

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL Y CONCIENCIA  
AMBIENTAL DE LOS POBLADORES DEL  
DISTRITO DE AMBAR, 2021**

**PRESENTADO POR:**

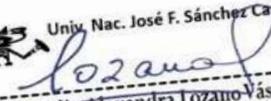
**Hemerson Rostay Paredes Jiménez**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS  
AMBIENTALES**

**ASESOR:**

**Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez**

**HUACHO - 2022**

Univ. Nac. José F. Sánchez Carrión  
  
Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez  
DOCENTE

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CONCIENCIA AMBIENTAL DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE AMBAR, 2021

## INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://clubensayos.com">clubensayos.com</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://repositorio.uraccan.edu.ni">repositorio.uraccan.edu.ni</a> Fuente de Internet	<1%
3	Submitted to unap Trabajo del estudiante	<1%
4	Submitted to Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB Trabajo del estudiante	<1%
5	<a href="http://search.bvsalud.org">search.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to CSU, San Jose State University Trabajo del estudiante	<1%
7	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.scielo.org.co">www.scielo.org.co</a> Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
11	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
12	repository.libertadores.edu.co Fuente de Internet	<1 %
13	hi.ee.upm.es Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1 %
16	creativecommons.org Fuente de Internet	<1 %
17	apecshuacho.galeon.com Fuente de Internet	<1 %
18	red.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

20	María-Cristina Vanegas-Rico, Víctor Corral-Verdugo, José-Marcos Bustos-Aguayo, Patricia Ortega-Andeane. " Expectations of others' environmental behaviour and its effect on personal pro-environmental behaviour ( ) ", <i>PsyEcology</i> , 2022 Publicación	<1 %
21	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="https://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe">www.repositorioacademico.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="https://repositorio.unan.edu.ni">repositorio.unan.edu.ni</a> Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Francisco de Paula Santander Trabajo del estudiante	<1 %
26	<a href="https://revistas.unisinos.br">revistas.unisinos.br</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://www.ipsos.com">www.ipsos.com</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="https://repository.unad.edu.co">repository.unad.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
29	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %

30

Submitted to Universidad Politécnica de Madrid

Trabajo del estudiante

<1 %

31

Submitted to Universidad Tecnológica de los Andes

Trabajo del estudiante

<1 %

32

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

33

Submitted to unsaac

Trabajo del estudiante

<1 %

34

Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Trabajo del estudiante

<1 %

35

[cybertesis.unmsm.edu.pe](http://cybertesis.unmsm.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

36

[repositorio.ucp.edu.pe](http://repositorio.ucp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

37

[repositorio.unasam.edu.pe](http://repositorio.unasam.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

38

Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC

Trabajo del estudiante

<1 %

39	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe	<1 %
	Trabajo del estudiante	
40	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú	<1 %
	Trabajo del estudiante	
41	archive.org	<1 %
	Fuente de Internet	
42	repositorio.uladech.edu.pe	<1 %
	Fuente de Internet	
43	www.scribd.com	<1 %
	Fuente de Internet	
44	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú	<1 %
	Trabajo del estudiante	
45	comunicativoentorn.wixsite.com	<1 %
	Fuente de Internet	
46	repositorio.autonoma.edu.pe	<1 %
	Fuente de Internet	
47	Submitted to unasam	<1 %
	Trabajo del estudiante	
48	www.urbe.edu	<1 %
	Fuente de Internet	
49	dspace.unach.edu.ec	<1 %
	Fuente de Internet	

50

Submitted to Corporación Universitaria  
Minuto de Dios, UNIMINUTO

Trabajo del estudiante

<1 %<sup>90</sup>

51

ciencialatina.org

Fuente de Internet

<1 %

52

moam.info

Fuente de Internet

<1 %

53

www.congresocienciasambientales.org

Fuente de Internet

<1 %

54

www.regionapurimac.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

55

aleph.org.mx

Fuente de Internet

<1 %

56

bibliotecadigital.univalle.edu.co:8080

Fuente de Internet

<1 %

57

tesishuacho2013.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

58

Submitted to Universidad Abierta para  
Adultos

Trabajo del estudiante

<1 %

59

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

60

repositorio.uwiener.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

61	<a href="http://rus.ucf.edu.cu">rus.ucf.edu.cu</a> Fuente de Internet	<1 %
62	<a href="http://poisonedpeople.com">poisonedpeople.com</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="http://psicologoespecialista.com">psicologoespecialista.com</a> Fuente de Internet	<1 %
64	<a href="http://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
65	Submitted to unhuancavelica Trabajo del estudiante	<1 %
66	Miryam Gabriela Pacheco Rodriguez. "Modelo de comunicación interna para instituciones públicas de educación superior. Caso Universidad de Guayaquil.", Universitat Politecnica de Valencia, 2022 Publicación	<1 %
67	<a href="http://cmap.upb.edu.co">cmap.upb.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
68	<a href="http://documentop.com">documentop.com</a> Fuente de Internet	<1 %
69	<a href="http://repositorio.uasf.edu.pe">repositorio.uasf.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
70	<a href="http://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

71	<a href="http://repositorio.unsch.edu.pe">repositorio.unsch.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
72	<a href="http://www.bioeticadesdeasturias.com">www.bioeticadesdeasturias.com</a> Fuente de Internet	<1 %
73	<a href="http://www.buenastareas.com">www.buenastareas.com</a> Fuente de Internet	<1 %
74	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1 %
75	<a href="http://cpue.uv.mx">cpue.uv.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
76	<a href="http://qdoc.tips">qdoc.tips</a> Fuente de Internet	<1 %
77	<a href="http://dialnet.unirioja.es">dialnet.unirioja.es</a> Fuente de Internet	<1 %
78	<a href="http://investigadores.unison.mx">investigadores.unison.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
79	<a href="http://www.usmp.edu.pe">www.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
80	Submitted to ESIC Business & Marketing School Trabajo del estudiante	<1 %
81	<a href="http://enciclopediaonline.com">enciclopediaonline.com</a> Fuente de Internet	<1 %
82	<a href="http://idicap.com">idicap.com</a>	

&lt;1 %

83

[repositorio.udh.edu.pe](https://repositorio.udh.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

84

[repositorio.unsa.edu.pe](https://repositorio.unsa.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

85

[idoc.pub](https://idoc.pub)

Fuente de Internet

&lt;1 %

86

[repositorio.untumbes.edu.pe](https://repositorio.untumbes.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

87

[repositorio.upt.edu.pe](https://repositorio.upt.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

88

[repositorioacademico.upc.edu.pe](https://repositorioacademico.upc.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

89

[um.umanizales.edu.co](https://um.umanizales.edu.co)

Fuente de Internet

&lt;1 %

90

Submitted to Universidad Marcelino  
Champagnat

Trabajo del estudiante

&lt;1 %

91

[dspace.unitru.edu.pe](https://dspace.unitru.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

92

[pesquisa.bvsalud.org](https://pesquisa.bvsalud.org)

Fuente de Internet

&lt;1 %

93

[renati.sunedu.gob.pe](https://renati.sunedu.gob.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

94

[repositorio.cuc.edu.co](https://repositorio.cuc.edu.co)

Fuente de Internet

&lt;1 %

95

[repositorio.undac.edu.pe](https://repositorio.undac.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

96

[repositorio.untrm.edu.pe](https://repositorio.untrm.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

97

[repositorio.unu.edu.pe](https://repositorio.unu.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

98

[tesis.usat.edu.pe](https://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

99

[dokumen.pub](https://dokumen.pub)

Fuente de Internet

&lt;1 %

100

[informatica.upla.edu.pe](https://informatica.upla.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

101

[ml.scribd.com](https://ml.scribd.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

102

[repositorio.uss.edu.pe](https://repositorio.uss.edu.pe)

Fuente de Internet

&lt;1 %

103

[www.ciencialatina.org](https://www.ciencialatina.org)

Fuente de Internet

&lt;1 %

104

[www.cinesargentinos.com.ar](https://www.cinesargentinos.com.ar)

Fuente de Internet

&lt;1 %

105	<a href="http://www.dspace.uce.edu.ec">www.dspace.uce.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
106	<a href="http://www.pinterest.es">www.pinterest.es</a> Fuente de Internet	<1 %
107	<a href="http://www.scielo.org.mx">www.scielo.org.mx</a> Fuente de Internet	<1 %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y  
CONCIENCIA AMBIENTAL DE LOS POBLADORES DEL  
DISTRITO DE AMBAR, 2021**

**Hemerson Rostay Paredes Jiménez**

**TESIS DE DOCTORADO**

**ASESOR: Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA DE POSGRADO  
DOCTOR EN CIENCIAS AMBIENTALES  
HUACHO  
2022**



## **DEDICATORIA**

A mis estimados padres por ser mi inspiración para lograr mis metas profesionales.

A mí amada esposa e hija por ser mi motivación y fuerza para lograr todos mis objetivos.

A dios por guiar mi camino y permitirme lograr una meta profesional.

*Hemerson Rostay Paredes Jiménez*

## AGRADECIMIENTO

A la población del distrito de Ámbar por permitirme el desarrollo de mi investigación.

A las autoridades locales del distrito de Ámbar por brindarme las facilidades para la aplicación de mis instrumentos en la población.

A mi asesora Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez por brindarme sus conocimientos para la realización de mi investigación.



*Hemerson Rostay Paredes Jiménez*

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>INTRUDUCCIÓN</b>	<b>x</b>

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

<b>1.1 Descripción de la realidad problemática</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Formulación del problema</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1 Problema general</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Objetivos de la investigación</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1 Objetivo general</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Justificación de la investigación</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Delimitaciones del estudio</b>	<b>7</b>
<b>1.6 Viabilidad del estudio</b>	<b>8</b>

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

<b>2.1 Antecedentes de la investigación</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Investigaciones internacionales</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Investigaciones nacionales</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Bases teóricas</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Bases filosóficas</b>	<b>32</b>
<b>2.4 Definición de términos básicos</b>	<b>34</b>
<b>2.5 Hipótesis de investigación</b>	<b>36</b>
<b>2.5.1 Hipótesis general</b>	<b>36</b>
<b>2.5.2 Hipótesis específicas</b>	<b>36</b>
<b>2.6 Operacionalización de las variables</b>	<b>37</b>

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

<b>3.1 Diseño metodológico</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Población y muestra</b>	<b>39</b>

3.2.1	Población	39
3.2.2	Muestra	39
3.3	Técnicas de recolección de datos	39
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	40
<b>CAPÍTULO IV</b>		
<b>RESULTADOS</b>		
4.1	Análisis de resultados	41
4.2	Contrastación de hipótesis	41
<b>CAPÍTULO V</b>		
<b>DISCUSIÓN</b>		
5.1	Discusión de resultados	52
<b>CAPÍTULO VI</b>		
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>		
6.1	Conclusiones	54
6.2	Recomendaciones	56
<b>REFERENCIAS</b>		
7.1	Fuentes documentales	57
7.2	Fuentes bibliográficas	58
7.3	Fuentes hemerográficas	60
7.4	Fuentes electrónicas	62
<b>ANEXOS</b>		
		<b>66</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultado de la Variable estrategia de comunicación audiovisual.....	38
Tabla 2: Resultado de la Dimensión comunicación objetiva. ....	39
Tabla 3: Resultado de la Dimensión comunicación publicitaria. ....	39
Tabla 4: Resultado de la Dimensión comunicación artística.....	40
Tabla 5: Resultado de la Dimensión comunicación digital.....	40
Tabla 6: Descripción de la Variable conciencia ambiental.....	41
Tabla 7: Resultado de la Dimensión conciencia cognitiva.....	41
Tabla 8: Resultado de la Dimensión conciencia afectiva .....	42
Tabla 9: Resultado de la Dimensión conciencia activa.....	42
Tabla 10: Resultado de la Dimensión conciencia conativa.....	43
Tabla 11: Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental.....	44
Tabla 12: Correlación de estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva .....	45
Tabla 13: Correlación de estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva .....	46
Tabla 14: Correlación de estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa .....	47
Tabla 15: Correlación de comunicación audiovisual y la conciencia conativa .....	48

## RESUMEN

El presente estudio de investigación fue llevado a cabo en la población del distrito de Ámbar. El objetivo fue identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Dentro de la metodología utilizada fue de diseño no experimental de corte transversal, tipo básica, de nivel correlacional y de enfoque cuantitativo. La muestra fue de 110 pobladores del distrito de Ámbar de edades a 18 a 69 años entre mujeres y varones, se trabajó con una muestra no probabilística por conveniencia y se consideró dos criterios de inclusión y exclusión. Se utilizó dos cuestionarios uno para medir estrategia de comunicación audiovisual de 16 preguntas y otro cuestionario de 16 preguntas para medir conciencia ambiental ambos se sometió a validez y confiabilidad de los cuales se consideró a 3 expertos en la materia. Se obtuvo como resultado que al aplicar el estadístico de correlación de Rho Spearman un nivel de significancia que  $p=0.002$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.779 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis general detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

Palabras clave: Estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental

## ABSTRACT

The present research study was carried out in the population of the Ámbar district. The objective was to identify the relationship between the audiovisual communication strategy and the environmental awareness of the residents of the Ámbar district, 2021. Within the methodology used, it was a non-experimental cross-sectional design, basic type, correlational level and quantitative approach. . The sample consisted of 110 residents of the district of Ámbar aged between 18 and 69 years between women and men, a non-probabilistic convenience sample was used and two inclusion and exclusion criteria were considered. Two questionnaires were used, one to measure audiovisual communication strategy of 16 questions and another questionnaire of 16 questions to measure environmental awareness, both were submitted to validity and reliability of which 3 experts in the field were considered. It was obtained as a result that when applying the Rho Spearman correlation statistic, a level of significance that  $p=0.002$  is less than alpha 0.05, then the general hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected, then we can affirm that there is a significant relationship between the audiovisual communication strategy and the environmental awareness of the inhabitants of the Ámbar district, 2021. Likewise, the Spearman's Rho correlation is 0.779, so it is accepted that a high positive relationship has been achieved, so the acceptance of the detailed general hypothesis, therefore, if there is a relationship between both variables.

Keywords: Audiovisual communication strategy and environmental awareness

## INTRODUCCIÓN

El estudio de investigación presentado tiene por título “Estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021”, tuvo como propósito identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Este estudio tendrá como desarrollo las dimensiones de estrategia de comunicación audiovisual entre ellos tenemos la comunicación objetiva, comunicación publicitaria, comunicación artística y la comunicación digital. Del mismo modo se considera las dimensiones de conciencia ambiental entre ellas son la conciencia cognitiva, conciencia afectiva, conciencia activa y conciencia conativa.

El presente estudio estará determinado por seis capítulos y está distribuido de la siguiente manera:

El capítulo I se encuentra el planteamiento del problema, la descripción de la realidad problemática, problema de investigación, objetivos del estudio, viabilidad, justificación y delimitación de la investigación.

El capítulo II se ubica el marco teórico, con sus respectivos antecedentes internacionales y nacionales, base teórica de las variables de estudio, base filosófica, hipótesis y definición de términos utilizados en la investigación.

El capítulo III comprende toda la metodología de la investigación diseño, nivel de investigación, enfoque y tipo de estudio, población y muestra de estudio.

El capítulo IV se ubica los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados, hipótesis tablas e interpretación de los resultados.

El capítulo V comprende la discusión del estudio con otras investigaciones tanto nacional o internacional.

El capítulo VI se encuentra las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Y por último se encuentra las referencias relacionadas a la investigación así como los anexos.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

En el mundo el cuidado del medio ambiente es un tema de relevante importancia puesto que de eso depende la sobrevivencia de todo ser vivo y del planeta, generar una conciencia ambiental en las personas para la protección y sostenibilidad del planeta es algo que tiene que involucrarnos a todos.

Para Jiménez & Lafuente (2006) detallan que la conciencia ambiental “desde una perspectiva analítica, un individuo ecológicamente consciente o proambientalista es alguien que realiza una amplia gama de conductas proambientales, así como posee ciertos valores y actitudes que diferentes teorías han asociado a este tipo de conducta” (p.733).

Asimismo, Chulia (1995) establece que “la conciencia ambiental está relacionada al entendimiento, disposición, preocupación, mejoramiento y prácticas con la protección del medio ambiente, así mismo menciona cinco dimensiones como la afectiva, cognitiva, conativa y activa” (p.27).

En el contexto actual de pandemia, en un proceso acelerado de cambios que acontecido al mundo es necesario generar estrategia de comunicación audiovisual para fomentar conciencia ambiental en las personas. Las personas necesitan ser conscientes de la degradación del medio ambiente para aceptar valores y cambiar actitudes de procesos de interacción cultural para cuidar nuestro planeta.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2019) refiere que comunicación audiovisual es la transmisión y recepción de

mensajes por medio de imágenes, signos o símbolos, que pueden incluir texto, frases y letras que permiten registrar, transmitir, conciencia y comprensión.

Según el Instituto del Sector de Encuestas de Opinión Pública (2019) realizó un estudio a 27 países del mundo en cuanto a la importancia de realizar propagandas publicitarias para educar a consumidores y productores sobre las consecuencias de sus acciones, con la esperanza de cambiar el comportamiento sin un incentivo financiero refieren si es necesario con un mayor porcentaje el 42% Perú, 42% Colombia, 41% Turquía, 40% Brasil, 39% India, 37% Malasia, 35% México, 35% Serbia, 34% Argentina, 34% Polonia, 32% China, 34% Argentina, 30% Arabia Saudita, 27% Sudáfrica, 25% Corea del Sur, 27% Sudáfrica, 25% Corea del Sur, 22% Chile, 22% Italia, 21% Australia, 21% Suecia, 20% Gran Bretaña, 20% Hungría, 20% España, 18% Francia, 18% Estados Unidos, 17% Rusia, 16% Bélgica, 16% Canadá, 11% Alemania y con un 10% Japón.

Para el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020) en el Perú se han cometido 447 delitos ambientales, 250 por contaminación y 58 por no cumplir las normas sanitarias, así mismo en cuanto a fenómenos naturales hubo 11.190 emergencias, de las cuales el 77,5% se debieron a fenómenos naturales y el 22,5% a causas antrópicas y 3.710 las fuertes lluvias causaron varios accidentes y entre los daños ambientales más peligrosos se encuentran las actividades mineras informales y en el 2018 se identificaron 8791 compromisos ambientales de la industria minera a nivel nacional generando de las personas y el ambiente natural que nos rodea.

Según el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología (2019) menciona que en el Perú los niveles de radiación UV aumentan en verano, especialmente en febrero, cuando se registra la mayor intensidad. En este sentido, se encuentra que, en el año 2019, el índice ultravioleta (UV-B) promedio en la provincia de Lima alcanzó un nivel alto de radiación UV en los primeros tres meses del año al igual que en diciembre, como, así como una intensidad máxima mensual igualmente alta en enero, febrero, marzo, octubre, noviembre y diciembre y el departamento de Junín reportó pico de radiación en marzo con valores extremos.

El cuidado del ambiente es importante para la preservación de todo ser vivo y la sostenibilidad de la tierra, necesitamos saber que uno de los aspectos que más daña la

naturaleza es el ser humano porque generan deforestación, contaminación del aire y estos son consecuencia de los malos estilos de vida que prevalecen en nuestra sociedad.

La investigación se desarrolló en el distrito de Ámbar que está ubicado en el departamento de Lima provincia de Huaura, según el INEI (2017) señala que alberga un total de 2324 habitantes entre hombres y mujeres. Contribuir a la mejora del medio ambiente evitar la contaminación y el arrojado de basura es una problemática que aqueja también a esta población y es importante generar conciencia ambiental en los pobladores, trabajar a través de los gobiernos locales, regionales y nacionales para generar cambio y comportamientos en los pobladores del distrito de Ámbar.



## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?

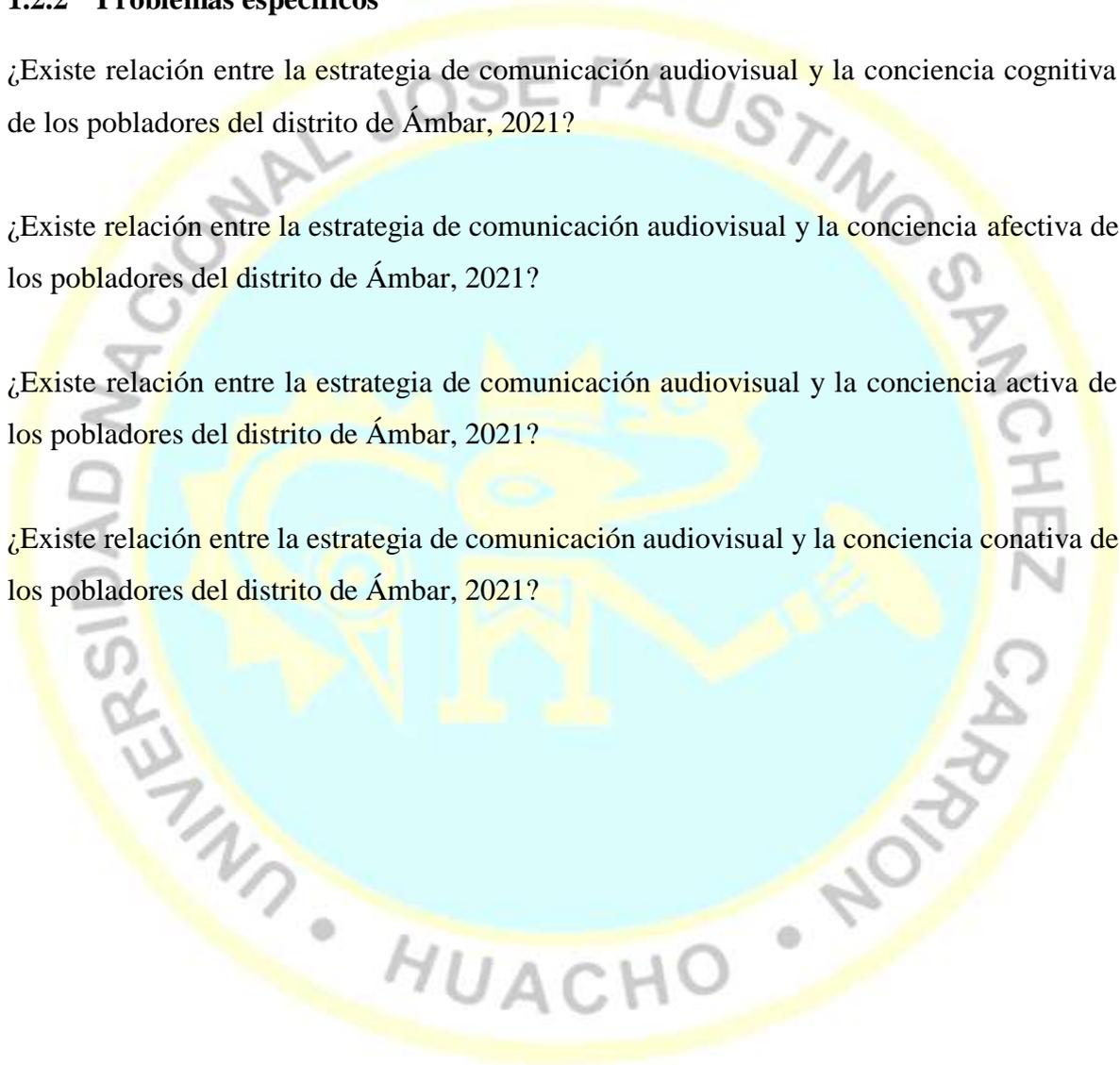
### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?

¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?

¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?

¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?



### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

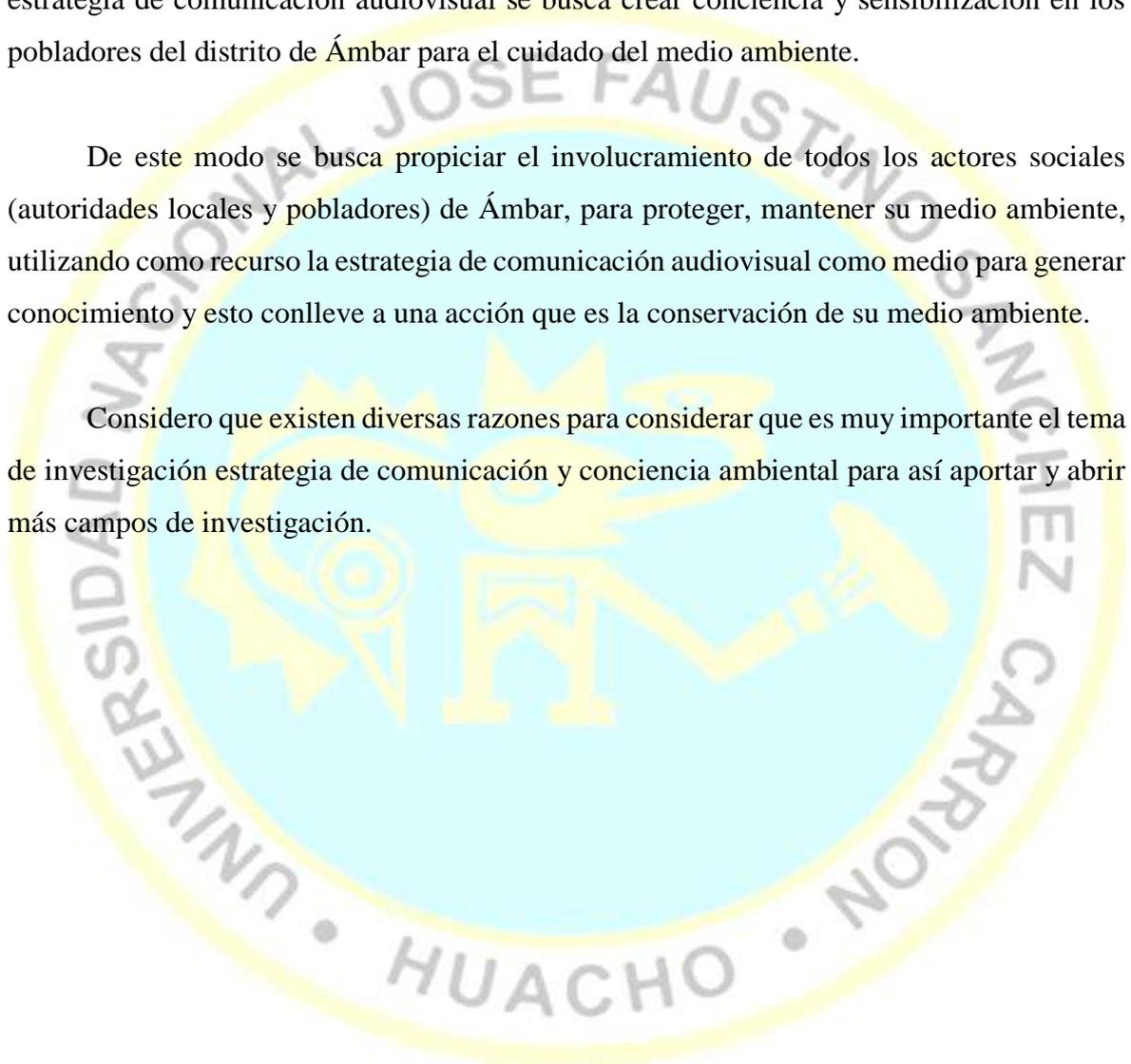
#### **1.4 Justificación de la investigación**

En esta investigación se identificó la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021 para propiciar gestiones sostenibles y promover conductas responsables en las personas.

Así mismo considero que el presente estudio es muy importante, porque con la estrategia de comunicación audiovisual se busca crear conciencia y sensibilización en los pobladores del distrito de Ámbar para el cuidado del medio ambiente.

De este modo se busca propiciar el involucramiento de todos los actores sociales (autoridades locales y pobladores) de Ámbar, para proteger, mantener su medio ambiente, utilizando como recurso la estrategia de comunicación audiovisual como medio para generar conocimiento y esto conlleve a una acción que es la conservación de su medio ambiente.

Considero que existen diversas razones para considerar que es muy importante el tema de investigación estrategia de comunicación y conciencia ambiental para así aportar y abrir más campos de investigación.

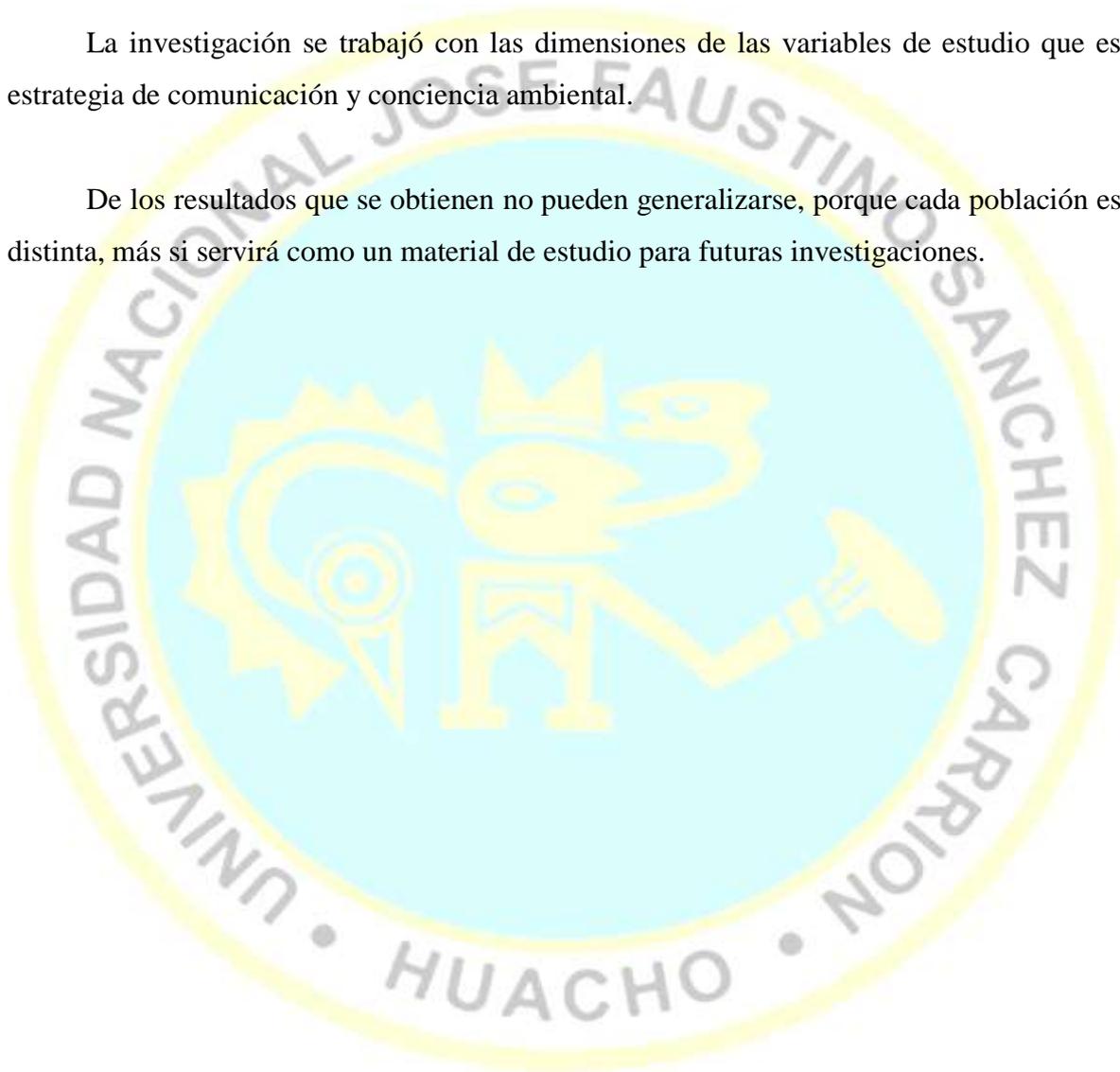


## 1.5 Delimitaciones del estudio

El estudio se llevó a cabo en la provincia de Huaura, distrito de Ámbar, situado en el departamento de Lima; según el INEI (2017) señala que esta población alberga un total de 2324 habitantes entre hombres y mujeres; la muestra de estudios estará conformada por 110 pobladores de edades a 18 a 69 años entre mujeres y varones.

La investigación se trabajó con las dimensiones de las variables de estudio que es estrategia de comunicación y conciencia ambiental.

De los resultados que se obtienen no pueden generalizarse, porque cada población es distinta, más si servirá como un material de estudio para futuras investigaciones.

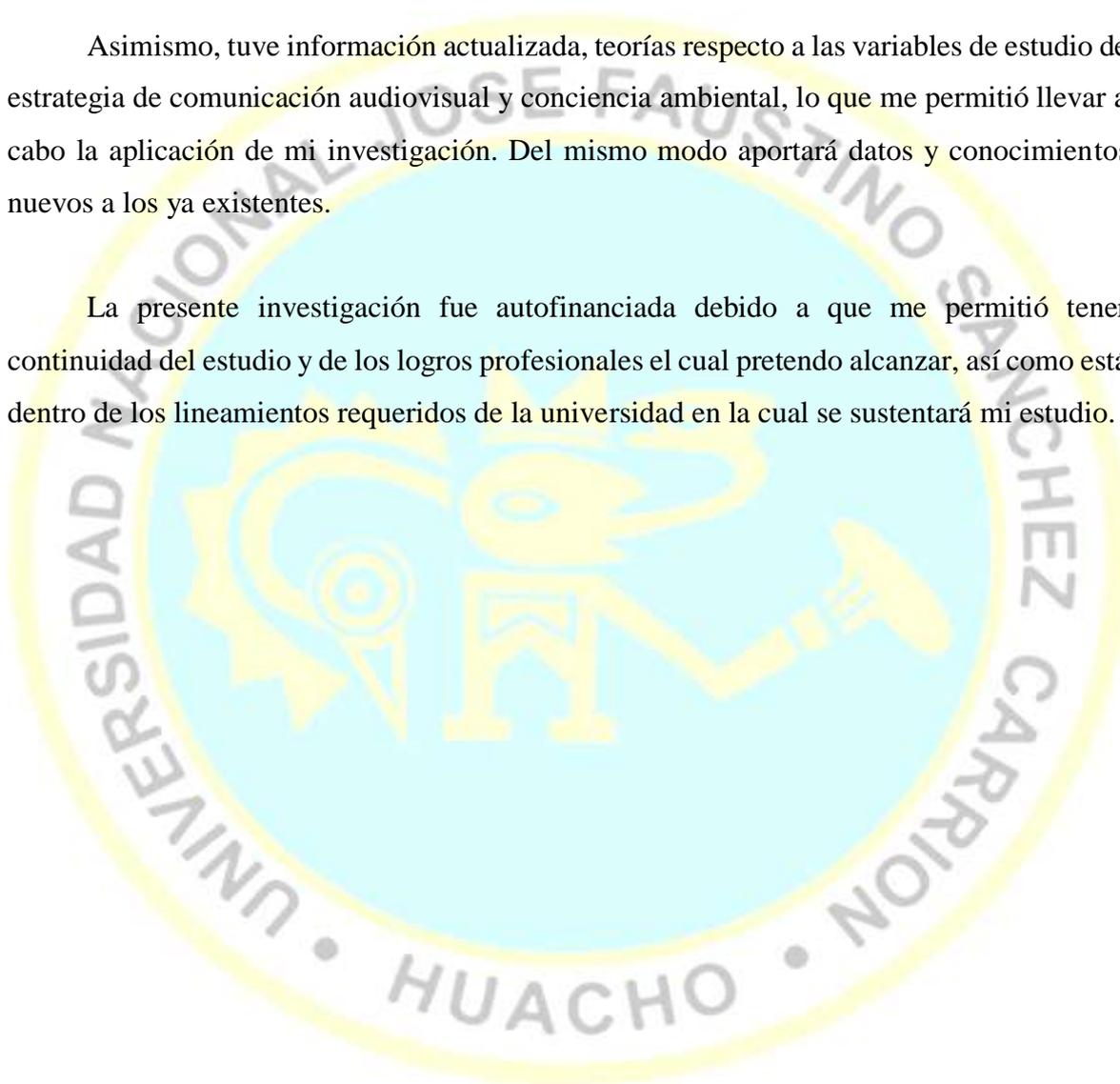


## 1.6 Viabilidad del estudio

La investigación de este estudio fue factible porque se tuvo acceso a la población del distrito de Ámbar que me permitió obtener información verídica con las variables de investigación: estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental. Del mismo modo las personas del distrito de Ámbar mostraron interés y apoyo en mi investigación.

Asimismo, tuve información actualizada, teorías respecto a las variables de estudio de estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental, lo que me permitió llevar a cabo la aplicación de mi investigación. Del mismo modo aportará datos y conocimientos nuevos a los ya existentes.

La presente investigación fue autofinanciada debido a que me permitió tener continuidad del estudio y de los logros profesionales el cual pretendo alcanzar, así como está dentro de los lineamientos requeridos de la universidad en la cual se sustentará mi estudio.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1 Investigaciones internacionales

Vanegas, Corral, Bustos & Ortega (2022) realizaron un artículo para la revista *PsyEcology* publicado en Web of Science denominado: *“Expectativas del comportamiento ambiental de otros y su efecto en la conducta proambiental personal”*. Tuvieron como objetivo evaluar las expectativas con respecto a los comportamientos de los demás en términos de cuidar o dañar el medio ambiente y ver si esa expectativa está relacionada con los comportamientos proambientales de los propios encuestados. Aplicaron la metodología de diseño no experimental de nivel descriptivo correlacional. Tuvo como muestra a 365 habitantes del Valle de México aplicaron un test de comportamiento ambiental. Concluyeron que si se acepta la hipótesis central es que, si las personas esperan que los demás actúen a favor del medio ambiente, esto influirá positivamente en su propio comportamiento proambiental, mientras que habrá un efecto negativo si la expectativa es que los demás estén dañando el medio ambiente.

Cadavid, Pérez & Flórez (2021) realizaron un artículo científico en la revista *entramado* publicado titulado: *“El valor del cuidado del ambiente potenciado desde el vínculo didáctico madre tierra en estudiantes de la educación media colombiana”*. Tuvo como objetivo analizar el reconocimiento del valor del cuidado que realizan sus madres cotidianamente para sostener la vida en el hogar como fundamento en el diseño de estrategias basadas en procesos de aprendizaje de asimilación y acomodación a fin de potenciar el vínculo didáctico madre tierra. La metodología fue cualitativa, con paradigma hermenéutico interpretativo y tuvo una muestra de cuarenta y cinco alumnos de la Institución Educativa

Alfonso Builes Correa, del municipio de Planeta Rica, departamento de Córdoba, utilizaron la entrevista semiestructurada. Concluyeron que pocos estudiantes asumen una postura sistémica del ambiente e, igualmente, que en sus prácticas diarias no relacionan el cuidado materno como potencialidad para cuidar el ambiente; sin embargo, al someterlos a situaciones problematizadoras fueron capaces de relacionarlo. Se concluye que el análisis de las realidades del contexto desde una reflexión crítica permite armonizar la relación humanidad naturaleza hacia nuevas formas de habitar para sustentar la vida en y del planeta.

De La Hoz (2021) en su tesis para optar el grado académico de maestra en Psicología, para la Universidad Privada de la Costa Colombia titulada “*Estrategia Audiovisual y la práctica proambiental*”. Refiere que el propósito del estudio fue determinar la estrategia audiovisual y su relación con las prácticas ambientales en estudiantes de edades de 6 a 8 años. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa de diseño cuasi experimental la muestra fueron los estudiantes de primero, segundo y tercero de primaria, de una institución educativa en el distrito de Barranquilla, fue un muestreo no probabilístico que estuvo integrado por 100 alumnos entre mujeres y varones, 42 fueron mujeres y 58 varones y el grupo experimental fue de 44 y el grupo controlado fue de 56. Se concluyó que se demostró la efectividad de la intervención audiovisual realizada en el grupo experimentado, ya que se compararon los resultados del pre-test y del post-test, indicando un incremento en las habilidades proambientales, en la actitud frente a la conducta planificada de la práctica ambiental.

Díaz y Fuentes (2018) desarrollaron un artículo de investigación para la revista de Investigación Educativa Libre México, titulada “*El desarrollo de la conciencia ambiental en niños de sexto grado de educación primaria, significados y percepciones*”. El estudio tuvo como propósito interpretar y comprender el significado de su proyecto educativo para salvar el mundo desarrollando la conciencia ambiental en los niños de sexto grado de la Escuela Primaria General Heriberto Jara Corona en los años 2015 y 2016. El método utilizado es de enfoque cualitativo, y es relacionado cualitativamente. En una muestra de 52 estudiantes de sexto grado de primaria se les aplicó técnicas de encuesta, entrevista y observación. Concluyeron que la conciencia ambiental a través de los procesos de comunicación que surgen al implementar un conjunto específico de estrategias y procedimientos para un proyecto de educación ambiental, contribuye significativamente a la formación de ciudadanos socialmente responsables del entorno del que forman parte.

Vargas, Rosario y Briones (2017) realizaron un artículo de investigación para la revista Luna Azul, Colombia, titulado *“Impacto de la materia desarrollo sustentable en el cambio de la conciencia ambiental de los estudiantes del nivel superior”*. Los autores tuvieron como propósito de estudio es medir el impacto de la materia desarrollo sustentable en el cambio de la conciencia ambiental de los estudiantes del nivel superior. La metodología utilizada fue el diseño de tipo no experimental y transversal con un nivel descriptivo, se les aplicó el cuestionario de escala de actitudes ambientales hacia problemas, la muestra fueron 83 alumnos de la carrera de ingeniería química. Concluyendo que entre los estudiantes de segundo y cuarto, tienen una media de 84.5 con relación a la conciencia ambiental; sin embargo, en el cuarto semestre la conciencia ambiental es más alta que las de segundo semestre, lo cual nos indica que en segundo semestre está despertando la curiosidad de la conciencia ambiental, la cual en el cuarto semestre ya se fija y así sigue consecutivamente debido a que el plan de estudios de la carrera lo demanda para formar ingenieros químicos con sensibilidad ambiental.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Briones (2021) en su investigación para obtener el grado de maestra en gerencia social y recursos humanos, para la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú, titulada: *“Aplicación de módulos audiovisuales como herramienta para mejorar la conciencia ambiental en estudiantes de tercero de secundaria de la institución educativa mariscal Oscar Raimundo Benavides Larrea”*. Tuvo como propósito determinar la influencia de la aplicación de módulos audiovisuales en la conciencia ambiental de los estudiantes de tercero de secundaria de la Institución Educativa Mariscal Oscar Raimundo Benavides Larrea. La metodología utilizada fue tipo aplicada de nivel explicativo y la muestra fueron 208 estudiantes que le aplicaron un cuestionario tipo Likert concluyendo que la aplicación de módulos audiovisuales si influyen en la conciencia ambiental de los estudiantes aceptando la hipótesis planteada y que los medios audiovisuales son eficaces para mejorar la conciencia ambiental.

Ramos (2019) realizó un estudio para obtener el grado de doctora en ciencias ambientales en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, denominado *“Conductas y actitudes ambientales para el cuidado del medio ambiente de las beneficiarias”*

*del vaso de leche Hualmay*”. Tuvo como propósito general identificar la relación entre el comportamiento y actitud hacia el medio ambiente”. En cuanto a la metodología del trabajo, se trata de un estudio de tipo básico, de nivel correlacional y un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 269 usuarias del vaso de leche, a quienes se les aplicó dos cuestionarios. Concluyó que se acepta la hipótesis de investigación confirmando la existencia de una relación significativa entre el comportamiento ambiental y la actitud de cuidado hacia el medio ambiente de los beneficiarios del programa Vaso de Leche en el distrito de Hualmay. Entre sus hallazgos, mostró que el comportamiento estuvo fuertemente relacionado con las actitudes ambientales de los beneficiarios del programa vaso de leche así mismo es necesario mantener un comportamiento favorable en el entorno para que las actitudes también sean favorables, porque de un componente depende el otro.

Marcelo (2018) realizó una investigación para obtener el grado de doctor en ciencias ambientales en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión titulada *“Procesos filosóficos comunicológicos en el ritual del poder del Vichama Raymi de Parmonguilla, por Investigación para sustentar una Nueva Concepción Ambiental de la Civilización Andina en el Norte Chico”*. Tuvo como objetivo general determinar si existe relación entre los procesos filosóficos comunicológicos en el ritual del poder del vichama raymi de Parmonguilla para una nueva concepción ambiental de la civilización andina en el Norte Chico. La metodología utilizada es de investigación mixta, de nivel explicativo causal y de tipo básica de diseño transaccionales correlacionales. La muestra de estudio fueron 62 pobladores del norte chico a quienes se les aplicó dos instrumentos cuestionarios. Obtuvo como resultado que el 69.4% y el 61.3% indican que el concepto milenaria fue producto o reflejo de los ecosistemas prehispánicos del Norte Chico expresados en los procesos filosóficos y comunicacionales, determinando el 80.6% que si consideran que la identidad se relaciona con los planes curriculares para un desarrollo de una nueva concepción ambiental de la civilización andina en el Norte Chico. Se concluye que existe suficiente información brindada por los encuestados manifiestan que si existe relación entre los procesos filosóficos comunicológicos y el ritual del poder del Vichama Raymi de Parmonguilla para una concepción ambiental de la civilización andina en el Norte Chico.

Florez (2018) desarrolló una investigación titulada el *“Uso de materiales audiovisuales como estrategia metodológica para el desarrollo de la conciencia ambiental*

*en alumnos del nivel inicial de la Institución Educativa N° 1291 de Santa María del distrito de Quellouno, Provincia de la Convención*". Su objetivo principal fue determinar la relación del uso de materiales audiovisuales como estrategia metodológica para desarrollar la conciencia ambiental en los alumnos del nivel inicial. Su metodología fue de nivel correlacional con una muestra censal de todos los alumnos del nivel inicial llegando a la conclusión que las variables de estudio se relacionan y que presenta un impacto positivo en los alumnos del nivel inicial.

Lozano (2017) realizó un estudio para obtener el grado de doctora en ciencias ambientales en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión sobre *"Estrategias comunicacionales y su influencia en el cuidado del ambiente en los estudiantes de la E.P de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión"*. Tuvo como propósito general determinar la influencia de las estrategias comunicacionales en el cuidado del ambiente. La metodología utilizada es de diseño no experimental, de nivel explicativo correlacional. La muestra de estudio fueron 120 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación a quienes se les aplicó dos instrumentos cuestionarios. Obtuvo como resultado que del 30% (36) de los encuestados realizaron el uso racional del agua, el ahorro de energía el reciclaje como medio de cuidar el ambiente, así mismo, la información proporcionada en los videos, los folletos y por los spot sobre el cuidado del ambiente fueron parte de las estrategias comunicacionales que influyeron para que tengan ese comportamiento ambiental del cuidado, concluyendo que las estrategias comunicacionales si influyen en el cuidado del ambiente.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Variable Estrategias de comunicación audiovisual**

Para poder detallar más a fondo la variable de estrategias de comunicación audiovisual es importante definir conceptos desde enfoque de diferentes autores:

#### **A. Conceptos de Estrategia**

Según Porter (2011) plantea que la estrategia son las formas de competir, haciendo que nuestras ofertas sean más valiosas a los ojos de nuestros clientes de lo que ven en nuestros competidores que nos diferenciará de los demás proporcionando un valor superior percibido a la sociedad a la que sirve.

Para Mintzberg (1987) refiere que la estrategia son planes o guías que involucra una serie de acciones para actuar frente a una determinada situación.

Así mismo Chandler (2003) señala que la estrategia son las acciones para asignar los recursos necesarios para lograr los objetivos planteados y que primero es la estrategia y luego la estructura.

Del mismo modo Lewin y Volberda (1999) manifiestan que la estrategia es la acción que tiene un propósito, para tomar decisiones y predecir que el ambiente externo será favorable en el futuro.

#### **B. Conceptos de Comunicación**

Para Thompson (2008) citado por Rodríguez (2016) establece que la comunicación es el intercambio de información, de ideas o significados entre un emisor y un receptor para establecer una relación en un momento y lugar determinado.

Según Báez (2000) señala que la comunicación es un mensaje que transmite información, establece contacto con otra persona u otras personas para intercambiar ideas, sentimientos, preferencias a través de señales, que pueden ser imágenes, gestos o palabras, que forma parte de un código, ya que permite la transmisión e intercambio de información.

Y el autor Defleure (1993) citado por Fernández y Hernández (2013) mencionan que la comunicación tiene lugar cuando una fuente recopila información y la transmite a otro receptor que decodifica la señal y es capaz de responder adecuadamente.

Así mismo la comunicación es el proceso por el cual una persona se comunica con otras, mediante contenidos diferentes, utilizando signos en el cual se establece una relación que produce efectos específicos. (Hervas, 1998, citado por Fernández y Hernández, 2013)

Del mismo modo Mendo & Garay (2005) expresan que la “comunicación puede ser considerada como un proceso verbal o no verbal de interacción social a transmitir, que puede influir tanto de forma intencionada como no intencionada en el comportamiento de las personas en la zona de emisión” (p.32).

### **C. Tipos de Comunicación**

De acuerdo a Robbins (1998) citado por Herrera (2016) nos da a conocer los tipos de comunicación de los cuales son:

**Comunicación Oral:** Que es a través del habla.

**Comunicación Escrita:** Es la que se da a través de las palabras o símbolos escritos.

**Comunicación No Verbal:** Es la que se expresa por el lenguaje corporal y gestual.

### **D. Elementos Básicos que Componen la Comunicación:**

Los elementos básicos que componen la comunicación (Robbins, 1998, citado por Herrera, 2016).

**El proceso:** El emisor transmite, intercambia un mensaje con un receptor mediante medios como mail, periódico u otros durante este proceso cabe señalar que se producen ruidos o interferencias que afectan a la comunicación y que el emisor y receptor deben intentar superar para establecer una buena conexión.

**El emisor y receptor:** Para que se produzca la comunicación deben existir dos partes, el emisor y el receptor y ambas deben tener el objeto de la comunicación, es decir al enviar el mensaje el emisor y al recibir el mensaje el receptor, si una de las partes no lo desea no hay comunicación. Enviando o recibiendo mensajes de texto, la conexión está desconectada.

**Conectividad:** Es lo que permite conectar o unir a las personas en un contexto determinado que puede ser frente a frente o remota virtualmente como hoy en día por esta pandemia nos ha llevado a comunicarnos y utilizar plataformas y herramientas virtuales.

**Transferir, intercambiar o compartir:** Una vez establecido el vínculo, el mensaje se envía, intercambia o comparte, por lo que puede ser un proceso dinámico entre el emisor y el

receptor donde ambos intercambian ideas, información o medios o simplemente un mensaje del emisor al receptor como es el caso de los programas de tv entre otros.

**Información.** Para establecer una conexión entre el emisor y el receptor, debe haber ideas, información, mensajes que ambos puedan comprender utilizando la comunicación verbal y no verbal para ambas partes, de lo contrario no podrán comunicarse.

### **E. La comunicación audiovisual**

La comunicación audiovisual es aquella comunicación masiva que transmiten mensajes a través de canales afines visuales y auditivos, utilizando tecnología multimedia y encargada de la transmisión conjunta de imágenes y sonidos de manera articulada, simultánea y sincrónica, como es el caso de la televisión, el cine y el internet (Ruffino, 2018)

De igual forma Barros y Barros (2015) señalan que los medios audiovisuales son las herramientas didácticas educativa que transmiten mensajes a través de imágenes y grabaciones, en el contexto actual la tecnología nos permite mantener una comunicación a través de recursos audiovisuales.

Del mismo modo Gonzales (2009) los medios audiovisuales son medios técnicos representacionales que nos permiten extender la capacidad de nuestros sentidos visuales y auditivos para extender estos sentidos en sus dimensiones espacial y temporal.

Para la UNESCO (2019) la “comunicación audiovisual se refiere a la transmisión y recepción de mensajes por medio de imágenes, signos o símbolos, que pueden incluir texto, frases y letras que permiten registrar, transmitir, conciencia y comprensión” (p.11).

### **F. Estrategias de comunicación audiovisual**

Para poder establecer la definición de estrategia de comunicación audiovisual es importante detallar diferentes conceptos llegando a describir que la estrategia de comunicación audiovisual es la acción a través de sistemas de audio y visuales para actuar frente a una determinada situación. Para ello se pretende actuar con las estrategias de comunicación audiovisual para generar conciencia ambiental en los pobladores de Ámbar.

## **G. Importancia de la comunicación audiovisual**

La comunicación audiovisual es de gran importancia en nuestra vida cotidiana, porque la mayoría de los mensajes que recibimos de los medios son audiovisuales, lo que le permite tener un mayor impacto en las personas. “La transmisión de mensaje se da bidireccional, el usuario responde a las cuestiones planteadas y estas son evaluadas por el espectador” (Barros y Barros, 2015, p27).

Como estrategia para generar conciencia ambiental es a través de los medios de comunicación audiovisuales, que permitirá transmitir en base a mi experiencia, el desarrollo creativo, lo que permitirá implementar estrategias efectivas, innovadoras y sobre todo se muestre interesante para la captación del desarrollo de la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar.

## **H. Tipos de comunicación audiovisual.**

Los tipos de comunicación audiovisual según su finalidad del mensaje según el autor (Rico, 2016) nos menciona los:

- 1. Comunicación audiovisual objetiva:** Es la que transmite información de tal manera que pueda ser interpretada de forma coherente, para registrar una historia o un evento o predecir una situación o intercambiar ideas que pueden ser desarrollados a través de reportajes, noticias y documentales.
- 2. Comunicación audiovisual publicitaria:** Trata de crear mensajes convincentes que alienten a las personas a comportarse de cierta manera, de modo que sea más fácil su entendimiento porque permite difundir ideas.
- 3. Comunicación audiovisual Artística:** Transmite sentimientos y emociones diferentes en las personas y es utilizado para sensibilizar, reflexionar sobre algo y se pueden dar a través del teatro, largometraje, series de televisión y las novelas radiales entre otras.
- 4. Comunicación audiovisual digital.** La comunicación digital es la transmisión de información al instante y en tiempo real, permite la interacción, el intercambio de ideas, utilizando símbolos a través de las tecnologías, este tipo de comunicación brinda a las personas oportunidades de comunicación y elementos para expresarse escribiendo con imágenes, videos, sitios web, blogs entre otros.

Del mismo modo Sandoval (2008) citado en Huanca (2015) menciona que según su estructura física los tipos de comunicación audiovisual pueden ser:

- **La televisión:** Es un sistema que transmite, recibe imágenes y sonidos que imitan el movimiento a largas distancias, utilizando un mecanismo de difusión. Esta proporciona el uso de una diversidad de formatos de transferencia de información. Entre estas se encuentran las entrevistas, noticias u otras, combinando imágenes, textos y audios, así como para mantener un contacto e interacción con el público.
- **Cine:** Es la técnica y el arte de capturar, editar y mostrar fotogramas de forma rápida y consistente mensajería, se considera entretenimiento cultural, que crea historias de ficción de alto impacto entre otras de trascendencia emocional o histórica.
- **Los medios impresos:** Son aquellas publicaciones impresas en hojas que contienen anuncios, noticias de deporte, sociales entre otras que son difundidas a través de revistas, diarios, folletos entre otros.
- **Los medios digitales:** La tecnología ha permitido hacer uso de los medios digitales que se construyen para estar comunicados a través de plataformas de información alojadas en la web que incluyen herramientas audiovisuales, formatos interactivos y de contenido virtual., tales como blogs de medios digitales, revistas virtuales de ediciones digitales y audiovisuales o de medios impresos, páginas web, distribución y distribución de arte, incluidas estaciones de radio virtuales. rapidez, creatividad y diversidad de recursos utilizados por los medios digitales.

También Sandoval nos detalla que según su carácter los medios de comunicación audiovisual pueden ser:

#### **Los medios de información:**

Radican en reportar cualquier ocurrencia o eventos de interés social a través de comunicados de prensa, estaciones de radio, revistas analíticas e informativas, periódicos u otros. Su finalidad, como su nombre indica, es informar de todos los hechos ocurridos y de interés general. Los canales de medios más comunes son las transmisiones de noticias, los canales de noticias 24/7 las revistas académicas, de revisión y los periódicos o boletines.

### **Los medios de entrenamiento:**

Son los mensajes que están dirigidos a crear diversión, recreación en los espectadores y se transmite a través del humor, entretenimiento en cines o medios televisivos, concursos, programas musicales, sorteos, deportes y más. Ahora es uno de los medios de comunicación más demandados y exitosos, pues incluso en los medios de comunicación se le otorga un lugar especial e importante al entretenimiento, aunque muchas veces es criticado por distorsionar la naturaleza de la información. Lo cierto de este medio es que si se maneja bien se pueden lograr objetivos específicos e importantes de impacto a las personas.

### **Los medios de análisis:**

Son aquellas que busca estudiar, interpretar y comprender la realidad del contexto para generar volumen a las noticias y generar una comprensión en público espectador del mensaje transmitido, dentro del tema más analizado es la política, la economía, de salud, etc., hoy en día en los temas más analizados son los de prevalencia del covid 19 y cuáles son sus avances entre otros temas actuales. Son herramientas que se aplican a hechos y temas actuales sin ignorar los hechos históricos. Su finalidad principal es indagar, explicar y entender lo que está pasando para que la noticia se difunda, pero sobre todo que el público entienda las causas y consecuencias de la noticia.

### **Los medios especializados:**

Este tipo de medios incluye cultura, investigadora y en general todos los temas de interés para la industria identificados entre la audiencia. En muchos casos, estos no son temas populares o conocidos, pero su relevancia es que son ampliamente estudiados y trato estricto. Son medios de índole académico, de investigación y ciencia, son temas que le interesan a un sector determinado de la audiencia.

## **I. Ventajas de la comunicación audiovisual**

La comunicación audiovisual tiene la ventaja de que al usarlos las personas pueden obtener más información, permite la percepción visual y auditiva dando apertura a que las personas se sientan motivadas y seamos capaces de lograr sensibilizarlos frente a los objetivos planteados.

## **2.2.2 Variable Conciencia ambiental**

### **A. Conceptos de Conciencia Ambiental**

#### **Conciencia**

La conciencia es la percepción, el conocimiento sobre uno mismo y el mundo que nos rodea, es una característica de la vida mental que nos permite tomar conciencia de lo que está pasando y estar despiertos a lo que sucede en nuestro entorno (Vallejo, 2006).

Así mismo Edelman & Tononi (2002) manifiestan que la conciencia es el resultado de las interacciones entre grandes grupos de neuronas que trabajan juntas en el cerebro, manteniendo una conexión constante con el cuerpo y el medio ambiente. La conciencia nace cuando el cerebro es consciente de sí mismo.

#### **B. Ambiente**

Para Prada (2013) refiere que el ambiente está asociado a la naturaleza a la ecología y que este a su vez es mucho más complejo de lo que uno cree porque involucra a las organizaciones sociales y a la compleja relación del ser humano con su entorno natural que lo rodea.

Del mismo modo Pérez y Gardey (2009) describen el medio ambiente como los elementos naturales básicos para la sobrevivencia del ser humano tales como aire, agua, suelo y los factores sociales que componen la vida en este planeta, en otras palabras, es el entorno en el que las personas emergen, se desarrollan y prolongan su vida.

Finalmente Torres (1998) enfatiza que el medio ambiente tiene que ver con la complejidad de los problemas ambientales y sus posibilidades e impactos que generan en ellas trayendo como consecuencia afectación no solo en los sistemas naturales sino también en los sistemas económicos y sociales.

#### **C. Medio Ambiente**

Para el autor Sauvè (2003) plantea que el medio ambiente es comprendido como el medio natural que hay que cuidar y mantenerlo para salvaguardar la existencia del ser humano en el planeta tierra.

Así mismo para UNESCO (2009) establece que el medio ambiente está relacionado directamente por aquellos aspectos físicos, químicos, biológicos y sociales que tienen la

capacidad de causar efectos directos o indirectos a nuestro medio natural, a corto, mediano o largo plazo, sobre los organismos vivos y la naturaleza en sí.

#### **D. Conciencia ambiental**

Según Febles (2004) citado en Prada (2013) la “conciencia ambiental es definida como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, infiriendo la presencia de subjetividad en el proceso de interrelación con el entorno” (p.236).

El Ministerio del Medio Ambiente (2014) detalla que la conciencia ambiental es la comprensión del impacto humano hacia el medio ambiente, de cómo las actividades humanas han afectado al entorno natural y la existencia de futuras generaciones o de todo ser vivo.

Para Bravo (2004) establece que la conciencia ambiental es el conocimiento sobre la preservación del planeta tierra, la actitud positiva hacia las cuestiones ambientales.

De igual forma Jiménez y Lafuente (2006) definen que la conciencia ambiental es comprendida como la percepción, opinión y conocimientos sobre el medio ambiente, así como las actitudes y acciones de los seres humanos lo que en conjunto significa proteger y mejorar los problemas ambientales.

Según Chuliá (1995) establece la conciencia ambiental como el conjunto de sentimientos, conocimientos, inclinaciones y acciones individuales, colectivas relacionadas con los problemas ambientales y la protección del medio ambiente. Además, lo considera un concepto multidimensional, en el que se distinguen cinco dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa, activa individual y activa colectiva

Y para Alea (2006) la conciencia ambiental es el sistema de experiencias, conocimiento y vivencias que los individuos utilizan activamente para la relación con su medio natural que lo rodea.

A lo largo de la historia se hace necesario establecer que el comportamiento del ser humano con su entorno natural determinará nuestra existencia y desarrollo de las futuras generaciones dependerá como nos comportemos y cuidemos los recursos naturales.

## **E. Importancia de conciencia ambiental**

Según Frers (2011) establece que la conciencia ambiental es la que dirige, potencia la conciencia, lo que perturba gravemente el equilibrio ya creado en los procesos naturales, posibilitando la existencia de una cualidad ideal para la preservación de nuestro medio natural y para la existencia de la vida humana y de las generaciones futuras. Es importante considerar que si no se genera conciencia ambiental y al contrario se adoptan comportamientos nocivos para el cuidado del ambiente se irá perdiendo oportunidades de vivir plenamente en un entorno natural, así mismo deterioramos la tierra donde vivimos y todo lo que lo contiene en él.

## **F. Dimensiones de Conciencia Ambiental**

Para Chuliá (1995) nos propone para una mayor exploración de la conciencia ambiental cuatro dimensiones:

### **Afectiva:**

Se considera como la totalidad de las capacidades de las personas para establecer relaciones consigo misma y con el entorno que lo rodea, está relacionado con su forma de sentir, sus creencias, energías y motivación con su entorno.

### **Cognitiva:**

Se refiere al conocimiento a la capacidad que tienen las personas sobre cómo actuar, analizar, la información general que las personas reciben a lo largo del tiempo vinculada a fuentes de información sostenibles que tienen y como aplicarlas creativamente en su día a día.

### **Conativa:**

Nos menciona a la propensión del ser humano a tomar acciones y tomar una actitud positiva para proteger el medio ambiente, así como comportamientos y conductas responsables para cuidar el planeta tierra y todo lo existe dentro de ella.

### **Activa:**

Está relacionada al comportamiento de las personas a las conductas y compromiso responsable al actuar con el medio ambiente.

Así mismo Jiménez y Lafuente (2010) nos proponen para una mayor exploración de la conciencia ambiental cuatro dimensiones:

**Conciencia ambiental afectiva:**

La conciencia ambiental afectiva es la preocupación por el medio ambiente o la degradación ambiental percibida con sus creencias y costumbres, además de respaldar una visión global sobre la percepción proambiental sobre problemas globales y específico.

**Conciencia ambiental cognitiva:**

“Esta norma personal se entiende como el grado en que una persona asume la responsabilidad de los problemas ambientales y considera que es fundamental actuar (o asumir los costos), independientemente de lo que hagan los demás” (Jiménez y Lafuente, 2010, p.736).

Está relacionada al nivel de información que tienen las personas la razonabilidad con la información y el conocimiento hacía con sus actitudes y creencias sobre cómo es nuestro entorno. Los valores o actitudes permiten que seamos más receptivos a la información que recibamos y también el recibir nueva información o conocimientos puede cambiar nuestras actitudes creencias de nuestro ambiente y entorno en sí. Es decir que mediante la comunicación audiovisual se busca cambiar la conciencia ambiental de las personas.

**Conciencia ambiental activa:**

Tiene que ver con el compromiso y comportamiento ambiental que tienen las personas hacia con su entorno o contexto donde habitan.

Siguiendo a Berenguer (2000) citado por Jiménez y Lafuente (2010) reconoce que la fuerza del análisis de estas creencias o valores compartidos radica en su importancia en la conformación de actitudes y comportamientos que favorecen el entorno interno de los valores, creencias, actitud con el comportamiento al mismo tiempo, considera que la relación entre la dimensión emocional y la dimensión activa está relacionada con las actitudes.

**Conciencia ambiental disposicional:**

Esta dimensión incluye las actitudes personales hacia la acción individual (o implicación personal) desde la perspectiva de los sentimientos de autoeficacia y la percepción de la responsabilidad individual. En segundo lugar, las actitudes proambientales también se reflejan en la disposición a asumir los costos de diferentes medidas ambientales.

## **G. Sensibilización Ambiental**

Considero que la sensibilización ambiental es importante porque genera conciencia ambiental, conocimiento y actitud positiva, para conservar el medio ambiente permitiendo que las personas tomen la iniciativa en la protección del medio ambiente, proteger nuestros recursos, usarlos para nuestro beneficio tanto sostenible y económico. Las herramientas de comunicación audiovisual deben permitir generar conocimiento creando campañas de sensibilización e información ambiental para proporcionar conocimientos ambientales, actitudes, valores, compromiso y acciones responsables para el buen uso de los recursos y por ende el logro del desarrollo sostenible.

## **H. Constitución Política del Perú**

### **Artículo 2.- Del derecho**

**Inciso 22:** Nos menciona que todas las personas tienen derecho a disfrutar de ambientes naturales, saludables, equilibrados para una óptima calidad de vida.

## **I. Ley General del Ambiente 28611**

Según la Ley 28611 del Perú señala que:

### **Artículo 1.- Del deber y derecho**

Todos tienen derecho a habitar entornos naturales, saludables, equilibrados y adecuados para desarrollar completamente su calidad de vida y cumplir con las obligaciones para ayudar a una gestión eficiente y protección de nuestro entorno natural, así como todo lo que existe en ella, especialmente para garantizar la existencia de la vida humana, mantener la biodiversidad y la sostenibilidad del planeta.

### **Artículo 2.- Acceso a la información**

Todas las personas tienen derecho a recibir información pública y oportuna sobre las políticas, normas que afecten al ambiente que nos rodea, así mismo están obligados a brindar información clara y completa según lo que las autoridades lo requieran para gestionar eficazmente los recursos conforme con la ley peruana.

### **Artículo 3. Derecho a la participación en gestiones ambientales**

Todas las personas tienen derecho a colaborar en los procesos de gestión para la toma de decisiones para el cuidado de nuestro medio ambiente. El Estado coordina las decisiones de la sociedad civil y actividades de protección del medio ambiente

### **Artículo 123. Investigación Científica y tecnológica ambiental**

El estado promueve investigaciones científicas y tecnológicas centradas principalmente a la protección de la salud ambiental, así como la optimización de los recursos naturales, la prevención de la degradación ambiental, considerando los fenómenos y factores nocivos para el medio ambiente.

### **Artículo 124. Promoción de la investigación ambiental científica y tecnológica**

**124.1.** Le corresponde al gobierno peruano, universidad tanto pública como privada, cumplir con la promoción:

- De la Investigación, desarrollar ciencia y tecnología para el cuidado del planeta tierra.
- Investigar y sistematizar las tecnologías tradicionales.
- Dar formación de las capacidades ecológicas a los ciudadanos
- Desarrollo en los estudios ambientales en la infancia y juventud
- Diversificación y competitividad de la pesca, la agricultura, la silvicultura y otras actividades económicas prioritarias.

### **Artículo 125. Redes y registros**

Las autoridades competentes deben emitir informes de investigación, que son llevados a cabo para el cuidado de nuestros recursos naturales y este a su vez debe ser ampliamente publicitado además debe fomentar la implementación de redes ecológicas.

### **Artículo 126. Comunidades y tecnología ambiental**

El estado a través de los gobiernos públicos genera condiciones favorables para fomentar investigaciones, recuperaciones sobre los recursos naturales y debe transferir conocimientos para la protección del medio ambiente respetando su contexto cultural.

### **Artículo 127. Políticas de Estado en materia de educación ambiental.**

**127.1.** La instrucción adecuada sobre el ambiente es un elemento fundamental para generar conciencia e integración de todas las personas en el cuidado de nuestros recursos naturales.

Asimismo se fomenta conocimientos, actitudes, valores y prácticas necesarias para contribuir al desarrollo sostenible del país.

#### **Artículo 128. Difusión de ley en el sistema educativo**

El gobierno a través de los sectores educativos, en colaboración con otros sectores, difunde la ley y esta a su vez debe ser plasmada en actividades para la conservación, protección del medio ambiente así como su uso responsable y sostenible.

#### **Artículo 129. Medios de comunicación Social**

Las redes sociales públicas y privadas utilizadas en los principios de esta ley, tienen por objeto fomentar y apoyar las actividades de difusión para el cuidado del medio ambiente.

#### **J. Teoría de usos y gratificaciones**

Para Katz, Blumler & Gurevitch (1974) en su teoría de usos y gratificaciones establece que es un enfoque de comprensión de cómo las personas buscan activamente contenidos en una variedad de medios para satisfacer sus necesidades. Esta teoría de uso y la satisfacción presenta conceptos y explica el comportamiento humano hacia el consumo de los medios.

El propósito de esta teoría es tratar de comprender el comportamiento de los seres humanos frente a los medios de comunicación y el impacto que les genera. Esta teoría estudia cómo funciona la mente de las personas frente a la influencia de los medios de comunicación y la gratificación que los medios generan para el desarrollo de las personas

Las personas utilizan mensajes para comunicarse y su uso es importante para generar satisfacción, además de encontrar y aprender comportamientos comunicativos con las experiencias que se reciben de ellos. Por ejemplo en las noticias que se transmiten en la televisión, al público se le considera como elementos activos para la interpretación de las noticias que ellos reciben.

En el proceso de comunicación, el público debe asociar la satisfacción de sus necesidades con la elección de medios que escoge. Los medios compiten con otras fuentes para satisfacer las necesidades de las personas. El público debe ser lo suficientemente consciente como para distinguir entre escoger los medios adecuados para educarse, prepararse para el futuro o utilizar medios como la diversión entre otros, deben apreciar la importancia cultural de la comunicación.

Esta teoría considera más que los mensajes generados por los medios es examinar el comportamiento comunicativo y como lo utilizan las personas a partir de la interacción con los medios, así mismo señala patrones de uso y niveles de satisfacción que las personas obtienen de los medios de comunicación el autor nos menciona cinco necesidades las cognitivas relacionadas a la información que reciben de los medios, las estéticas emocionales relacionadas a buscar experiencias emocionales, a las de integración con la personalidad relacionadas a fomentarles confianza en los espectadores, a las de integración con su ambiente social relacionadas a sus familias y amistades y las de evasión relacionadas a buscar alivios del estrés buscando diversión.

Por último, la teoría del uso y gratificación supone que la sociedad interactúa activamente con los medios a medida que utilizan su contenido para satisfacer sus necesidades. La satisfacción de la audiencia puede provenir de tres fuentes diferentes: el contenido de los medios, la exposición y el contexto social.

#### **K. Teoría de la Acción Comunicativa Según Habermas**

Esta teoría tiene como representante a Habermas (1987) quien nos señala que acción comunicativa se refiere a la interacción del lenguaje y acción, que se da de forma verbal o no verbal donde se establece relaciones interpersonales, los elementos buscan entenderse entre sí acerca de las situaciones de acción para que puedan coordinar sus planes de acción y por lo tanto sus acciones bajo el consentimiento de ambos.

Esta teoría nos permite determinar la importancia de la autenticidad que deben tener las transmisiones que se brinda. Habermas sostiene que la comunicación entre el emisor y el receptor pasa por un proceso de claridad que se prescribe en forma de una división cooperativa del trabajo para establecer una relación entre ellos. Considera que sin el lenguaje anticipado no hay mente, ni actividad intelectual.

Así mismo el autor en su teoría nos menciona cuatro supuestos universales que los hablantes deben considerar antes de pronunciar palabras porque son los mandatos del lenguaje: la capacidad de entender lo que se ha dicho, la verdad está en lo dicho, el acto directo del habla con el contexto normativo, la honestidad en sus palabras como expresión de sus pensamientos son estas la base de la corrección del habla para lo cual detalla:

**La capacidad de entender lo que se ha dicho:** La comunicación no es posible si lo que se dice no puede ser entendido por los demás.

**La verdad está en lo dicho:** Por el contenido de lo dicho respecto al propósito o por las condiciones de existencia de algo.

**El acto directo del habla con el contexto normativo:** Cada hablante sigue un conjunto de reglas que son aceptadas por todos, este tipo de comunicación se da cuando uno tiene autoridad para ejercer reglas y los demás deben aceptarlas.

**La honestidad en sus palabras como expresión de sus pensamientos:** Lo que el emisor dice en su mensaje debe ser honesto de lo que informa debe ser lo que piensa.

Por otro lado, Habermas señala que los lenguajes pueden usarse para mentir, chantajear, entre otros, bajo la premisa que debe convencer a la otra parte de lo que dice, si quiere lograr su objetivo

También Habermas establece diferentes tipos de actividades en las que interviene la comunicación. Por un lado, distingue entre actividades que tienen lugar en un contexto social y aquellas que tienen lugar en un contexto no social.

Y para concluir Habermas, nos dice que para que haya una acción comunicativa debe existir una comprensión mutua del lenguaje, debe ser objetiva y clara. Por eso es importante saber transmitir un mensaje claro sobre el cuidado del ambiente y así crear conciencia ambiental en las personas.

## **L. Teoría Ecológica**

La teoría ecológica fue desarrollada por el autor Bronfenbrenner (1979) esta teoría explica la influencia del entorno en el desarrollo del aprendizaje del ser humano y de todos los sistemas que la conforman, permite comprender mejor el desarrollo del comportamiento humano y su estructura a través de la educación inicial.

La llamada teoría de Bronfenbrenner teoriza que el entorno en el que crecemos es muy importante e influye en la forma en que pensamos y sentimos. Estos sistemas, tal como los define la teoría ecológica de Bronfenbrenner, tienen un gran impacto en el ser humano.

Así mismo el autor nos señala que los estilos de vida cambian según el contexto o entorno en el que se desarrollan las personas. Bronfenbrenner entendió el entorno como un

conjunto de sistemas interrelacionados, por lo que distinguió cinco sistemas diferentes de los que depende el desarrollo:

### **Microsistema**

Es aquel nivel más cercano para el individuo es el primer contacto que tiene todo ser humano como es la familia las creencias de los padres, afectarán directamente en los hijos, las familias juegan roles claves en los desarrollos emocionales de las personas y en segundo se encuentra el colegio en lo cual permite socializarse.

### **Mesosistema**

Es nivel tiene que ver con las relaciones o conexiones que debe existir con su entorno en los que el individuo se vincula

### **Exosistema**

Está relacionado con los factores que inciden en la vida del ser humano, pero que no están directamente relacionados con ella, sino que son creados indirectamente por los factores que influyen o que componen el microsistema. Un ejemplo de un sistema preexistente podría ser el lugar de trabajo de los padres o su relación laboral.

### **Macrosistema**

Están relacionadas a su contexto en los que los seres humanos se desarrollan y está determinado por elementos como sus culturas, políticas, tradiciones, valores y religión.

### **Cronosistema**

Estas establecen al tiempo a su contexto actual con lo que se enfrenta a aquella situación o vivencia actual. Por ejemplo lo que está sucediendo actualmente con el covid 19 que ha hecho que adoptemos comportamientos saludables para nuestra sobrevivencia en esta tierra.

## **N. Teoría de la comunicación humana**

Watzlawick (1971) en su teoría de la comunicación humana desde la perspectiva constructivista y sistémica nos menciona que la comunicación es un conjunto de elementos interactivos que intercambian información entre ellos y cualquier interferencia en la misma afecta las relaciones entre otros elementos. Este concepto se sustenta en la existencia de dos factores:

1. La energía, el intercambio, la fuerza que mueve a la comunicación.
2. La circulación, información y significado, desarrollo, regulación va permitir el equilibrio de la comunicación en este sentido el autor nos menciona que la comunicación es un sistema abierto.

Así mismo el autor nos menciona que en la totalidad del sistema todos los elementos están interrelacionadas y que cualquier interferencia en ella puede provocar un cambio en todos los elementos o sistema total.

Entonces esta teoría nos detalla que la comunicación es un sistema abierto, es importante que para generar conciencia ambiental predomine la comunicación audiovisual para generar reflexión e impacto en cuanto al cuidado y preservación del medio ambiente.

Según Watzlawick, Beavin y Jackson (1971) nos mencionan los axiomas:

1. En la comunicación es imposible no comunicarse, en un sistema dado, el comportamiento de cada miembro tiene un valor que informa.
2. En cualquier comunicación, es necesario distinguir los aspectos del contenido o aspectos semánticos y relacionales entre emisor y receptor.
3. Tercer factor la comunicación es de puntuación una buena o mala relación depende de qué tan bien descifren las intenciones, acciones o comunicación de las partes involucradas. En este contexto, la puntuación se refiere al proceso de organizar grupos de mensajes en significados. Todos los humanos estructuran el flujo de comunicación de manera diferente y por lo tanto, interpretan su comportamiento durante la comunicación como una simple respuesta al comportamiento de la otra parte.
4. Cuarto la comunicación incluye modos digitales y analógicos, el modo digital es lo que dice una persona, lo que realmente significan sus palabras, mientras que el modo analógico se ocupa de cómo decir algo o de las señales no verbales que lo acompañan.
5. El quinto y último axioma lo dice todo las relaciones de comunicación son simétricas o completas, según la relación del interlocutor se base en la diferencia o en la equivalencia. Una relación simétrica es aquella en la que todos se comportan por igual en términos de poder. Si la relación simétrica se sale de control, ambas partes pueden terminar atacándose en una lucha de poder. En las relaciones complementarias, en cambio, son aquellas de fuerza desigual, si las relaciones adicionales se salen de control, la

desigualdad aumentará con el tiempo. El fuerte puede volverse más tiránico y el sumiso puede ver más débil.

## **O. Modelos Psicosociológico**

Reusch y Bateson (1971) estos dos autores en el modelo psicosociológico se basan en dos humanidades (la sociología y la psicología), una de las cuales establece que la mejor manera de estudiar a las personas es estudiar la sociedad humana y los fenómenos religiosos, económicos y sociales, en cualquier contexto, la psicología sostiene que el método científico no es adecuado para el estudio de la conducta y que otros, como el conductismo, lo utilizan para conductas que son observables y objetivamente medibles.

Considerando entonces el enfoque de los autores, la psicología estudia conceptos tales como percepción, atención, motivación, emociones, función cerebral, inteligencia, pensamiento y explican cómo los factores personales afectan las relaciones, es decir, cualquier anomalía en el comportamiento de una persona puede cambiar el curso de la comunicación y que la interacción con su entorno puede afectar su comportamiento.

Los autores sostienen que la comunicación es la base de las relaciones interpersonales y que esta a su vez se divide en cuatro niveles o etapas

1. La evaluación de la comunicación
2. La trasmisión
3. La canalización
4. Recepción del mensaje

## **2.3 Bases filosóficas**

### **2.3.1 Los Procesos Filosóficos Comunicológicos**

Para Marcelo (2018) “los procesos Filosóficos es el sistema de información en la cual establece el pensar sobre la consecuencia social del proceso en el conocimiento social, que determinan un rol de tendencias ideológicas para llegar a un estado de conciencia” (p.49). La elaboración de la comunicología requiere de la incorporación de conocimientos y métodos de todas las disciplinas desarrolladas por el hombre y no es posible pensarla sin considerarla como un fenómeno expresivo de múltiples factores que la sustentan.

Así entonces, la interacción en el mundo se da en el plano de la intersubjetividad, lo cual implica la cualidad de las personas de ver y oír, estas acciones constituyen las dos formas de relación por excelencia con el mundo y el habla, como principal canal de comunicación, en consecuencia de ellas. Es a partir del ver y el oír que se forma el sentido, desarrollado a través de los diálogos y las interacciones. Lo anterior se explica por el hecho que la interpretación de lo social tiene como telón de fondo a las influencias que las acciones de las personas tienen en su entorno.

La comunicación es la interacción se comprende como intercambio de acciones y en ese sentido se aprecia que esta fuente científica histórica de la Comunicología presta más atención a la acción que a la interacción misma. El desarrollo de estrategias de comunicación audiovisual es importante para generar conductas o comportamientos de conciencia ambiental en la población de Ámbar.

### **2.3.2 Teoría del Aprendizaje Significativo**

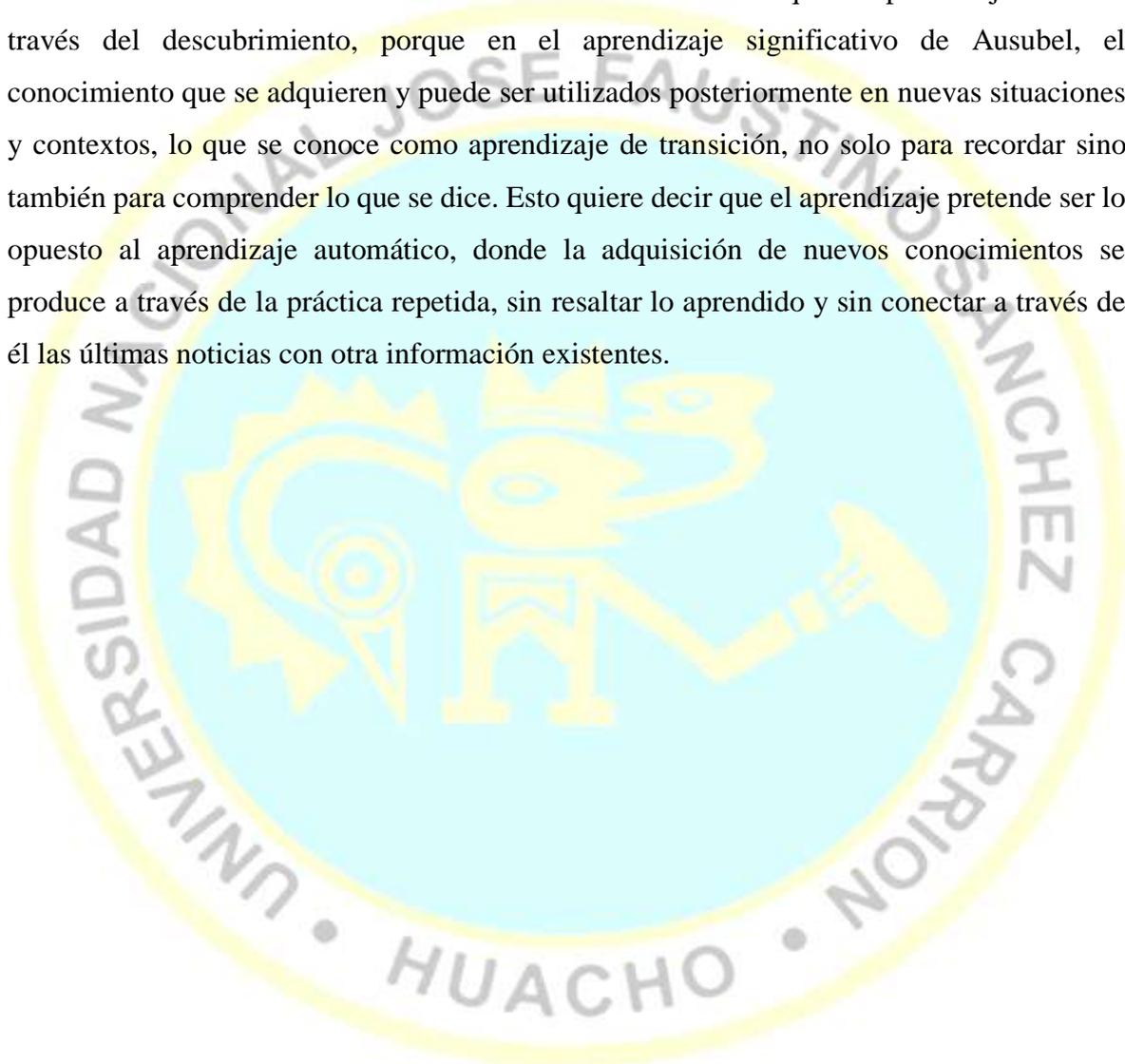
Según Ausubel (1983) propone que el aprendizaje significativo se basa que cuando las personas asocian la nueva información que adquieren con la que ya tienen, es decir, con las estructuras cognitivas existentes, generan un proceso en el cual la información ingresa al sistema cognitivo, es procesada y luego desencadena una reacción que es lo que se busca generar en la población de Ámbar adquieran conocimientos y luego generar reacciones positivas para el cuidado del medio ambiente.

Así mismo el autor señala que la nueva información se vincula a un concepto existentes que ellos tienen de algo y también estará asociado a los nuevos aprendizajes que se basará

en el conocimiento previo que uno ha adquirido, ya sea que lo adquiriera en situaciones cotidianas mediante el estudio de textos o fuentes.

Cuando hay una transición cognitiva de no saber, también tiende a ser permanente, es decir, el conocimiento que obtenemos es permanente y se basa en la experiencia que depende del conocimiento previo que tenga.

La teoría de Ausubel contradice la teoría de Bruner de que el aprendizaje ocurre a través del descubrimiento, porque en el aprendizaje significativo de Ausubel, el conocimiento que se adquieren y puede ser utilizados posteriormente en nuevas situaciones y contextos, lo que se conoce como aprendizaje de transición, no solo para recordar sino también para comprender lo que se dice. Esto quiere decir que el aprendizaje pretende ser lo opuesto al aprendizaje automático, donde la adquisición de nuevos conocimientos se produce a través de la práctica repetida, sin resaltar lo aprendido y sin conectar a través de él las últimas noticias con otra información existentes.



## **2.4 Definición de términos básicos**

### **Comunicación audiovisual:**

Para la UNESCO (2019) la comunicación audiovisual se refiere a la transmisión y recepción de mensajes por medio de imágenes, signos o símbolos, que pueden incluir texto, frases y letras que permiten registrar, transmitir, conciencia y comprensión.

### **Comunicación Objetiva:**

Es la que transmite información de tal manera que pueda ser interpretada de forma coherente, para registrar una historia o un evento o predecir una situación o intercambiar ideas que pueden ser desarrollados a través de reportajes, noticias y documentales.

### **Comunicación Publicitaria:**

Es crear mensajes convincentes que alienten a las personas a comportarse de cierta manera, de modo que sea más fácil su entendimiento porque permite difundir ideas.

### **Comunicación Artística:**

Trasmite sentimientos y emociones diferentes en las personas y es utilizado para sensibilizar, reflexionar sobre algo y se pueden dar a través del teatro, largometraje, series de televisión y las novelas radiales entre otras.

### **Comunicación digital:**

Es la transmisión de información de manera oportuna y en tiempo real, permite la interacción, el intercambio de ideas, utilizando símbolos la comunicación digital a través de las tecnologías este tipo de comunicación brinda a las personas oportunidades de comunicación y elementos para expresarse escribiendo con imágenes, videos, sitios web, blogs entre otros.

### **Conciencia ambiental:**

Según Chuliá (1995) establece la conciencia ambiental como el conjunto de sentimientos, conocimientos, inclinaciones y acciones individuales, colectivas relacionadas con los problemas ambientales y la protección del medio ambiente. Además, lo considera un concepto multidimensional, en el que se distinguen cinco dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa, activa individual y activa colectiva

**Conciencia Cognitiva:**

Se refiere al conocimiento a la capacidad que tienen las personas sobre cómo actuar, analizar, la información general que las personas reciben a lo largo del tiempo vinculada a fuentes de información sostenibles que tienen y como aplicarlas creativamente en su día a día.

**Conciencia Afectiva:**

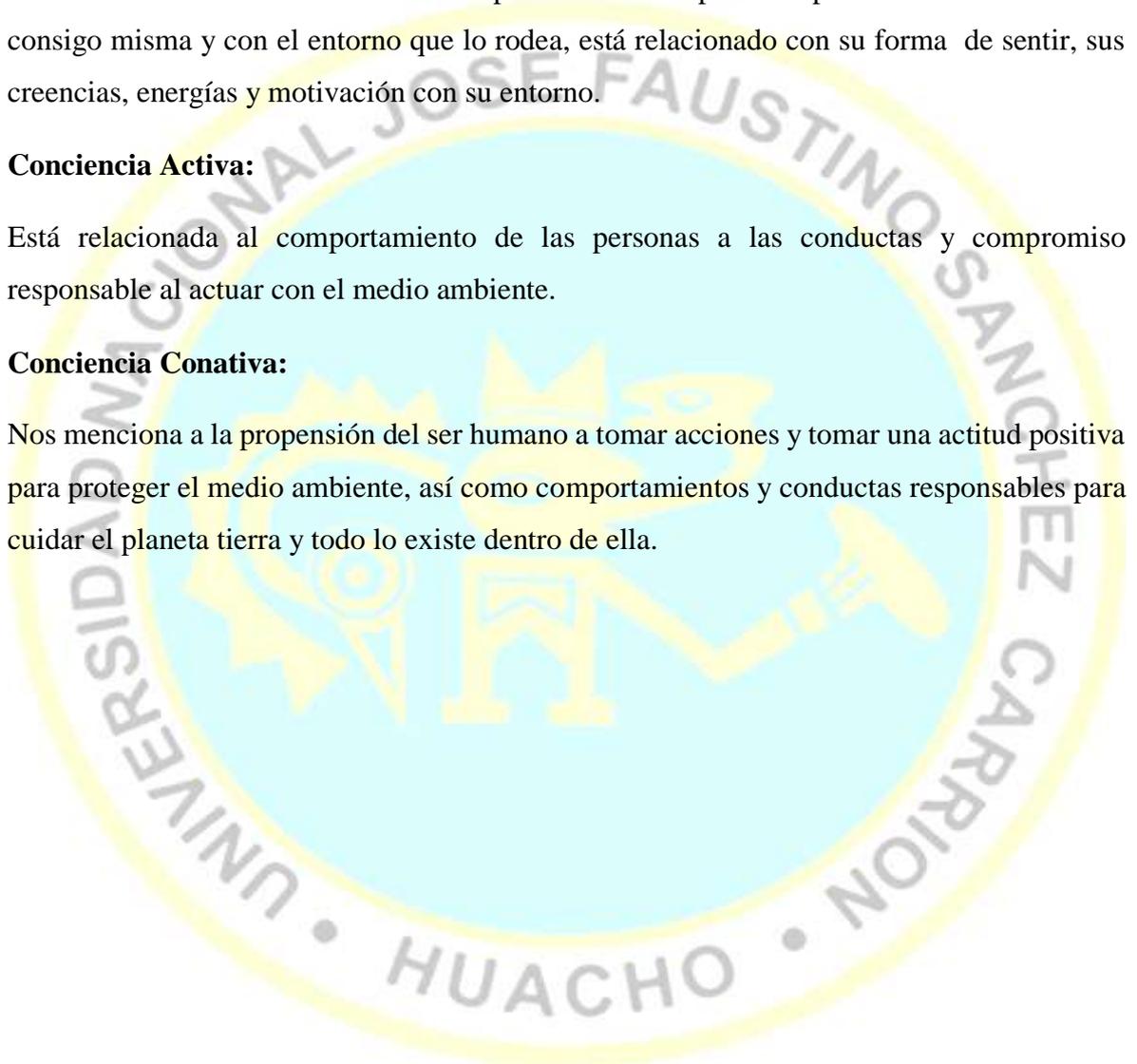
Se considera como la totalidad de las capacidades de las personas para establecer relaciones consigo misma y con el entorno que lo rodea, está relacionado con su forma de sentir, sus creencias, energías y motivación con su entorno.

**Conciencia Activa:**

Está relacionada al comportamiento de las personas a las conductas y compromiso responsable al actuar con el medio ambiente.

**Conciencia Conativa:**

Nos menciona a la propensión del ser humano a tomar acciones y tomar una actitud positiva para proteger el medio ambiente, así como comportamientos y conductas responsables para cuidar el planeta tierra y todo lo existe dentro de ella.



## **2.5 Hipótesis de investigación**

### **2.5.1 Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

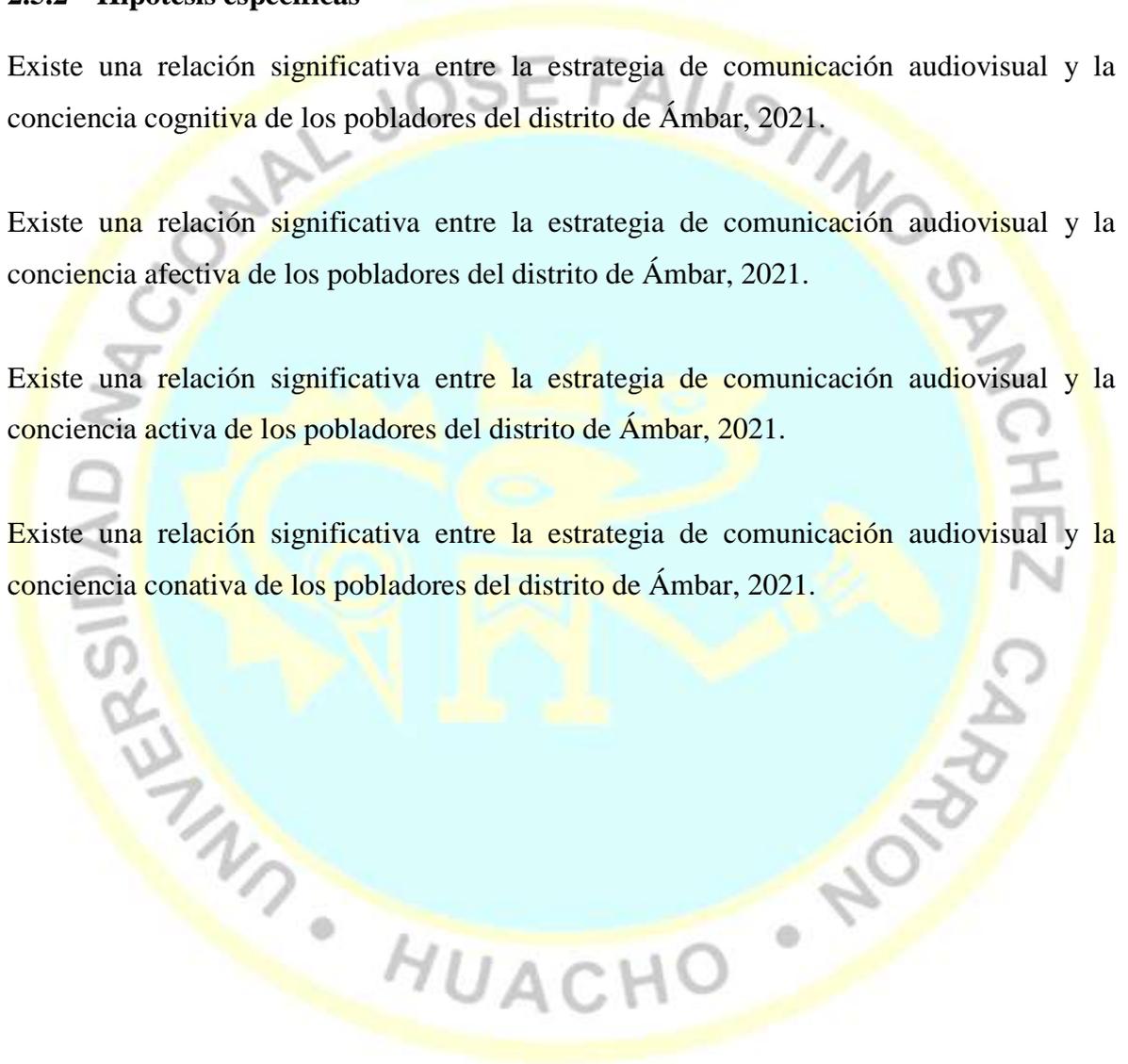
### **2.5.2 Hipótesis específicas**

Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.



## 2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INST.	ESCALA
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL VARIABLE 1	UNESCO (2019) refiere que la comunicación audiovisual es la transmisión y recepción de mensajes por medio de imágenes, signos o símbolos, que pueden incluir textos, frases y letras que permiten registrar, transmitir, conciencia y comprensión.	Comunicación Objetiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Símbolos Visuales</li> <li>• Visitas y excursiones</li> <li>• Demostración</li> <li>• Exposiciones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿En mi localidad hay mapas, señales, imágenes sobre el cuidado al medio ambiente?</li> <li>2. ¿En mi localidad realizamos visitas y excursiones para ver la contaminación ambiental ocasionada por las personas?</li> <li>3. ¿En mi localidad realizan explicación con detalles del desarrollo de una actividad (como reciclar, cuidado de plantas otros) para mejorar nuestro ambiente?</li> <li>4. ¿En mi localidad realizan exposiciones de temas para el cuidado del medio ambiente?</li> </ol>	CUESTIONARIO	Siempre (3) A veces (2) Nunca (1)
		Comunicación Publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad radial</li> <li>• Publicidad televisiva</li> <li>• Publicidad impresa</li> <li>• Publicidad telefónica</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. ¿En la radio de mi localidad se escucha hablar del cuidado del medio ambiente?</li> <li>6. ¿En la televisión se puede ver publicidad de cómo cuidar el medio ambiente?</li> <li>7. ¿Con frecuencia leo periódico con noticias sobre el cuidado del medio ambiente?</li> <li>8. ¿Con frecuencia llegan mensajes a mi celular sobre cómo cuidar el medio ambiente?</li> </ol>		
		Comunicación Artística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación teatral</li> <li>• Arte ambiental</li> <li>• Obra teatral</li> <li>• Proyección de historias</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. ¿En mi localidad realizan representaciones teatrales de títeres o marionetas sobre el cuidado del medio ambiente?</li> <li>10. ¿Con frecuencia compro cuadros de paisajes y animales para generar un ambiente de naturaleza en mi casa?</li> <li>11. ¿En mi localidad he visto obras teatrales o escenificación relacionada al cuidado del medio ambiente?</li> <li>12. ¿En mi localidad suelen colocar proyecciones de historias (videos) relacionadas a la contaminación ambiental?</li> </ol>		
		Comunicación Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos online</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Plataformas virtuales de comunicación</li> <li>• Aplicaciones móviles</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. ¿Con frecuencia veo videos online sobre el cuidado del medio ambiente en mi celular?</li> <li>14. ¿En las redes sociales ha encontrado noticias del medio ambiente?</li> <li>15. ¿Conozco plataformas virtuales de comunicación (zoom, meet, webex meet, telegram) que hablen de contaminación ambiental?</li> <li>16. ¿Tiene en su celular alguna aplicación para el cuidado del medio ambiente?</li> </ol>		
CONCIENCIA AMBIENTAL VARIABLE 2	Chuliá (1995) establece la conciencia ambiental como el grupo de afectos, conocimientos, disposiciones, acciones individuales y colectivas que están relacionados con los problemas ambientales y con la protección del medio ambiente, además menciona cinco dimensiones como la afectiva, cognitiva, conativa y activa.	Conciencia Cognitiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión</li> <li>• Información</li> <li>• Transformar</li> <li>• Conocimiento</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Comprendo que la preservación de la tierra depende de nosotros de como la cuidamos?</li> <li>2. ¿He recibido información sobre el cuidado del medio ambiente en mi localidad?</li> <li>3. ¿Considero que es importante modificar hábitos de respeto al medio ambiente?</li> <li>4. ¿Tengo conocimiento sobre lo que es contaminación ambiental?</li> </ol>	CUESTIONARIO	Siempre (3) A veces (2) Nunca (1)
		Conciencia Afectiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilidad</li> <li>• Imagen</li> <li>• Creencias</li> <li>• Valores</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. ¿Considero que existen cosas más importantes que cuidar que el medio ambiente?</li> <li>6. ¿Considero que una imagen limpia y ordenada de mi localidad trae más visitas de turistas?</li> <li>7. ¿La agricultura orgánica contamina el medio ambiente?</li> <li>8. ¿Con frecuencia comparto valores con mi familia sobre el cuidado del medio ambiente?</li> </ol>		
		Conciencia Activa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado</li> <li>• Utilización adecuada</li> <li>• Involucramiento</li> <li>• Participación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. ¿Con frecuencia recojo basuras o desechos (papeles, cascaras de frutas, heces de animales) de mi localidad?</li> <li>10. ¿Utilizo adecuadamente los recursos naturales (agua, plantas, tierra, etc.) para la preservar mi medio ambiente?</li> <li>11. ¿Las autoridades locales se involucran activamente en el cuidado del medio ambiente?</li> <li>12. ¿Participo en actividades (limpieza de calles, jardines y sembrado de plantas otros) para el cuidado del medio ambiente de mi localidad?</li> </ol>		
		Conciencia Conativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Adoptar comportamientos</li> <li>• Practicas</li> <li>• Interés por las Mejorar</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. ¿Considero que es responsabilidad de las autoridades locales el proteger los espacios naturales de mi localidad?</li> <li>14. ¿Considero que tirar la basura y desechos a la calle es normal porque todos lo hacen?</li> <li>15. ¿Práctico hábitos de reciclaje con mi familia?</li> <li>16. ¿Me gustaría ser voluntario para el cuidado del medio ambiente en mi localidad?</li> </ol>		

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño metodológico**

El estudio es de diseño no experimental, según Hernández (2006) es aquella que se lleva a cabo sin la manipulación intencional de las variables, para luego observarlo en su entorno natural y así analizarlo.

#### **Tipo de Investigación**

La presente investigación es de tipo básica según Hernández, Fernández & Baptista (2010) mencionan que el propósito de la investigación básica es incrementar nuevos conocimientos con la finalidad de proponer nuevas teorías a las ya existentes.

#### **Nivel de la Investigación**

El estudio de la investigación es de nivel correlacional para Hernández (2006) estas investigaciones pretenden medir el grado de asociación que tienen las dos variables y luego cuantificarlas y analizar su relación. Se medirá la relación entre la variable estrategias de comunicación audiovisual y la variable conciencia ambiental.

#### **Enfoque de la Investigación**

El estudio es de enfoque cuantitativo según Hernández (2006) nos dice que la investigación cuantitativa se refiere a la parte estadística, analizando la realidad objetiva a través de la medición numérica y el análisis estadístico para identificar modelos predictivos o de comportamiento de un fenómeno para la recopilación de datos y la comprobación de la hipótesis, enfatizando que estas hipótesis han sido formuladas antes de un proceso metodológico.

## 3.2 Población y muestra

### 3.2.1 Población

La población estuvo formada por pobladores del distrito de Ámbar según informes del INEI (2017) son un total de 2324 habitantes entre varones y féminas.

### 3.2.2 Muestra

La muestra fue de 110 pobladores de edades a 18 a 69 años entre mujeres y varones, será trabajó una muestra no probabilística por conveniencia y se consideró dos criterios:

#### Inclusión:

- Todos los pobladores del distrito de Ámbar
- Mujeres y Varones de edades de 18 a 69 años
- Todos quienes voluntariamente deseen participar en la investigación

#### Exclusión:

- Pobladores de otros distritos
- Quienes no deseen participar en la investigación
- Mujeres y varones de 70 a más.

## 3.3 Técnicas de recolección de datos

En el presente estudio se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado por el mismo autor de la investigación.

El cuestionario según Hernández (1997) es un formulario que contiene una serie de preguntas de acuerdo a las variables de estudios de la investigación.

Según Tamayo (2008) la encuesta es una técnica que ayuda a responder algunas preguntas relacionadas con las variables de investigación.

<b>FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO</b>	
<b>NOMBRE DE LA VARIABLE</b>	Estrategias de comunicación audiovisual
<b>AUTOR Y AÑO</b>	Paredes Jiménez, Hemerson Rostay (2021)
<b>PROCEDENCIA</b>	Perú
<b>POBLACIÓN</b>	Pobladores del distrito de Ámbar
<b>ALCANCE</b>	Adultos de 18 a 69 años
<b>TIEMPO</b>	20 minutos
<b>NUMERO DE PREGUNTAS</b>	16 preguntas
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Instrumento evalúa 4 dimensiones: comunicación objetiva, comunicación publicitaria, comunicación artística, comunicación digital con 16 preguntas
<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	Ordinal: Nunca (1) A veces (2) Siempre (3)

<b>VALIDACIÓN</b>	A criterio de tres jueces expertos.
<b>CONFIABILIDAD</b>	Confiabilidad con el estadístico alfa de cronbach (0.805)

<b>FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO</b>	
<b>NOMBRE DE LA VARIABLE</b>	Conciencia ambiental
<b>AUTOR Y AÑO</b>	Paredes Jiménez, Hemerson Rostay (2021)
<b>PROCEDENCIA</b>	Perú
<b>POBLACIÓN</b>	Pobladores del distrito de Ámbar
<b>ALCANCE</b>	Adultos de 18 a 69 años
<b>TIEMPO</b>	20 minutos
<b>NUMERO DE PREGUNTAS</b>	16 preguntas
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Instrumento evalúa 4 dimensiones: conciencia cognitiva, conciencia afectiva, conciencia activa, conciencia conativa con 16 preguntas
<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	Ordinal: Nunca (1) A veces (2) Siempre (3)
<b>VALIDACIÓN</b>	A criterio de tres jueces expertos.
<b>CONFIABILIDAD</b>	Confiabilidad con el estadístico alfa de cronbach (0.90)

### 3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el estudio se utilizó el instrumento mencionado en la ficha técnica y para el tratamiento estadístico se utilizó la técnica de relación Rho de Spearman y los cuestionarios fueron procesados por el spss versión prueba 27, que me permitió presentar los resultados en tablas y así realizar la interpretación de los datos obtenidos.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de resultados

##### 4.1.1 Descripción del resultado de estrategia de comunicación audiovisual y sus dimensiones.

Tabla 1

*Estrategia de comunicación audiovisual*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	106	96,4	96,4
Medio	3	2,7	2,7
Alto	1	,9	,9
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la variable estrategia de comunicación audiovisual, el 96.4% de 106 pobladores entrevistados refieren que es baja la estrategia de comunicación audiovisual que no hay estrategias de comunicación audiovisual con referencia a la comunicación objetiva (símbolos visuales, visitas e excursiones, demostración o exposiciones) para el cuidado del medio ambiente, que no hay comunicación publicitaria tales como (la publicidad radial, publicidad televisiva, publicidad impresa y publicidad telefónica), comunicación artística (representación teatral, arte ambiental, obra teatral y proyección de historias) y comunicación digital tales como (videos online, redes sociales, plataformas virtuales de comunicación y aplicaciones móviles) como estrategias de comunicación para el cuidado del medio ambiente. También un 2.7% de 3 pobladores entrevistados refieren que es medio la estrategias de comunicación audiovisual que existen en su población. Además un 0.9% de 1 poblador entrevistado refiere que es alto la estrategias de comunicación audiovisual que existen en su población.

**Tabla 2*****Dimensión comunicación objetiva***

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Bajo	105	95,5	95,5
Medio	4	3,6	3,6
Alto	1	,9	,9
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión comunicación objetiva, el 95.5% de 105 pobladores entrevistados se observa que es bajo la comunicación objetiva que no hay estrategias de comunicación objetivas tales como símbolos visuales, visitas y excursiones o demostración y exposiciones para el cuidado del medio ambiente. También un 3.6% de 4 pobladores entrevistados se observa que tienen medio las estrategias de comunicación objetiva que existen en su población. Además un 0.9% de 1 poblador entrevistado se observa que tienen alta estrategias de comunicación objetiva en su población.

**Tabla 3*****Dimensión comunicación publicitaria***

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Bajo	103	93,6	93,6
Medio	5	4,5	4,5
Alto	2	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión comunicación publicitaria, el 93.6% de 103 pobladores entrevistados se observa que es bajo las estrategias de comunicación publicitaria tales como la publicidad radial, publicidad televisiva, publicidad impresa y publicidad telefónica que no existe para el cuidado del medio ambiente. También un 4.5% de 5 pobladores entrevistados se observa que tienen medio las estrategias de comunicación publicitaria que existen en su población. Además un 1.8% de 2 pobladores entrevistados se observa que existe alta estrategias de comunicación publicitaria en su población.

**Tabla 4*****Dimensión Comunicación Artística***

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Bajo	104	94,6	94,6
Medio	4	3,6	3,6
Alto	2	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión comunicación artística, el 94.6% de 104 pobladores entrevistados se observa que es baja las estrategias de comunicación artística tales como la representación teatral, arte ambiental, obra teatral y proyección de historias no existe para el cuidado del medio ambiente. También un 3.6% de 4 pobladores entrevistados se observan que es medio las estrategias de comunicación artística que existen en su población. Además un 1.8% de 2 pobladores entrevistados se observa que existe alta estrategias de comunicación artística en su población.

**Tabla 5*****Dimensión Comunicación Digital***

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Bajo	106	96,4	96,4
Medio	3	2,7	2,7
Alto	1	,9	,9
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión comunicación digital, el 96.4% de 106 pobladores entrevistados refieren que es baja las estrategias de comunicación digital que no existe tales como videos online, redes sociales, plataformas virtuales de comunicación y aplicaciones móviles como estrategias de comunicación para el cuidado de nuestro medio ambiente. También un 2.7% de 3 pobladores entrevistados se observa que tienen medio de estrategias de comunicación digital que existen en su población. Además un 0.9% de 1 poblador entrevistado refieren que existe alta estrategias de comunicación digital en su población.

#### 4.1.2 Descripción del resultado de conciencia ambiental y sus dimensiones.

Tabla 6

##### *Conciencia ambiental*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	101	91,8	91,8
Medio	8	7,3	7,3
Alto	1	,9	,9
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Nota: Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la variable conciencia ambiental, el 91.8% de 101 pobladores entrevistados se observa que es baja la conciencia ambiental que los pobladores de Ámbar tienen, eso debido a la falta de estrategia de comunicación audiovisual que no existe y se ve reflejado en los datos. Así mismo un 7.3% de 8 pobladores entrevistados se observa que es medio la conciencia ambiental que tienen. Además un 0.9% de 1 poblador entrevistado se observa que es alta la conciencia ambiental que tiene.

Tabla 7

##### *Conciencia cognitiva*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	76	69,1	69,1
Medio	25	22,7	22,7
Alto	9	8,2	8,2
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Nota: Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión conciencia cognitiva, el 69.1% de 76 pobladores entrevistados se observa que es baja la conciencia cognitiva que los pobladores de Ámbar tienen, eso debido a la falta de estrategia de comunicación audiovisual que no existe y se ve reflejado en los datos. Así mismo un 22.7% de 25 pobladores entrevistados se observa que es medio la conciencia cognitiva que tienen. Además un 8.2% de 9 pobladores entrevistado se observa que es alta la conciencia cognitiva que tienen.

**Tabla 8****Conciencia afectiva**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	85	77,3	77,3
Medio	23	20,9	20,9
Alto	2	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión conciencia afectiva, el 77.3% de 85 pobladores entrevistados se observa que es baja la conciencia afectiva que los pobladores de Ámbar tienen, eso debido a la falta de estrategia de comunicación audiovisual que no existe y se ve reflejado en los datos. Así mismo un 20.9% de 23 pobladores entrevistados se observa que es medio la conciencia afectiva que tienen. Además un 1.8% de 2 pobladores entrevistado se observa que es alta la conciencia afectiva que tienen.

**Tabla 9****Conciencia activa**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	99	90,0	90,0
Medio	9	8,2	8,2
Alto	2	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

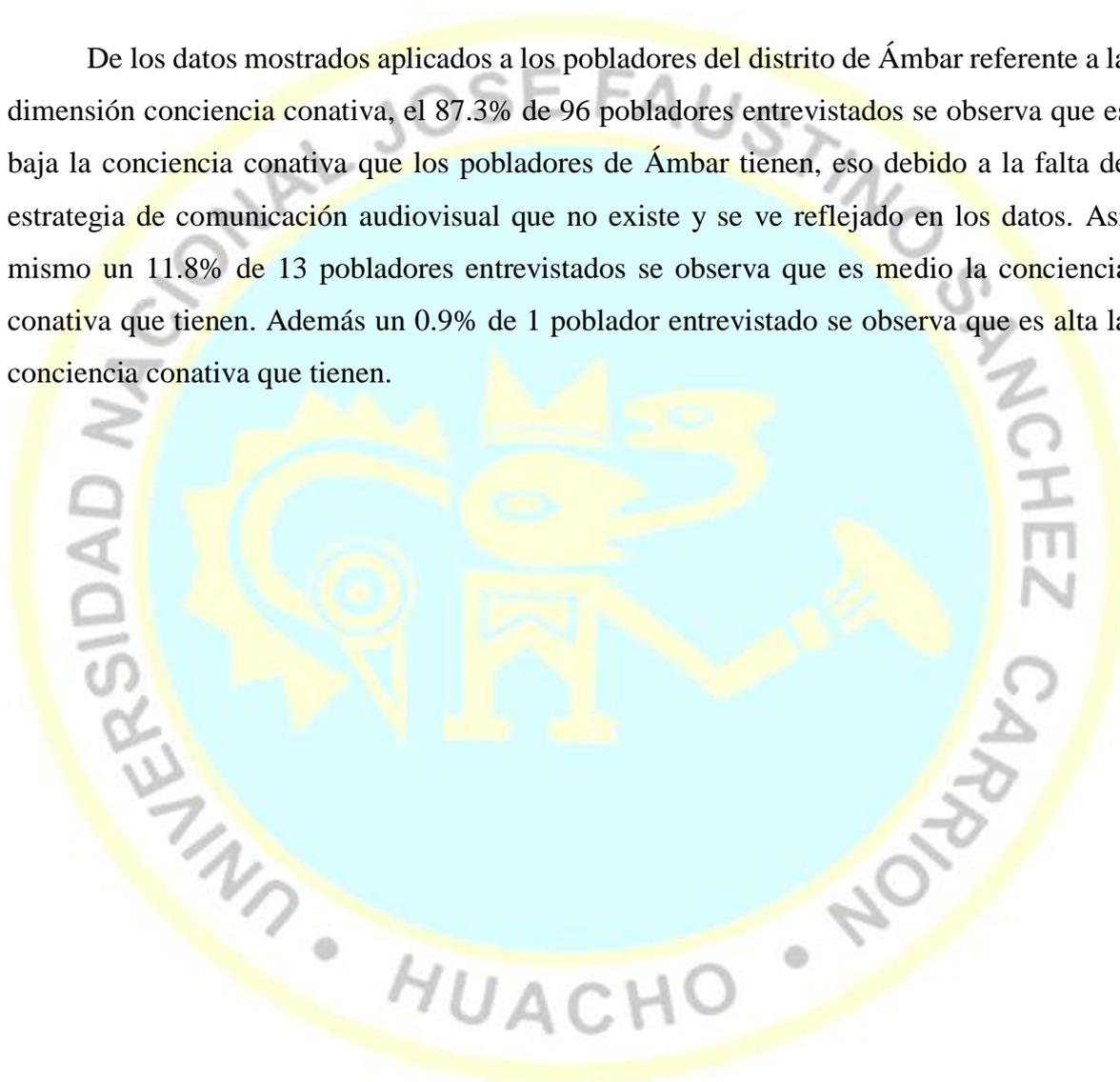
De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión conciencia activa, el 90.0% de 99 pobladores entrevistados se observa que es baja la conciencia activa que los pobladores de Ámbar tienen, eso debido a la falta de estrategia de comunicación audiovisual que no existe y se ve reflejado en los datos. Así mismo un 8.2% de 9 pobladores entrevistados se observa que es medio la conciencia activa que tienen. Además un 1.8% de 2 pobladores entrevistados se observa que es alta la conciencia activa que tienen.

**Tabla 10*****Conciencia conativa***

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Bajo	96	87,3	87,3
Medio	13	11,8	11,8
Alto	1	,9	,9
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los datos mostrados aplicados a los pobladores del distrito de Ámbar referente a la dimensión conciencia conativa, el 87.3% de 96 pobladores entrevistados se observa que es baja la conciencia conativa que los pobladores de Ámbar tienen, eso debido a la falta de estrategia de comunicación audiovisual que no existe y se ve reflejado en los datos. Así mismo un 11.8% de 13 pobladores entrevistados se observa que es medio la conciencia conativa que tienen. Además un 0.9% de 1 poblador entrevistado se observa que es alta la conciencia conativa que tienen.



## 4.2 Contrastación de hipótesis

### Procedimiento para hipótesis general

#### 1. Formulación de hipótesis general

Ha: Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

2. Nivel de significancia: 0.05 ( $\alpha > p$ . rechazo de la Ho)

3. Nivel de confianza: 95%  $\rightarrow$  0.95

4. Elección de la técnica estadística: Los resultados no cumplen con el supuesto de normalidad en este sentido se busca la correlación de variables ante ello el estadístico que se trabajó es el Rho Spearman.

Tabla 11

#### Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental

			Estrategia de comunicación audiovisual	Conciencia ambiental
Rho de Spearman	Estrategia de comunicación audiovisual	Coefficiente de correlación	1,000	0,779
		Sig. (bilateral)	.	0,002
		N	110	110
	Conciencia ambiental	Coefficiente de correlación	0,779	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	110	110

Nota: Elaboración propia

En la tabla 11 se contempla un nivel de significancia que  $p=0.002$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.779 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis general detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## Procedimiento para Hipótesis específica 1

### 1. Formulación de hipótesis específica 1

Ha: Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

2. Nivel de significancia: 0.05 ( $\alpha > p$ . rechazo de la Ho)

3. Nivel de confianza: 95%  $\rightarrow$  0.95

4. Elección de la técnica estadística: Los resultados no cumplen con el supuesto de normalidad en este sentido se busca la correlación de variables ante ello el estadístico que se trabajó es el Rho Spearman.

Tabla 12

Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia cognitiva.

		Estrategia de comunicación audiovisual	Conciencia cognitiva	
Rho de Spearman	Estrategia de comunicación audiovisual	Coeficiente de correlación	1,000	0,397
		Sig. (bilateral)	.	0,000
	Conciencia cognitiva	N	110	110
		Coeficiente de correlación	0,397	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	110	110

Nota: Elaboración propia

En la tabla 12 se contempla un nivel de significancia que  $p=0.000$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.397 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva baja por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 1 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## Procedimiento para Hipótesis específica 2

### 1. Formulación de hipótesis específica 2

Ha: Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

2. Nivel de significancia: 0.05 ( $\alpha > p$ . rechazo de la Ho)

3. Nivel de confianza: 95%  $\rightarrow$  0.95

4. Elección de la técnica estadística: Los resultados no cumplen con el supuesto de normalidad en este sentido se busca la correlación de variables ante ello el estadístico que se trabajó es el Rho Spearman.

Tabla 13

### Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia afectiva

			Estrategia de comunicación audiovisual	conciencia afectiva
Rho de Spearman	Estrategia de comunicación audiovisual	Coefficiente de correlación	1,000	0,755
		Sig. (bilateral)	.	0,004
	conciencia afectiva	N	110	110
		Coefficiente de correlación	0,755	1,000
		Sig. (bilateral)	0,004	.
		N	110	110

Nota: Elaboración propia

En la tabla 13 se contempla un nivel de significancia que  $p=0.004$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.755 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 2 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## Procedimiento para Hipótesis específica 3

### 1. Formulación de hipótesis específica 3

Ha: Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

2. Nivel de significancia: 0.05 ( $\alpha > p$ . rechazo de la Ho)

3. Nivel de confianza: 95%  $\rightarrow$  0.95

4. Elección de la técnica estadística: Los resultados no cumplen con el supuesto de normalidad en este sentido se busca la correlación de variables ante ello el estadístico que se trabajó es el Rho Spearman.

**Tabla 14**

**Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia activa.**

		Estrategia de comunicación audiovisual	conciencia activa
Rho de Spearman	Estrategia de comunicación audiovisual	1,000	0,699
	conciencia activa	.	0,001
		N	110
			110
	conciencia activa	0,699	1,000
	Estrategia de comunicación audiovisual	0,001	.
		N	110
			110

Nota: Elaboración propia

En la tabla 14 se contempla un nivel de significancia que  $p=0.001$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.699 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 3 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## Procedimiento para Hipótesis específica 4

### 1. Formulación de hipótesis específica 4

Ha: Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

2. Nivel de significancia: 0.05 ( $\alpha > p$ . rechazo de la Ho)

3. Nivel de confianza: 95%  $\rightarrow$  0.95

4. Elección de la técnica estadística: Los resultados no cumplen con el supuesto de normalidad en este sentido se busca la correlación de variables ante ello el estadístico que se trabajó es el Rho Spearman.

**Tabla 15**

**Correlación entre estrategia de comunicación audiovisual y conciencia conativa.**

		<b>Estrategia de comunicación audiovisual</b>		<b>conciencia conativa</b>	
Rho de Spearman	Estrategia de comunicación audiovisual	Coeficiente de correlación	1,000	0,487	
		Sig. (bilateral)	.	0,000	
		N	110	110	
	conciencia conativa	Coeficiente de correlación	0,487	1,000	
		Sig. (bilateral)	0,000	.	
		N	110	110	

*Nota:* Elaboración propia

En la tabla 15 se contempla un nivel de significancia que  $p=0.000$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 4 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.487 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 4 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Evidenciándose como resultado que el coeficiente de relación Rho Spearman es de es 0.779 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables. Los resultados obtenidos del presente estudio son concordantes con Briones (2021) en su investigación titulada “Aplicación de módulos audiovisuales como herramienta para mejorar la conciencia ambiental en estudiantes de tercero de secundaria de la institución educativa mariscal Oscar Raimundo Benavides Larrea”. Concluyendo que existe una correlación positiva alta de 0.804 entre la aplicación de módulos audiovisuales y la conciencia ambiental.

Así mismo el objetivo específico 1 fue determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Evidenciándose como resultado que el coeficiente de relación Rho Spearman es de es 0.397 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva baja por lo tanto, si existe relación entre ambas variables. Estos datos son similares a la investigación de Cotrina (2020) quien realizó una investigación denominada “Aplicación de recursos audiovisuales y la actitud ambiental en estudiantes I.E.I. N° 041 Rondos 2020”. Concluyendo que la aplicación de recursos audiovisuales si influyen significativamente en el desarrollo de la actitud ambiental de los estudiantes.

El objetivo específico 2 fue determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Evidenciándose como resultado que el coeficiente de relación Rho Spearman es de es 0.755 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo tanto, si

existe relación entre ambas variables. Estos datos son similares a la investigación de Lozano (2017) realizó un estudio sobre “Estrategias comunicacionales y su influencia en el cuidado del ambiente en los estudiantes de la E.P de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión”. Concluyendo que las estrategias comunicacionales si influyen en el cuidado del ambiente.

Del mismo modo el objetivo específico 3 fue determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Evidenciándose como resultado que el coeficiente de relación Rho Spearman es de es 0.699 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo tanto, si existe relación entre ambas variables. Estos datos son similares a la investigación de Ramos (2019) realizó un estudio denominado “Conductas y actitudes ambientales para el cuidado del medio ambiente de las beneficiarias del vaso de leche Hualmay”. Concluyendo que se acepta la hipótesis de investigación confirmando la existencia de una relación significativa entre el comportamiento ambiental y la actitud de cuidado hacia el medio ambiente de los beneficiarios del programa Vaso de Leche en el distrito de Hualmay. Entre sus hallazgos, mostró que el comportamiento estuvo fuertemente relacionado con las actitudes ambientales de los beneficiarios del programa vaso de leche así mismo es necesario mantener un comportamiento favorable en el entorno para que las actitudes también sean favorables, porque de un componente depende el otro.

Y para concluir el objetivo específico 4 fue determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Evidenciándose como resultado que el coeficiente de relación Rho Spearman es de es 0.487 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo tanto, si existe relación entre ambas variables. Estos datos son similares a la investigación de Carrasco (2018) realizó una investigación titulada “Módulo de estrategia de comunicación para potenciar la educación ambiental de estudiantes de educación secundaria del colegio Experimento”. Concluyendo que se acepta la hipótesis de que el módulo de estrategia de comunicación tiene un impacto significativo en la educación ambiental de los estudiantes. Así mismo la estrategia de comunicación para mejorar el medio ambiente debería ser una de las prioridades en la educación en todos los niveles.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

Al utilizar el estadístico Rho de Spearman se contempla un nivel de significancia que  $p=0.002$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.779 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis general detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

Al utilizar el estadístico Rho de Spearman se contempla un nivel de significancia que  $p=0.000$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.397 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva baja por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 1 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

Al utilizar el estadístico Rho de Spearman se contempla un nivel de significancia que  $p=0.004$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.755 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva alta por lo que queda confirmada la

aceptación de la hipótesis específica 2 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

Al utilizar el estadístico Rho de Spearman se contempla un nivel de significancia que  $p=0.001$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.699 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 3 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

Al utilizar el estadístico Rho de Spearman se contempla un nivel de significancia que  $p=0.000$  es menor que el alfa 0.05, entonces se acepta la hipótesis específica 4 y se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos afirmar que existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es 0.487 entonces se llega a aceptar que se ha conseguido una relación positiva media por lo que queda confirmada la aceptación de la hipótesis específica 4 detallada, por lo tanto, si existe relación entre ambas variables.

## 6.2 Recomendaciones

Se recomienda a las autoridades locales trabajar con otras instituciones y empresas de manera articulada tanto con el gobierno local, regional y nacional para crear nuevas estrategias o recursos de comunicación audiovisual para promover aptitudes para la conservación y cuidado del ambiente.

Se recomienda a las autoridades propiciar la agricultura orgánica y el uso de fertilizantes naturales como el guano, estiércol entre otros, para evitar la degradación de la tierra y atmosfera.

Se recomienda a las autoridades locales concientizar a los pobladores, instituciones y empresas del distrito de Ámbar, a través de las capacitaciones sobre prácticas de reciclaje y cómo seleccionar sus desechos.

Se recomienda a las autoridades locales la creación de un centro de tratamiento de residuos para la conservación y cuidado del ambiente.

Y por último dentro de mi competencia profesional me pongo a disposición de las autoridades locales para brindar capacitación y orientación de comunicación audiovisual como estrategia para fomentar la conciencia ambiental.

## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

- Briones, J. (2021). *Aplicación de módulos audiovisuales como herramienta para mejorar la conciencia ambiental en estudiantes de tercero de secundaria de la institución educativa Mariscal Oscar Raimundo Benavides Larrea* (Tesis de posgrado). Universidad Inca Garcilaso De La Vega Lima, Perú.
- Cotrina, M. (2020). *Aplicación de recursos audiovisuales y la actitud ambiental en niñas y niños de 5 años de la E. I.E.I. N° 041- Rondos 2020* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Hermilio Valdizán Lima, Perú.
- Carrasco, N. (2018). *Módulo de estrategias de comunicación para fortalecer la educación ambiental de los estudiantes del 5to. grado de educación secundaria del Colegio Experimental de Aplicación de la Universidad Nacional de Educación – 2016* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle Lima, Perú.
- De La Hoz, M. (2021). *Estrategia audiovisual: Modificación de la actitud hacia la conducta planificada, competencia proambiental y modulación autonómica* (Tesis posgrado). Universidad de la Costa Barranquilla, Colombia.
- Díaz, J. y Fuentes, F. (2018). *Desarrollo de la conciencia ambiental en niños de sexto grado de educación primaria. Significados y percepciones* (Tesis de posgrado). Universidad Pedagógica Veracruzana, México.
- Florez, H. (2018). *El uso de materiales audiovisuales como estrategia metodológica para desarrollar la conciencia ambiental en los educandos del nivel inicial de la institución educativa N° 1291 de Santa María del distrito de Quellouno, Provincia de la Convención* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de San Agustín Arequipa, Perú.

Lozano, K. (2017). *Estrategias comunicacionales y su influencia en el cuidado del ambiente en los estudiantes de la E.P de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Lima, Perú.

Martínez, F. (2017). *El video como estrategia didáctica para fortalecer los procesos de las competencias comunicativas en los estudiantes del grado quinto de Básica Primaria de la I. E. Manuela Beltrán* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Bogotá, Colombia.

Martínez, L. (2018). *Influencia de los medios de comunicación audiovisuales y multimedia en la percepción de estereotipos físicos presentes en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo del Recinto Universitario Rubén Darío de la UNAN-Managua durante el segundo semestre 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/14382/1/14382.pdf>

Marcelo, H. (2018). *Procesos filosóficos comunicológicos en el ritual del poder del Vichama Raymi de Parmonguilla, por Investigación para sustentar una Nueva Concepción Ambiental de la Civilización Andina en el Norte Chico*. (Tesis de posgrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Lima, Perú.

Ramos, H. (2019). *Conductas y actitudes ambientales para el cuidado del medio ambiente en las beneficiarias del programa de vaso de leche del distrito de Hualmay – 2018* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho, Perú.

## **7.2 Fuentes bibliográficas**

Ausubel, D. (1983). *Teoría del aprendizaje significativo*. México: Editorial Trillas.

Ausubel, D. (1973). *La educación y la estructura del conocimiento*. Buenos Aires: El Ateneo.

Ausubel, D. (1976). *Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas.

Ausubel, D. (2002). *Adquisición y retención del conocimiento. Una perspectiva cognitiva*. Barcelona: Paidós.

- Bateson, G. & Ruesch, J. (1984). *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*, Paidós, Barcelona.
- Baez, C. (2000). *La Comunicación Efectiva*. Santo Domingo: Buho.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *La ecología del desarrollo humano*. Barcelona: Ediciones Paidós
- Chandler, A. (2003). *Estrategia y Estructura. Capítulos en la historia de la Empresa Industrial Americana*. Nueva York: Beard Books
- Chandler, A. (1962). *Estrategia y estructura: capítulos de la historia de la empresa industrial*. Massachusetts: Mit Press.
- Edelman, G. y Tononi, G. (2002). *El universo de la conciencia*. Barcelona: Drakontos.
- Hernández, R., Fernández, L., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa. Volumen 1: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus
- Hervás, G. (1998). *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*. Madrid: Playor.
- Hernández, A. y Garay, O. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo*. (Vol. 1, pp. 199-265). Wanceulen: Editorial Deportiva.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). *Los usos de la comunicación masiva: Perspectivas actuales sobre la investigación de las gratificaciones*. Londres: Sabio.
- Mendo, A., & Garay, O. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo*. Wanceulen: Deportiva.
- Mintzberg, H. (1987). *El concepto de estrategia I: Cinco P para la estrategia*. California: Management Review.
- Robbins, S. (1998). *Comunicación organizacional*. México: Prentice Hall
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill.
- Tamayo, M. (1980). *Metodología formal de la investigación científica*. Editorial Limusa.

Torres, M. (1996). *La Dimensión ambiental: Un reto para la educación de la nueva sociedad*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

Torres, M. (1998). *La educación ambiental: Una estrategia flexible, un proceso y unos propósitos en permanente construcción*. Colombia: Revista Iberoamericana de educación.

Torres, M. (1994). *Situación y problemas ambientales: ejes fundamentales para la orientación de propuestas educativas*. Colombia: Entorno vivo

Vallejo, N. (2006). *Guía práctica de Psicología*. Madrid: Temas de Hoy

Watzlawick, P., Beavin, J. & Don D. (1971). *Teoría de la comunicación humana*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

### 7.3 Fuentes hemerográficas

Barros Bastida, C., & Barros Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 7 (3). pp. 26-31. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n3/rus04315.pdf>

Carrillo, P. (2015). La investigación basada en la práctica de las artes y los medios audiovisuales. *Revista mexicana de investigación educativa*, 20(64), 219-240.

Cadavid, E., Pérez, N., & Flórez, E. (2021). El valor del cuidado del ambiente potenciado desde el vínculo didáctico madre - tierra en estudiantes de la educación media colombiana. *Revista Entramado* 17(2), 196-206. DOI:10.18041/1900-3803/entramado.2.6093

De Santiago, B., & Marí, J. (2002). La medida de las actitudes ambientales: propuesta de una escala de conciencia ambiental (Ecobarómetro). *Psychosocial Intervention*, 11(3), 349-358.

De Pinto, E. (2004). Hacia una conciencia ambiental. *Educere*, 8(24), 34-40. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602406.pdf>

Fernández, M. y Hernández, A. (2013). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo. *Revista Efdeportes*. Buenos Aires, 17, 178. Recuperado de <https://efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm#:~:text=mediante%20un%20mensaje.->

,Seg% C3% BAn% 20Herv% C3% A1s% 20(1998% 2C% 20p.,emisor% 20para% 20tran  
smitirlos% 20al% 20receptor% 22.

Gruber, G., Benayas, J., & Gutiérrez, J. (2001). Evaluación de la calidad de medios audiovisuales como recurso para la educación ambiental. *Tópicos en Educación Ambiental*, 3(8), 85-100.

González, A. (2008). Los medios audiovisuales. Concepto y tendencia de uso en el aula. *Revista digital Zeus*, 14(5). Recuperado de [http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo\\_id=774](http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=774)

Jiménez, M., & Lafuente, R. (2010). Definición y medición de la Conciencia Ambiental. *Revista Internacional de Sociología*, 68(3), 731-755. Recuperado de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/350/357>

Lewin, A., & Volberda, H. (1999). Prolegómenos sobre convolución: un marco para la investigación sobre estrategia y nuevos foros organizativos. *Ciencia de la Organización*, 10, (5), 519-534.

Ley General del Ambiente (2005). Ley N° 28611. Diario Oficial El Peruano. Recuperado de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28611.pdf>

Palacios, P., & García, N. (1999). Educación ambiental y medios de comunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (12), 149-155.

Prada, E. (2013). Conciencia, concientización y educación ambiental: conceptos y relaciones. *Revista Temas: Departamento de Humanidades Universidad Santo Tomás Bucaramanga*, (7), 231-244.

Rizo, M. (2011). *Reseña de "Teoría de la comunicación humana"* de Paul Watzlawick. *Revista Razón y palabra*, 1(75), 3-14.

Román, Y., & Cuesta, O. (2016). Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 15-39. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1082/02es.html>

Sánchez, M. J., & Lafuente, R. (2010). Definición y medición de la conciencia ambiental. *Revista internacional de sociología*, 68(3), 731-755.

Sánchez, J. (2014). Contextualización y enfoques en el estudio de comportamientos proambientales o ecológicos con miras a la perfilación del consumidor verde. *Suma de Negocios*, 5(10), 34-39. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700072>

Vargas, C., Rosario, R., & Briones, C. (2017). Impacto de la materia desarrollo sustentable en el cambio de la conciencia ambiental de los estudiantes del nivel superior. *Revista Luna Azul*, (45), 3-10. DOI:10.17151/luaz.2017.45.2

Vanegas, M., Corral, V., Bustos, J., & Ortega, P. (2022). Expectativas del comportamiento ambiental de otros y su efecto en la conducta proambiental personal. *Revista PsyEcology*, 13(1), 29-49. DOI: 10.1080/21711976.2021.1992872

#### **7.4 Fuentes electrónicas**

Alea, A. (2006). *Diagnóstico y potenciación de la educación ambiental en jóvenes universitarios*. Recuperado de <http://www.odiseo.com.mx/2006/01/print/alea-diagnostico.pdf>.

Bravo, F. (2004). *Actores políticos y conciencia ambiental en el Perú*. Recuperado de <https://www4.congreso.gob.pe/historico/cip/materiales/forestal/articuloconcambiental2.pdf>

Bronfenbrenner, U. (1979). *Teoría Ecológica*. Recuperado de [http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/Reserva\\_Profesores/janette\\_orengo\\_educ\\_173/Urie\\_Bronfenbrenner.pdf](http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/Reserva_Profesores/janette_orengo_educ_173/Urie_Bronfenbrenner.pdf).

Calle, I. (2006). *Ley General del Ambiente, Ley N° 28611: Texto Concordado Edición Oficial*. Recuperado de <https://repositorio.spda.org.pe/handle/20.500.12823/254>

Chuliá, E. (1995). *La conciencia medioambiental de los españoles en los noventa*. Analistas socio políticos. Recuperado de <https://www.asp-research.com/sites/default/files/pdf/asp12a.pdf>

- Ecobarómetro de Andalucía. (2011). *Conciencia ambiental*. Recuperado de <https://tinyurl.com/ybq3x6uv>
- Frers, C. (2011). *¿Cuál es la importancia de la educación ambiental?*. Recuperado de [http://www.ecoportal.net/Temas-Especiales/EducacionAmbient/cual\\_es\\_la\\_importancia\\_de\\_la\\_educacion\\_ambiental](http://www.ecoportal.net/Temas-Especiales/EducacionAmbient/cual_es_la_importancia_de_la_educacion_ambiental)
- Herrera, D. (2016). *Tipos de comunicación*. Recuperado de: <https://docplayer.es/18283885-4-tipos-de-comunicacion-de-las-organizaciones.html>
- González, A. (2002). *La preocupación por la calidad del medio ambiente un modelo cognitivo sobre la conducta ecológica*. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/4390/1/T26479.pdf>
- Instituto del Sector de Encuestas de Opinión Pública (2019). *¿Cómo percibe el mundo nuestro entorno cambiante?*. Recuperado de [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-04/g\\_earth\\_day\\_2019.\\_final\\_esp\\_0.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-04/g_earth_day_2019._final_esp_0.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Crecimiento y distribución de la población total 2017*. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaes/Est/Lib1673/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1673/libro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Anuario de estadísticas ambientales*. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaes/Est/Lib1760/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1760/libro.pdf)
- Jiménez, M., & Lafuente, R. (2006). *La operacionalización del concepto de conciencia ambiental en las encuestas: La experiencia del Ecobarómetro Andalucía*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Jimenez-Sanchez/publication/324058660\\_La\\_operacionalizacion\\_del\\_concepto\\_conciencia\\_ambiental\\_en\\_las\\_encuestas\\_La\\_experiencia\\_del\\_Ecobarometro\\_andaluz/links/5d8b9857458515202b68934c/La-operacionalizacion-del-concepto-conciencia-ambiental-en-las-encuestas-La-experiencia-del-Ecobarometro-andaluz.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Jimenez-Sanchez/publication/324058660_La_operacionalizacion_del_concepto_conciencia_ambiental_en_las_encuestas_La_experiencia_del_Ecobarometro_andaluz/links/5d8b9857458515202b68934c/La-operacionalizacion-del-concepto-conciencia-ambiental-en-las-encuestas-La-experiencia-del-Ecobarometro-andaluz.pdf)

- Katz, E., Blumler J., & Gurevitch, M. (1973). *Investigación de usos y gratificaciones*. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2747854>
- Ministerio del medio ambiente. (2014). *Conciencia ambiental desde la escuela*. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/educacion/wpcontent/uploads/sites/20/2014/08/guia-globe.compressed.pdf>
- Muñoz, A. (2011). Concepto, expresión y dimensiones de la conciencia ambiental. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=67820>
- Ministerio del ambiente. (2012). *Huella ecológica en el Perú*. Recuperado de <http://sinia.minam.gob.pe/download/file/fid/39689>
- Ministerio del ambiente. (2009). *Política nacional del ambiente*. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/Pol%C3%ADticaNacional-del-Ambiente.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2009). *Declaración de Bonn. Conferencia Mundial de la UNESCO sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible. Alemania*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001887/188799s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2019). *Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371431>
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Importante acuerdo de colaboración entre el ONU Medio Ambiente y la OMS sobre los riesgos sanitarios de origen ambiental*. Recuperado de <http://www.who.int/es/newsroom/detail/10-01-2018-un-environment-and-who-agree-to-majorcollaboration-on-environmental-health-risks>
- Porter, M. (2021). *¿Qué es la estrategia?*. Recuperado de <http://200.0.31.75/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2BQue%CC%81%2Bes%2Bestrategia.pdf>
- Rodríguez, M. A. (2016). *La comunicación dentro de las organizaciones*. Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14976>

- Ruffino, M. (2018). *Medios audiovisuales*. Recuperado de: <https://concepto.de/mediosaudiovisuales/>
- Rico, T. (2016). *Tipos de comunicación audiovisual*. Recuperado de <https://imagenenlaeso.wordpress.com/2016/10/19/1-5-tipos-de-comunicacion-audiovisual/>
- Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú. (2019). Boletín Mensual Vigilancia De La Radiación Uv-B En Ciudades Del País. Recuperado de <https://www.senamhi.gob.pe/load/file/03202SENA-41.pdf>
- Sauvé, L. (2003). *Perspectivas curriculares para la formación de formadores en Educación Ambiental. I Foro Nacional sobre la Incorporación de la perspectiva Ambiental en la Formación Técnica y Profesional*. Recuperado de [http://www.mma.es/portal/secciones/formacion\\_educacion/reflexiones/2003\\_11save.pdf](http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/reflexiones/2003_11save.pdf)
- Llanos, G. (2017). *Ministerio del Ambiente: hay un déficit de 246 rellenos sanitarios*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/ciudad/ministerio-del-ambiente-hay-un-deficit-de-246rellenos-sanitarios-768692/>



## ANEXOS

### CUESTIONARIO PARA MEDIR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



#### Instrucciones:

Estimados pobladores se les solicita muy amablemente que puedan contestar las siguientes preguntas, marque con una X solo uno de los casilleros que se ubica en la columna de la derecha, utilizando los siguientes criterios:

<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
siempre	a veces	nunca

Nº	ÍTEMS	ESCALA		
		3	2	1
<b>V1 Dimensión 1: Comunicación Objetiva</b>				
1	¿En mi localidad hay mapas, señales, imágenes sobre el cuidado al medio ambiente?			
2	¿En mi localidad realizamos visitas y excusiones para ver la contaminación ambiental ocasionada por los mismos pobladores?			
3	¿En mi localidad realizan explicación con detalles del desarrollo de una actividad (como reciclar, cuidado de plantas, otros) para mejorar nuestra localidad?			
4	¿En mi localidad realizan exposiciones de temas para el cuidado del medio ambiente?			
<b>V1 Dimensión 2: Comunicación Publicitaria</b>				
5	¿En la radio de mi localidad se escucha hablar del cuidado del medio ambiente?			
6	¿En la televisión se puede ver publicidad de como cuidar el medio ambiente?			
7	¿Con frecuencia leo periódico con noticias sobre el cuidado del medio ambiente?			
8	¿Con frecuencia llegan mensajes a mi celular sobre cómo cuidar el medio ambiente?			
<b>V1 Dimensión 3: Comunicación Artística</b>				
9	¿En mi localidad realizan representaciones teatrales de títeres o marionetas sobre el cuidado del medio ambiente?			
10	¿Con frecuencia compro cuadros de paisajes y animales para generar un ambiente de naturaleza en mi casa?			
11	¿En mi localidad he visto obras teatrales o escenificación relacionadas al cuidado del medio ambiente?			
12	¿En mi localidad suelen colocar proyecciones de historias (videos) relacionadas a la contaminación ambiental?			
<b>V1 Dimensión 4: Comunicación Digital</b>				
13	¿Con frecuencia veo videos online sobre el cuidado del medio ambiente en mi celular?			
14	¿En las redes sociales ha encontrado noticias del medio ambiente?			
15	¿Conozco plataformas virtuales de comunicación (zoom, meet, webex meet, telegram) que hablen de contaminación ambiental?			
16	¿Tiene en su celular alguna aplicación para el cuidado del medio ambiente?			

**Muchas gracias**



## CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL

### Instrucciones:

Estimados pobladores se les solicita muy amablemente que puedan contestar las siguientes preguntas, marque con una X solo uno de los casilleros que se ubica en la columna de la derecha, utilizando los siguientes criterios:

<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
siempre	a veces	nunca

N°	ÍTEMS	ESCALA		
		3	2	1
<b>V2 Dimensión 1: Conciencia cognitiva</b>				
1	¿Comprendo que la preservación de la tierra depende de nosotros de como la cuidamos?			
2	¿He recibido información sobre el cuidado del medio ambiente en mi localidad?			
3	¿Considero que es importante modificar hábitos de respeto al medio ambiente?			
4	¿Tengo conocimiento sobre lo que es contaminación ambiental?			
<b>V2 Dimensión 2: Conciencia afectiva</b>				
5	¿Considero que existen cosas más importantes que cuidar que el medio ambiente?			
6	¿Considero que una imagen limpia y ordenada de mi localidad trae más visitas de turistas?			
7	¿La agricultura orgánica contamina el medio ambiente?			
8	¿Con frecuencia comparto valores con mi familia sobre el cuidado del medio ambiente?			
<b>V2 Dimensión 3: Conciencia activa</b>				
9	¿Con frecuencia recojo basuras o desechos (papeles, cascara de frutas, heces de animales) de mi localidad?			
10	¿Utilizo adecuadamente los recursos naturales (agua, plantas, tierra, etc.) para la preservar mi medio ambiente?			
11	¿Las autoridades de mi localidad se involucran activamente en el cuidado del medio ambiente?			
12	¿Participo en actividades (limpieza de calles, jardines y sembrado de plantas otros) para el cuidado del medio ambiente de mi localidad?			
<b>V2 Dimensión 4: Conciencia conativa</b>				
13	¿Considero que es responsabilidad de las autoridades locales el proteger los espacios naturales de mi localidad?			
14	¿Considero que tirar la basura y desechos a la calle es normal porque todos lo hacen?			
15	¿Práctico hábitos de reciclaje con mi familia?			
16	¿Me gustaría ser voluntario para el cuidado del medio ambiente en mi localidad?			

**Muchas gracias**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CONCIENCIA AMBIENTAL DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE AMBAR, 2021					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?</p> <p>¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?</p> <p>¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?</p> <p>¿Existe relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Determinar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p><b>Hipótesis Específica</b></p> <p>Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia cognitiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia afectiva de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia activa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p> <p>Existe una relación significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia conativa de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.</p>	<p><b>Variable X</b></p> <p>Estrategia de comunicación audiovisual</p> <p><b>Variable Y</b></p> <p>Conciencia ambiental</p>	<p><b>V1. Estrategia de comunicación audiovisual:</b></p> <p><b>D1.</b> Comunicación Objetiva  <b>D2.</b> Comunicación Publicitaria  <b>D3.</b> Comunicación Artística  <b>D3.</b> Comunicación Digital</p> <p><b>V2. Conciencia ambiental</b></p> <p><b>D1.</b> Conciencia Cognitiva  <b>D2.</b> Conciencia Afectiva  <b>D3.</b> Conciencia Activa  <b>D4.</b> Conciencia Conativa</p>	<p><b>TIPO:</b> Básica</p> <p><b>NIVEL:</b> Correlacional</p> <p><b>DISEÑO:</b> No Experimental</p> <p><b>ENFOQUE:</b> Cuantitativo</p> <p><b>POBLACIÓN:</b> 2324 habitantes entre hombres y mujeres, del Distrito de Ámbar.</p> <p><b>MUESTRA:</b> La muestra es por conveniencia será de 110 pobladores de edades a 18 a 69 años entre mujeres y varones</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionarios</p>

## RESULTADOS DE DATOS SPSS

ESTRATEGIA AUDIOVISUAL Y CONCIENCIA AMBIENTAL, .sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ITEM1	Numérico	1	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
2	ITEM2	Numérico	7	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
3	ITEM3	Numérico	8	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
4	ITEM4	Numérico	8	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
5	ITEM5	Numérico	8	0	¿En la radio de...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
6	ITEM6	Numérico	8	0	¿En la televisió...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
7	ITEM7	Numérico	8	0	¿Con frecuenci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
8	ITEM8	Numérico	8	0	¿Con frecuenci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
9	ITEM9	Numérico	8	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
10	ITEM10	Numérico	8	0	¿Con frecuenci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
11	ITEM11	Numérico	8	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
12	ITEM12	Numérico	8	0	¿En mi localida...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
13	ITEM13	Numérico	8	0	¿Con frecuenci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
14	ITEM14	Numérico	8	0	¿En las redes ...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
15	ITEM15	Numérico	8	0	¿Conozco plata...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
16	ITEM16	Numérico	8	0	¿Tiene en su c...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
17	ITEM17	Numérico	8	0	¿Comprendo q...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
18	ITEM18	Numérico	8	0	¿He recibido inf...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
19	ITEM19	Numérico	8	0	¿Considero que...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
20	ITEM20	Numérico	8	0	¿Tengo conoci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
21	ITEM21	Numérico	8	0	¿Considero que...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
22	ITEM22	Numérico	8	0	¿Considero que...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
23	ITEM23	Numérico	8	0	¿La agricultura ...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
24	ITEM24	Numérico	8	0	¿Con frecuenci...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	
1	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	A veces	Siempre	A veces							
2	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	A veces	Nunca														
3	Nunca	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca												
4	Nunca	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces	Nunca	A veces												
5	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca														
6	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca													
7	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	A veces														
8	A veces	A veces	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
9	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	Siempre	Siempre														
10	A veces	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
11	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca														
12	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca											
13	Nunca	Nunca	A veces	A veces	Siempre	A veces	Nunca	Nunca	A veces	A veces	Siempre	Siempre	A veces								
14	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca														
15	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca														
16	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces														
17	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca									
18	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	A veces									
19	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca									
20	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca									
21	Siempre	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca								
22	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca									



Visible: 52 de 52 variables

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	
91	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces	A veces	Nunca														
92	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
93	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
94	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
95	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
96	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	Nunca									
97	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
98	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
99	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	Nunca									
100	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
101	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
102	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
103	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
104	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
105	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
106	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
107	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
108	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
109	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
110	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca									
111																					
112																					

Vista de datos Vista de variables



Visible: 52 de 52 variables

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	
25	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre						
26	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces
27	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca							
28	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
29	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
30	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca							
31	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca							
32	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
33	A veces	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
34	Nunca	Nunca	A veces	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
35	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
36	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	A veces
37	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca							
38	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca
39	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca							
40	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca
41	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca							
42	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca							
43	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
44	Nunca	Nunca	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	A veces							
45	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	A veces							
46	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca							

Vista de datos Vista de variables

---

**Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez**  
**ASESOR**

---

**Dr. Henry William Marcelo Castillo**  
**PRESIDENTE**

---

**Dr. Abraham William García Chapoñan**  
**SECRETARIO**

---

**Dr. José Vicente Nunja García**  
**VOCAL**

---

**Dra. Jaqueline Victoria Aroni Mejía**  
**VOCAL**

