mediante un modelo de campañas y estrategias comunicacional a través de los medios informativos como un proceso permanente de divulgación de los efectos del calentamiento global, que alcance la efectividad de los mismos para generar cambios de conductas dentro de la población. Así como la participación de los ciudadanos en la preservación ambiental en el país.

Palabras claves: sensibilización, información, preservación, calidad ambiental, ambiente, comunicación.

SOCIAL MEDIA ARE FUNDAMENTAL INSTRUMENTS TO EDUCATE AND RAISE AWARENESS IN ORDER TO IMPROVE ENVIRONMENTAL QUALITY IN VENEZUELA

ABSTRACT

From a theoretical perspective this paper studies the use of social media as fundamental channels to disseminate information, to promote education and awareness in the citizens to improve environmental quality in Venezuela. Using the communicational model campaigns and strategies of the mass media as a continuing process of dissemination of the effects of global warming, to reach the effectiveness for changes of behaviour of the population. As well as the participation and relationship of citizens in the environmental preservation in the country.

Key words: awareness, information, preservation, environmental quality, environment, communication.

ÍNDICE

HOJA DE APROBACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ARTÍCULO CIENTÍFICO	v
RESUMEN	vi
Introducción.....	1
Objetivo General.....	3
Objetivo Específico.....	3
Bases Conceptuales.....	4
Informar para mejorar la calidad ambiental.....	5
Sensibilización y fomento de una Cultura de preservación del medio ambiente y la participación social.....	6
Comunicación e Información pública.....	6
Bases Legales.....	7
Metodología.....	7
Población y Muestra.....	9
Confiability.....	10
Resultados.....	12
Conclusión.....	17
Recomendaciones.....	18
Referencias.....	19
Referencias Electrónicas.....	20
Anexo 1: Encuesta.....	21
Anexo 2: Resultados de las Entrevistas.....	26
Anexo 3: Principales Medios de Comunicación Social en Venezuela.....	27
Anexo 4: Mapa Político Territorial de Venezuela.....	28
Anexo 5: Medios de Comunicación impresos en Venezuela.....	29
Anexo 6: Medio de Comunicación Audiovisuales.....	30
Anexo 7: Medio de Comunicación Radioeléctricos.....	31

Anexo 8: Titulares Medio de Comunicación Impresos.....	32
Anexo 9: Elementos Contaminantes del Medio Ambiente.....	33

INTRODUCCIÓN

Venezuela es uno de los países más contaminante del mundo por su condición de productor de petróleo, su primera fuente de ingresos. Los impactos ambientales provocados por la extracción de petróleo, el procesamiento de alimentos, las empresas textiles y las industrias pesadas de hierro y aluminio son preocupantes. La solución al problema pasa por reducir las emisiones de gases invernadero, causados por la combustión de gases de origen fósiles, y fortalecer la entrega de información a través de los medios de comunicación social. Estos permiten una mayor cobertura y alcance de la comunicación en la sociedad, así como crear, una conciencia en la población. Uno de los problemas que presentan los pobladores es la exigua información que reciben en materia ambiental. Esto sin dudas limita su educación y los excluye de la posibilidad de competir en un mundo globalizado en la búsqueda de mejorar la calidad ambiental sostenible en el país. Ante esta situación, se busca proporcionar una percepción de carácter global del problema con la urgencia de mejorar la información en la ciudadanía que permita el aprendizaje y la concientización en el ámbito ambiental. En este sentido, el papel de los diferentes medios de comunicación social sus programas y estrategias de comunicación son fundamentales.

La crisis ambiental que sufre el planeta, ha puesto al descubierto la ineficiencia y retraso de las instituciones de nuestras sociedades contemporáneas. Resulta obvia la necesidad de replantear los esquemas, tanto jurídicos, políticos, y económicos, como comunicacionales y sociales. Las instituciones que fueron sustento de desarrollo durante el siglo XX, hoy resultan obsoletas para solucionar la problemática ambiental.

El problema del cambio climático es uno de los aspectos de mayor preocupación de los gobiernos, gremios y organizaciones no gubernamentales y, Venezuela no es ajena a ello. En el 2008 se presentaron desastres en distintas regiones del país; fuertes lluvias e inundaciones, siendo la más grave el deslave en el Litoral Central en la Guaira estado Vargas, donde murieron aproximadamente unas 700 mil personas.

Ante esta situación se busca esbozar una percepción de carácter global del problema y la urgencia de fortalecer la difusión de información en la ciudadanía que permita alcanzar la educación y concientización en el ámbito ambiental acorde con la nueva realidad que vive el país. La gestión ambiental no puede percibirse de forma aislada del acontecer nacional, particularmente por sus importantes vínculos con los sectores productivos, educativos, culturales, informativos, científicos y económicos, bases del desarrollo sustentable de la nación. La complejidad de las causas y efectos de los problemas ambientales requieren ser considerados en los distintos programas y sectores, fundamentalmente en la difusión de información en los medios de comunicación social para dar a conocer la complejidad y soluciones del problema.

En el desarrollo de sus actividades productivas, el hombre causa impactos en el medio ambiente, que pueden ser de diversas formas e intensidades. Hechos como éstos afectan a todos los segmentos de la población, como respuesta al problema el Estado busca formular y adoptar políticas públicas que garanticen evitar la agudización del deterioro ambiental en la región. Para esto, debe considerar a los medios de comunicación como canales fundamentales para la difusión de la información, en virtud de que éstos juegan un papel de suma importancia dentro del desarrollo de la sociedad en general, ya que su misión es de carácter eminentemente social. El desarrollo sustentable implica una un re- entendimiento del ser humano y su medio como un sistema complejo e interconectado, el cual demanda la incorporación del conocimiento ambiental en la toma de decisiones y políticas que permita fortalecer los mecanismo de consultas y coordinación institucional gubernamental y privado, a los fines de garantizar el flujo de la información permanente entre los diversos sectores.

En lo que respecta a la educación ambiental, es fundamental la ampliación y utilización de los medios de comunicación social como canales de distribución de la información, específicamente dentro del marco de la Agenda XXI, la cual contiene propuestas de acciones regionales e internacionales para detener los procesos de degradación ambiental para el siglo XXI.

Según Cacia y Priess (2000), el papel que deben ejercer los medios de comunicación, cualquiera sea su particularidad de expresión es ser servidores públicos. Es decir, su misión tiene un carácter predominantemente social. Estos autores señalan que los intereses políticos, religiosos, económicos, filósofos y culturales deben estar supeditado a la premisa básica del bien común. Sólo la práctica constante de esa conducta invariable le garantizará al medio de comunicación su propia supervivencia en un ámbito de libre competencia y libertad.

El progresivo interés de la sociedad frente a la gravedad de los problemas climáticos en que está inmersa, requiere de la urgencia de crear conciencia en la ciudadanía sobre la emergencia que afecta al planeta, y la necesidad de una pronta solución. Bajo este marco de referencia, es necesario que los gobiernos establezcan los elementos, las libertades y las obligaciones necesarias para fomentar la efectiva participación de una sociedad informada y responsable; y al mismo tiempo, que la sociedad participe en forma positiva.

Objetivo general

Determinar si los medios de comunicación social son instrumentos fundamentales para difundir la información orientada a educar y crear conciencia ambiental en la mayoría de la población, para prevenir y mitigar el deterioro ambiental en el país.

Objetivos específicos

- Definir la importancia de los medios de comunicación social para difundir información en la población orientada a educar para prevenir el problema ambiental en el país.
- Evaluar la percepción de las personas en relación a la información que los medios de comunicación social divulgan sobre el tema de calentamiento global.
- Analizar la información y los medios, los mensajes propagandísticos- educativos en materia de protección del medio ambiente.
- Examinar la competencia existente entre los diferentes medios de comunicación social en el tema ambiental para lograr un mayor alcance de la información en la población.

- Conocer la participación de los medios de comunicación en las campañas comunicacional para fomentar la cultura de prevención del medio ambiente en el país.

Bases conceptuales

El término ambiente en esta investigación se enfoca en función de lo ecológico y el medio ambiente, con el propósito de definir y describir la relación existente entre la función de los medios de comunicación social y la sociedad. Desde el punto de vista de la capacidad de persuasión e influencia que estos ejercen en las personas como orientadores de la atención pública.

En este sentido los medios de comunicación social, en general, y la televisión en particular en su condición de medios de comunicación de masas hegemónico, serían de gran apoyo para la difusión de información y mensajes propagandísticos encauzados a educar y generar conciencia en la ciudadanía sobre la necesidad de prevenir y conservar el ambiente para garantizar una mejor calidad de vida a los pobladores. Ya que mediante estos medios se pueden formular los valores, normas y actitudes que rigen la forma de preservar el medio ambiente y la relación entre el hombre y la naturaleza. Por lo tanto, el ambiente se considera como la sumatoria de todo lo que nos rodea, condicionando la sociedad en su conjunto, es decir valores naturales, sociales y culturales que influyen en la vida del hombre y en las generaciones futuras. La educación se convierte en un medio importante para la creación de valores y actitudes en cuanto a la conservación ambiental se refiere. López (1998) Pág. 64

Existen algunos consensos sobre la importancia que pueden ejercer los medios de comunicación social en la educación ambiental, que los ubica como un proceso planificado y mediático para comunicar e informar, y a la vez proporcionar instrucción, que enseñe y oriente a las personas como a los grupos para que protejan y preserven los sistemas de soporte vital del planeta.

De allí la importancia de incorporar a los medios de comunicación social en su conjunto para la información, educación y sensibilización de los ciudadanos en materia de calidad ambiental. Donde además se provea las posibles soluciones para mitigar el deterioro ambiental en el país, Así como tratar de incentivar a otros sectores tales como; colegios, universidades, gremios, ONG`s y gobierno para que asuman la tarea de ocuparse del grave problema medioambiental que vive el planeta. Ya que este es un inconveniente que nos concierne a todos sin distinción de clase social.

En conclusión los medios de comunicación social deben responder de manera integral a las necesidades y expectativas de la sociedad para generar los cambios sustanciales en las relaciones hombre- medio ambiente bajo el concepto de proteger el planeta. Estos cambios pasan por la preocupación de luchar contra la contaminación. Dándoles a los ciudadanos las oportunidades de desarrollar las habilidades pertinentes para investigar la información publicada en los medios de comunicación social, sobre los impactos negativos que afectan el ambiente, y que las personas desarrollen las capacidades y conocimiento que les permita participar activamente en la resolución de los problemas detectados y la prevención de los inconvenientes futuros

Informar para mejorar la calidad ambiental

El análisis de la información para educar en materia ambiental se puede enfocar desde diferentes puntos de vista para lograr la sostenibilidad, puede definirse como categoría económica, pues se refiere a un paradigma de explotación de sistemas naturales. Así mismo es político –ecológica, ya que está inmersa en la ecología general; puede entenderse además como categoría social y cultural, puesto que la protección del ambiente involucra intereses sociales. Sólo que esto amerita una ampliación de espacios publicitarios y propagandísticos en los medios de comunicación, que permita un mayor alcance y penetración de la información en la sociedad. Bajo la perspectiva de que a través de la información se puede fortalecer la educación en las personas.

Este planteamiento conlleva a que los medios de comunicación social como elemento formador deben utilizar su influencia que ejercen en la sociedad, para diseñar campañas

comunicacional que genere en la mayor parte de la población una opinión pública favorable para alcanzar los cambios sociales, políticos y ambientales necesarios para optimizar la calidad medioambiental en el país. Este señalamiento podría ser reforzado por lo referido en la Ley de Responsabilidad social de los medios de comunicación.

La utilización y el apoyo de los medios de comunicación social, es fundamental para llevar la información más allá del conocimiento individual pues a través de estos canales se puede alcanzar al colectivo mediante la información contenida en los medios de comunicación, incluyendo los emergentes como las redes populares, es decir la información electrónica para tratar de llegar a un público mayoritario.

Sensibilización y fomento de una cultura de preservación del medio ambiente y la participación social.

Es fundamental estimular y fortalecer la cultura de preservación del medio ambiente en la población y su socialización a múltiples sectores de la sociedad, con principal énfasis en las comunidades receptoras de turistas, motivado a la gran presión que éstos ejercen en las localidades anfitrionas.

Los medios de comunicación social tienen la responsabilidad de promover e incentivar a los ciudadanos mediante la difusión de información relacionada con el tema de calidad ambiental, para involucrarlos al proceso de educación y concientización, para que asuman el papel protagónico en la comunicación de conocimientos sobre los peligros, la vulnerabilidad y riesgos que representa para la población el problema de calentamiento global.

Comunicación e información pública

Los medios de comunicación social, deben garantizar a la población el derecho a estar informado de manera íntegra y adecuada, tal como lo establece la responsabilidad social. Corresponde a cada uno de ellos desarrollar programas de información pública alusivos al tema, tales como; recomendaciones, y normas sobre

la preservación y atención del medio ambiente, así como la vulnerabilidad y amenazas del mismo.

Bases legales

La legislación venezolana ha adoptado normas orientadas a prevenir y preservar el medio ambiente como base fundamental de desarrollo sostenible de la nación. Asimismo instituye que los medios de comunicación social, público y privados deben contribuir a la formación ciudadana a través de los servicios de radio, prensa, televisión y redes informáticas con el propósito de incorporar el conocimiento y la aplicación de nuevas tecnologías en beneficio de la colectividad. (Art. 107 y 108 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela)

De los artículos antes señalados se puede observar una clara contraposición en el propósito que tiene el Estado en el cuidado del medio ambiente y la conservación del mismo, motivado a que aún cuando existe una reglamentación vigente, no se percibe ninguna voluntad política para hacer cumplir tales ordenanzas, dirigidas a crear conciencia en la población en materia de conservación ambiental y los recursos naturales. De igual manera no existe una programación de campañas institucional propagandística a través de los medios de comunicación social que ayude a difundir y profundizar la información relacionada con la complejidad de la problemática ambiental que actualmente vive el planeta, y la necesidad de hacer algo para mitigar el deterioro del entorno natural mediante la educación y sensibilización de los ciudadanos.

Metodología

El modelo de investigación propuesto orientó su proceso en el estudio de campo en una acepción cuantitativa, descriptiva, transeccional, que condujo a la utilización del cuestionario como instrumento, y la encuesta como técnica, donde los encuestados validaron a través del Método hermenéutico Dialéctico de Lincoln y Guba (1989) y sustentándose el carácter descriptivo del mismo, el cual permitió la elaboración del modelo final con factibilidad para ejecutarlo.

La solución de la situación problema está inserta en la investigación de campo de naturaleza descriptiva, la cual permite el análisis de la situación observada. Se ubica en el enfoque de investigación cuantitativa que permite crear el modelo inicial y final de la utilización de los medios de comunicación social para la difusión de información. Hernández Sampieri, Fernández Collado (2001) p.42

La investigación de campo es definida por la Universidad Santa María (2005), en las Normas para la elaboración de los trabajos especiales de grado como la investigación “que se caracteriza por qué los problemas que se estudian surgen de la realidad y la información requerida deben obtener de ella”

Con respecto a la naturaleza descriptiva, Hurtado y Toro (1998), dicen: “Consiste en identificar las características del evento en estudio. En tal sentido, el propósito del investigador es describir situaciones y eventos, es decir como es y como se manifiesta determinado fenómeno. Por lo tanto, Hernández Sampieri, Fernández Collado y Batista Lucio (2001), Expresan sobre las investigaciones descriptivas.

Buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.... Evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente para así... describir lo que se investiga.

De acuerdo con el contexto o las fuentes de donde provienen los datos, el diseño es descriptivo de campo. Según, los autores citados, los datos se obtienen de fuentes vivas o directas, en su ambiente natural, es decir, en el contexto habitual al cual ellos pertenecen, sin introducir modificaciones de ningún tipo a dicho texto.

De lo anterior expuesto, en la naturaleza descriptiva de la investigación se evidencia cuando se trata de obtener información acerca del estado actual del fenómeno en estudio, precisando la naturaleza de la situación tal como existe al momento de la investigación. El

objeto consiste en describir lo que existe con respecto a las variaciones o condiciones de la situación.

Población y muestra

Para la operacionalización del modelo inicial, la población referencial constituye la totalidad del conjunto a investigar 2.352 personas de diferentes niveles educativos; distribuidos en los estados Anzoátegui, Carabobo, Falcón, Mérida, Miranda, Nueva Esparta y el Distrito Capital Caracas. Por ser estas las entidades que concentran el mayor número de habitantes. Las características geográficas y económicas han sido determinantes en la concentración de la población en estas regiones.

El muestreo que se aplicó es simple para población finita. No obstante, es importante que tanto el tamaño como las características de la muestra, garanticen su representatividad. Al respecto, Hurtado y Toro (1998), expresan en relación con la muestra que: “los estudios descriptivos (que tienen el menor control de las variables) se realizan con muestra que constituyan cuando menos el (10%) de la población”. Por tal razón, el cálculo se realizó de acuerdo con este procedimiento, utilizando para ellos a personas de diferente formación pedagógica.

Cuadro 1. Población de habitantes en las regiones consultadas

Entidades	Habitantes	Muestra
Distrito Capital	1.836.286	500
Anzoátegui	1.222.225	360
Carabobo	1.932.168	570
Falcón	763.188	220
Mérida	715.268	210
Miranda	2.330.872	600
Nueva Esparta	373.851	110
TOTAL	9.173.858	2.570

Fuente: Instituto Nacional de Estadística I .N. E censo año 2001.

El tamaño de la muestra para indagar la opinión en relación a la utilización de los medios de comunicación social, como instrumentos fundamentales para difundir la información dirigida a crear conciencia en la población para el mejoramiento de la calidad

ambiental en Venezuela. Fue de dos mil quinientos setenta personas (2.570), la cual representa el 30% de la población seleccionada. La participación fue general, ya que sólo se buscaba el nivel de conocimientos en el colectivo sobre el calentamiento global. No obstante se consultó a varios docentes y profesionales, quienes por su experiencia y autoridad son los más idóneos para realizar esta actividad dentro del proceso investigado.

Se diseñó un cuestionario para recabar la opinión de las personas entrevistadas para lograr la construcción del Modelo Inicial. Considerando lo siguiente:

- Análisis de las variables, categorías o dimensiones y sub.-categorías o indicadores.
- Con los datos anteriores se diseño y se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas, con varias alternativas de repuesta.

La validez de contenido del instrumento, se determinó por el método del juicio y respuestas de los consultados. Por lo tanto, el instrumento se sometió a un proceso de validación de contenido mediante juicio de expertos.

Los expertos fueron los docentes que laboran en el ámbito universitario, con experiencia en la investigación, cursos de maestría y nivel doctoral. Expresaron su opinión sobre la redacción de los ítems. Los mismos manifestaron gran interés aludiendo que dicho estudio constituye un factor importante para mejorar la calidad ambiental. Además formaron varias observaciones algunos de ellas, fueron tomadas en cuenta para la versión final. Ruiz B. (2002),

Confiabilidad

Se procedió con la aplicación de la teoría del coeficiente KR20 para evaluar la confiabilidad de los datos, los cálculos del coeficiente de confiabilidad se obtuvieron en forma mecánica, mediante la utilización de SPSS, para las ciencias sociales, obteniéndose un valor de 0.89, lo cual indica un grado de confiabilidad “muy alto” según el criterio de Ruiz (2002).

Para el análisis de la información se emplearon técnicas de procesamiento de datos para conocer la información suministrada por las personas consultadas para visualizar el estudio en su contexto, a fin de poder apreciar la posición y el conocimiento de los entrevistados en el tema.

Fase I. Momento cuantitativo: se apoyó en el enfoque de investigación cuantitativa y contempla la aplicación del instrumento y la construcción del modelo inicial.

Fase II. Momento cualitativo: en el contexto de la práctica para conocer el nivel de conocimiento sobre calidad ambiental, se dieron tres encuentros directos con personas con los siguientes indicadores: difusión de la información en los medios de comunicación social, calidad de la información, características del mensaje propagandístico, contexto del conocimiento de las personas en materia ambiental, relación de los medios de comunicación social con la sociedad, el uso y conocimiento de las nuevas técnicas de información en el tema ambiental. Se comenzó el encuentro con grupos de discusión denominados círculos hermenéuticos, presentándose varias directrices:

- Difusión de la información en los medios de comunicación social: Función alcance, frecuencia y resultados; misión, información y construcción del conocimiento.
- Calidad de la información: el mensaje, ética, estilo, proceso de la información y alcance.
- Características del mensaje propagandístico: calidad, precisión, inducción y aporte a la sociedad.
- Contexto del conocimiento de los ciudadanos en materia ambientalista, medios de comunicación social y factores sociales.
- Relación de los medios de comunicación y sociedad: vínculo, aportes de los medios e importancia.

Como puede apreciarse la investigación estuvo dirigida sobre el uso de los medios de comunicación social como instrumentos fundamentales para difundir la información orientada a educar y crear conciencia ambiental en la mayoría de la población emplazada a enfrentar el problema atmosférico en el país. La misma se desarrolló utilizando la metodología de la encuesta. Los análisis y discusiones se realizaron en los encuentros con

personas interesadas en el tema y voluntarios residentes de las diferentes entidades geográficas seleccionadas, en las discusiones participaron diversos actores sociales involucrados activamente en la vida de estas entidades.

Resultados

El presente trabajo proporcionó como resultado afirmativo que los medios de comunicación social son canales fundamentales para difundir la información, y que además son escuelas naturales para educar y sensibilizar a las personas en los temas de interés social, cualquiera sea su ámbito; incluyendo el problema ambiental. El análisis cuantitativo permitió obtener e interpretar toda la información requerida logrando expresar gráfica y porcentualmente los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento. Del total de las preguntas hechas se tomaron para el examen las de mayor valor, según el porcentaje obtenido las cuales alcanzaron un total de 13.

Por otra parte, en el ámbito local se encontró que la información enviada por los medios de comunicación sobre el cambio climático, es exigua. Lo que sin duda contribuye en cierta manera al desconocimiento de la problemática ambiental. Asimismo el resultado obtenido en las encuestas realizadas en las principales regiones del país. Permite conocer la información referente a los medios de comunicación social como instrumentos fundamentales para informar y educar a los ciudadanos residentes en Venezuela.

En el anexo número 1, se podrán ver la proyección y resultados de las preguntas relacionadas con el tema, los medios de comunicación social son instrumentos fundamentales para difundir información dirigida a educar y sensibilizar a los pobladores en materia de prevención ambiental. Entre los aspectos resaltantes se observa que el 66% de las personas encuestadas afirman conocer acerca del calentamiento global. Que el 60% conoce del tema de calidad ambiental. El 67% está consciente de la grave problemática ambiental y que el 83% si cree que los medios de comunicación social son instrumentos fundamentales para educar y sensibilizar a los ciudadanos para mejorar la calidad ambiental en Venezuela. Además que el 61% de los consultados no sabe de la

existencia de campañas comunicacional dirigida a crear conciencia en la población en el tema de protección

Cuadro N° 1 Regiones geográficas que cuentan con mayor número de medios de comunicación social en Venezuela

Región Capital	Región central	Región Occidental	Región oriental
El Nacional	El Araguieño	Diario La Frontera	El Sol Margarita
Ultimas Noticias	El Siglo	La Nación	La Noticia
El Universal	TVS Maracay	Versión Final	Tele caribe
Tal cual	Noti tarde	Aquí Paraguaná	Diario Impacto
Diario 2001	El Carabobeño	Diario El Vigía	La Hora
Quinto Día	La Noticia	El Informador	El Oriental Online
Globovision	Diario La Costa	El Regional De Zulia	El Tiempo
Televen	Diario La Voz	La Mañana	Diario Antorcha
Venevision	El Clarín	Nuevo Día	La Prensa

Fuente: colegio de Periodistas de Venezuela, seccional Caracas

Discusión

Los medios de comunicación social inciden colectivamente en los temas en que la audiencia se interesa, es decir son los conductos fundamentales para construir realidades sociales, son escuela natural y tienen un compromiso imprescindible con la sociedad. No obstante este compromiso en la actualidad es exiguo, debido a que se le viene dando mayor atención al sector político, el cual ocupa casi en su totalidad la información que los medios de comunicación social introducen a la sociedad en general. Son los medios de comunicación los que determinan la manera de orientación de la audiencia, marcando el rumbo de la agenda de los temas predominantes que requieren la atención y su discusión del público en la búsqueda de generar una coincidencia en el colectivo interesado en el tema en cuestión.

Los medios de comunicación social aún cuando son los que crean y mantienen la atención y el diálogo de las personas en a los temas de interés, estos deben dar mayor

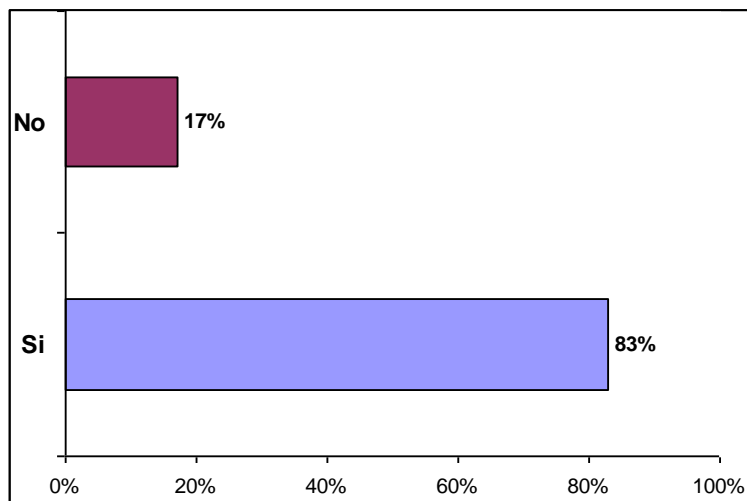
participación a otros sectores tales como; economía, salud, sociales, arte y turismo. Motivado a que estos temas son de igual relevancia que el político. Debe buscarse la pluralidad de la información, además de lo ético y lo profesional, para que la información llegue al público este en proporción con lo que realmente quiere saber y oír la audiencia.

Los propietarios de los medios de comunicación social que operan en Venezuela, aún no están sensibilizados en el tema de calidad ambiental y su prevención. Existe una falta de responsabilidad social, éstos no han respondido adecuadamente en la difusión de información que permita crear una conciencia en las personas en la preservación del medio ambiente en el país. No han sabido administrar su papel de escuela natural, ni su correa de transmisión de información que facilite positivamente la acción social en la colectividad sobre la importancia de preservar el medio ambiente y los recursos naturales.

Pregunta N° 6

¿Cree usted que los medios de comunicación social pueden contribuir a crear conciencia en la población para mejorar la calidad ambiental en el país?

Gráfico N° 1



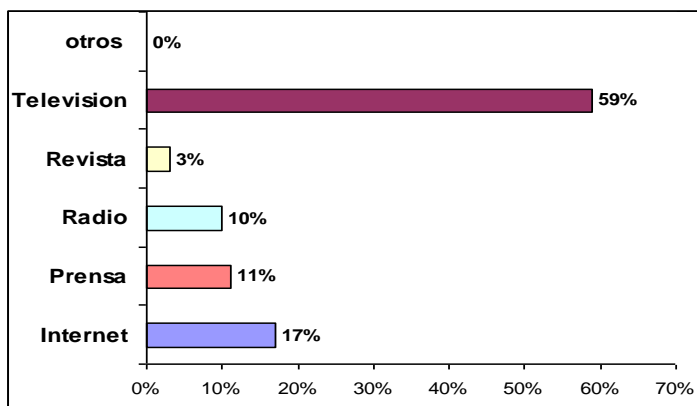
Fuente: Andrés Aguiar, 2010

En el gráfico número 1 se observa como los consultados creen que los medios de comunicación social si pueden contribuir a crear conciencia en la población para mejorar la calidad ambiental del país mediante la difusión de la información.

Pregunta N° 14

¿Cuál de los medios de comunicación social, cree usted que es el más idóneo para contribuir a crear conciencia en la población sobre la necesidad de preservar el medio ambiente?

Gráfico N° 2



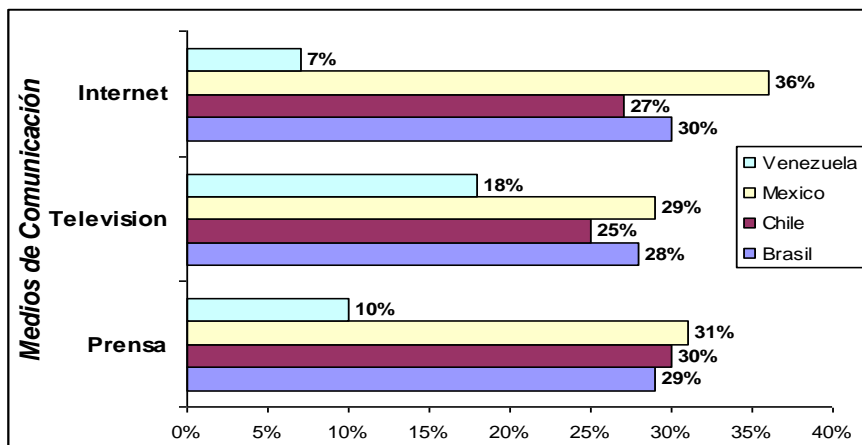
Fuente: Andrés Aguiar, 2010

En la gráfico número 2 se muestra que de acuerdo a las consultas hechas a los usuarios la televisión es el medio de comunicación con mayor aceptación (audiencia - público) para transmitir información propagandística relacionada con el tema de calidad ambiental.

Pregunta N° 27

¿Cree usted que Internet podría contribuir a la difusión de información para crear conciencia en la población sobre el tema climático?

Gráfico N° 3

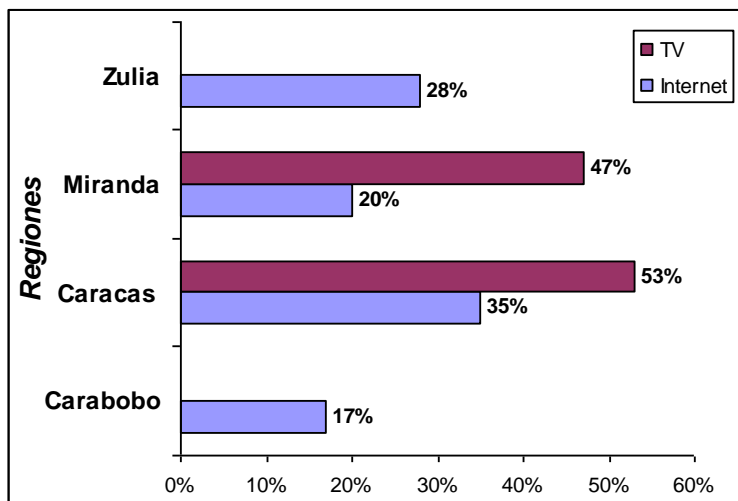


Fuente: Andrés Aguiar, 2010

En el gráfico número 3 muestra como un nuevo elemento comienza a ser más utilizado en el mundo de la comunicación e información digital. En esta figura se puede apreciar como Internet se ha venido fortaleciendo en las distintas regiones como herramienta de mayor capacidad de información a distancia; caracterizado por la inmediatez, bajo costo y fácil acceso, propio de un mundo globalizado.

Pregunta N° 29

¿Cuál cree usted que son los medios de comunicación social que más contribuyen en llevar información a la población sobre la problemática ambiental?



Fuente: Andrés Aguiar, 2010

En el gráfico número 4, se observa como Internet y la televisión son los medios de comunicación social más utilizados por los usuarios en las principales regiones de Venezuela, tal como se demuestra en este gráfico.

CONCLUSIONES

Las conclusiones que se derivaron de este estudio, y que se precisan a continuación, se organizan en función de las fuentes conciliadas y los hallazgos del proceso investigativo:

- La información difundida a través de los medios de comunicación social debe entenderse como un proceso permanente, en el cual los ciudadanos adquieren educación y conciencia de su medio, así como conocimientos, valores, destrezas y experiencias.
- Los medios de comunicación social son canales fundamentales para difundir la información orientada a promover la educación y sensibilización en los individuos, a partir de la utilización de los recursos adecuados, incluyendo las nuevas Técnicas de Información y Comunicación (TIC), tales como las Redes Sociales En Internet (Facebook, Twitter) para fortalecer y desarrollar el proceso comunicativo e inductivo, dentro el contorno de la vida cotidiana.
- Los medios de comunicación social deben desempeñar la función de informar objetivamente apoyado en su alto compromiso de comunicar de manera eficaz y ético para proporcionar a los individuos elementos necesarios que permita estimular y sensibilizar a la mayoría de la población sobre la problemática social de sus regiones.
- El modelo de campañas y estrategias comunicacional a través de los canales de comunicación social, debe alcanzar la efectividad en el uso de los mismos y, en la divulgación de información relacionada con el problema climático. Que promueva la participación y la relación de los ciudadanos en de preservación ambiental, en un mundo cada vez más global.

RECOMENDACIONES

Con el fin de optimizar la efectividad del uso de los medios de comunicación social como instrumento fundamental para difundir la información orientada a educar y sensibilizar a los ciudadanos, para mejorar la calidad ambiental en Venezuela, se recomienda:

- Perfeccionar y ampliar el uso de los medios de comunicación social como estrategia comunicacional para llevar mayor información referida a la problemática ambiental, que genere una conciencia ambiental en la población.
- Propiciar una matriz de opinión pública a través de los medios en el tema de mejoramiento ambiental, que induzca a la población valorar, discutir y alinear el sistema de creencias del problema climático del país. Mediante publicación de información y planteamientos del deterioro atmosférico, para lograr la efectividad de la población en la preservación del medio ambiente en Venezuela.
- persuadir a dueños y directivos de medios de comunicación social, a cumplir institucionalmente con la Responsabilidad Social en la difusión de información relacionada con el tema ambiental, para educar sensibilizar a las personas en la necesidad de preservar el medio ambiente.
- Apoyar e incentivar las campañas educativas a través de los medios de comunicación social para mantener informados y actualizados a los ciudadanos de lo que está pasando en el mundo en materia de calidad ambiental.
- Presionar a través de la opinión pública a los gobiernos para el diseño e implementación de políticas públicas reservadas a crear una cultura socio ambiental en la mayoría de la población del país.
- Diseñar campañas comunicacional orientada fundamentalmente a fortalecer la prevención del medio ambiente, ya que hasta ahora solo se destaca de manera frágil la parte correctiva.

REFERENCIAS

- Hurtado de B., J. 2000. *Metodología de la investigación holística*: Fundación servicios y proyecciones para América Latina, Caracas, Sypal.
- López T., M. 1998. *Educación Ecológica*. México, Trillas. Lubbers.
- R. y Morales, P. 2001. The Herat charter: global ethics for the Twenty first century. En M. K. Tolba (Edit.), *Our Fragile World*. Londres, UNESCO-Eolss.
- Seóanez, M. y Angulo, I. 1999. *Manual de gestión medioambiental de la Empresa: Sistema de gestión medio ambiental, auditorias medioambientales. Evaluaciones de impacto medioambiental y otras estrategias*. Madrid, Mundi-Prensa.
- Abreu Sojo, I. 2001. *El estudio de la Opinión Pública: Espacio público y medios de comunicación Social*. 2da Edición. Valencia – Venezuela, Vadell Hermanos.
- Joseph Dominick, RW. 2001. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Sexta edición. México, International Thomson.
- Ballesteros, J. y Pérez, AJ. 1997. *Sociedad y Medio Ambiente*. España, Trotta
- Climent, SJV. 1999. *Producción y Crisis Ecológica: Los agentes sociales ante la problemática ambiental*. España, Ediciones Universidad de Barcelona.
- Ascanio Guevara, A. Vinicius Campos, M. 2009. *Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI*. México.
- J. L Martínez, A. 1989. *El lenguaje Periodístico*. Madrid-España.
- Ortiz Gandarillas, E. 1992. *Informe de las Naciones Unidas para el medio Ambiente y el desarrollo: Misión Permanente en Bolivia*.
- Otero, I. 1998. *Mercado y Ambiente*. Debates IESA. Caracas, Ediciones IESA, S.A. Vol. 3. Nº 4. Abril-Junio.
- Taylhardat, A. 1998. *Ecoeficiencia y Ecodesarrollo: ¿Moda y Visión?* México, Editorial Prentice Hall Interamericana, S.A. de C.V.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

el-nacional.com. 2010. Periódico el Nacional. (Pagina Web en línea). Caracas- Venezuela, Consultado 15 Mar.2010. javascript.

Disponible en <http://www.el-nacional.com/www./site/p.-contenido.php>

freezone.com.ve. 2010. Aporte de los medios de comunicación: en preservación del medio Ambiente. (Pagina Web en línea). Caracas- Venezuela, Consultado 15 Mar. 2010. javascript.

Disponible en <http://www.freezone.com.ve>

globovision.com. 2010. Problemática Ambiental en Venezuela. (Pagina Web en línea). Caracas-Venezuela, Consultado 16 Mar. 2010. Javascript.

Disponible en <http://globovisión.com/channel.php>

caracas.eluniversal.com. 2009. Contaminación ambiental. (Pagina Web en línea). Caracas-Venezuela, Consultado 18 Mar. 2010. Javascript.

Disponible en <http://caracas.eluniversal.com>

radios.com.Ve. 2010. Micros propagandísticos: calidad ambiental. (Pagina Web en línea).Caracas-Venezuela, 19 Mar. 2010. javascript.

Disponible en <http://www.radios.com.ve>

vitalis.net. 2010. Contaminación ambiental en Venezuela. (Pagina Web en línea).Caracas-Venezuela, 19 Mar. 2010. javascript.

Disponible en <http://www.vitalis.net/situación%202006.htm>

ANEXO 1

ENCUESTA

Realizada por el Lcdo. Andrés Aguiar

Fecha: enero 2010

Pregunta número 1.-

¿Conoce usted acerca del problema de calentamiento global?

Si _____ No _____

Pregunta número 2.-

¿Ha oído usted hablar del fenómeno del niño?

Si _____ No _____

Pregunta número 3.-

¿Cree usted que el fenómeno del niño es?

Político _____ Económico _____ Social _____ Natural _____

Pregunta número 4.-

¿Sabe usted que es calidad ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 5.-

¿Está usted consciente de la gravedad del problema ambiental en el país?

Si _____ No _____

Pregunta número 6.-

¿Cree usted que los medios de comunicación social pueden contribuir a crear conciencia en la población para mejorar la calidad ambiental en el país?

Si _____ No _____

Pregunta número 7.-

¿Ha visto usted propaganda por los medio de comunicación social dirigida a informar a la población sobre el problema climático?

Si _____ No _____

Pregunta número 8.-

¿Sabía usted que la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela establece que los medios de comunicación social están en el deber de informar para contribuir a la formación ciudadana sobre el tema ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 9.-

¿Cuál es el medio de comunicación social tradicional que usted más ve?

Televisión _____ Periódicos _____ Revistas _____

Pregunta número 10.-

¿Sabe usted de alguna campaña comunicacional dirigida a informar a la ciudadanía sobre la preservación del ambiente?

Si _____ No _____

Pregunta número 11.-

¿Ha visto usted algún mensaje propagandístico en los medios que a continuación señalamos sobre el problema ambiental?

Trípticos _____ Vallas _____ Material POP _____
Rotulaciones _____ Encartes _____

Pregunta número 12.-

¿Tiene usted acceso a Internet?

Si _____ No _____

Pregunta número 13.-

¿Conoce usted las nuevas Redes Sociales?

Si _____ No _____

Pregunta número 14.-

¿Cuál de los medios de comunicación social, cree usted que es el más idóneo para contribuir a crear conciencia en la población sobre la necesidad de preservar el medio ambiente?

Internet _____ Radio _____ Televisión _____
Prensa _____ Revistas _____ Otros _____

Pregunta número 15.-

¿Cree usted que los medios de comunicación social están cumpliendo con su compromiso de Responsabilidad Social que le exige la Ley?

Si _____ No _____

Pregunta número 16.-

¿Ha visto usted alguna información por los medios de comunicación referente a los programas de reciclaje de desechos sólidos?

Si _____ No _____

Pregunta número 17.-

¿Cree usted que los medios de comunicación social deben informar al público sobre como prevenir el deterioro ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 18.-

¿Busca usted en los medios de comunicación social información relacionada con el problema climático?

Si _____ No _____

Pregunta número 19.-

¿Sabe usted que actualmente existen varias páginas Web en Internet especializadas en información sobre el problema ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 20.-

¿Cree usted que es fácil conseguir información en los medios de comunicación social sobre el tema ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 21.-

¿Con qué frecuencia busca usted información en los medios de comunicación social relacionado con el tema del calentamiento global?

Todos los días _____ Una vez a la semana _____ Fines de semana _____ Algunas veces _____

Pregunta número 22.-

¿Cree usted que el Estado debe difundir mensajes propagandísticos para persuadir a las personas sobre la necesidad de preservar el medio ambiente?

Si _____ No _____

Pregunta número 23.-

¿Cree usted que los medios de comunicación social podrían contribuir a mitigar el problema ambiental en el país?

Si ----- No -----

Pregunta número 24.-

¿Está usted conforme con la cobertura y espacios que dan los medios de comunicación para informar a la sociedad sobre el grave problema ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 25.-

¿Cree usted conveniente que los medios de comunicación social, deben promover y apoyar eventos dirigido a educar y sensibilizar a la población para preservar el medio ambiente?

Si _____ No _____

Pregunta número 26.-

¿Cree usted que existe suficiente información relacionada con el calentamiento global y como enfrentarlo?

Si _____ No _____

Pregunta número 27.-

¿Cree usted que Internet, podría contribuir a la difusión de información para crear conciencia en la población sobre el tema climático?

Si _____ No _____

Pregunta número 28.-

¿Está usted conforme con la información que actualmente dan los medios de comunicación social sobre el tema de educación ambiental?

Si _____ No _____

Pregunta número 29.-

¿Cuál cree usted que son los medios de comunicación social que más contribuyen en llevar información a la población sobre la problemática ambiental?

Si _____ No _____

ANEXO 2

Resultados de las Entrevistas

Preguntas	Respuestas			
	Si	NO		
1. ¿Conoce usted acerca del problema del calentamiento global?	66%	34%		
2. ¿Ha oído usted hablar del fenómeno del niño?	65%	35%		
4. ¿Sabe usted que s calidad ambiental?	58%	42%		
5. ¿Esta usted consciente de la gravedad del problema ambiental en el País?	67%	33%		
10. ¿Sabe usted de alguna campaña comunicacional dirigida a informar a la Población sobre la preservación del ambiente?	39%	61%		
12. ¿Tiene usted acceso a Internet?	74%	26%		
15. ¿Cree usted que los medios de comunicación social están cumpliendo con su compromiso de Responsabilidad Social que le exige la Ley?	36%	64%		
17. ¿Cree usted que los medios de comunicación social deben informar al público sobre como prevenir el deterioro ambiental?	78%	22%		
26. ¿Cree usted que existe suficiente información relacionada con el calentamiento global y como enfrentarlo?	29%	71%		
27. ¿Cree usted que el crecimiento acelerado de Internet, podría ser utilizado para difundir información sobre el tema de calidad ambiental?	77%	23%		
29. ¿Cree usted que el desconocimiento de algunas personas sobre el tema ambiental, se debe a la escasa información que transmiten los medios de comunicación social?	79%	21%		
	Político	Social	Económico	Natural
3. ¿Cree Usted que el Fenómeno del niño es?	17%	15%	4%	64%
	Televisión	Periódicos	Revistas	
9. ¿Cuál es el medio de comunicación social tradicional que usted más ve?	75%	15%	10%	

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3

Principales Medios de Comunicación Social de Venezuela

Nombre de Medios	Tipo	Lugar de Edición	Recipientes de la Información
El Nacional	Prensa Escrita	Caracas- Venezuela	A nivel Nacional
TalCual	Prensa Escrita	Caracas- Venezuela	A nivel Nacional
El Universal	Prensa Escrita	Caracas- Venezuela	A nivel Nacional
ÚltimasNoticias	Prensa Escrita	Caracas- Venezuela	A nivel Nacional
2001	Prensa Escrita	Caracas- Venezuela	A nivel Nacional
Notitarde	Prensa Escrita	Valencia, estado Carabobo	Regional
El Carabobeño	Prensa Escrita	Valencia, estado Carabobo	Regional
El Oriental	Prensa Escrita	Barcelona, estado Anzoátegui	Regional
La Frontera	Prensa Escrita	Mérida, estado Mérida	Regional
The Daily Journal	Prensa Escrita	Caracas -Venezuela	Internacional
FREE ZONE	Revista	Caracas - Venezuela	Internacional
Venevision	Televisión	Caracas- Venezuela	Internacional
RCTV	Televisión	Caracas-Venezuela	Internacional
Televen	Televisión	Caracas- Venezuela	Internacional
TVS-Maracay	Televisión	Maracay-estado Aragua	Regional
ATEL	Televisión	Maracaibo- estado Zulia	Regional
Radio Rumbos	Radio	Caracas-Venezuela	Área Metropolitana
98.1	Radio	Caracas-Venezuela	Área metropolitana
Radio San Carlos	Radio	San Carlos- estado Cojedes	Local
Radio 810	Radio	Valencia – estado Carabobo	Local
Fantástica	Radio	Isla de Margarita- Venezuela	Local
Radio Caracas Radio	Radio	Caracas-Venezuela	Área Metropolitana

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 4

Mapa Político Territorial de Venezuela

Problema de contaminación ambiental en el país



ANEXO 5

Medios de Comunicación impresos en Venezuela



EL NACIONAL



EL UNIVERSAL



el mundo
ECONOMÍA & NEGOCIOS



NOTITARDE

Ultimas **Noticias**



ANEXO 6

Medio de Comunicación Audiovisuales



ANEXO 7

Medio de Comunicación Radioeléctricos



ANEXO 8

Titulares Medio de Comunicación Impresos



ANEXO 9

Elementos Contaminantes del Medio Ambiente

