



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**  
Escuela de Posgrado

Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de ciencias de la comunicación,  
Huacho 2025

**Tesis**

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Ambientales

**Autor**

Miguel Angel Revilla Marreros

**Asesor**

Dr. Angel Pedro Campos Julca

  
**CAMPOS JULCA ANGEL PEDRO**  
ING. AGRÓNOMO  
Reg. Colegio de Ingenieros CIP N° 211557

Huacho – Perú

2026



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

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

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

## LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

*"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"*

ESCUELA DE POSGRADO

Doctorado en Ciencias Ambientales

### INFORMACIÓN DE METADATOS

| DATOS DEL AUTOR (ES):         |          |                       |
|-------------------------------|----------|-----------------------|
| NOMBRES Y APELLIDOS           | DNI      | FECHA DE SUSTENTACIÓN |
| Miguel Angel Revilla Marreros | 09741027 | 17-09-2026            |
|                               |          |                       |

| DATOS DEL ASESOR:            |          |                                                                                           |
|------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRES Y APELLIDOS          | DNI      | CÓDIGO ORCID                                                                              |
| Dr. Angel Pedro Campos Julca | 15733670 | <a href="https://orcid.org/0000-0002-1418-6104">https://orcid.org/0000-0002-1418-6104</a> |

| DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO: |          |                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRES Y APELLIDOS                                                      | DNI      | CÓDIGO ORCID                                                                              |
| Dr. Fredesvindo Fernandez Herrera                                        | 40588728 | <a href="https://orcid.org/0000-0003-2973-7973">https://orcid.org/0000-0003-2973-7973</a> |
| Dr. Pedro James Vasquez Medina                                           | 16562688 | <a href="https://orcid.org/0000-0001-6241-5525">https://orcid.org/0000-0001-6241-5525</a> |
| Dr. Roberto Hugo Tirado Malaver                                          | 44565193 | <a href="https://orcid.org/0000-0002-4615-5310">https://orcid.org/0000-0002-4615-5310</a> |
| Dr. Cesar Alexander Lopez Ramos                                          | 45265352 | <a href="https://orcid.org/0000-0002-8628-6702">https://orcid.org/0000-0002-8628-6702</a> |
|                                                                          |          |                                                                                           |

# MIGUEL ANGEL REVILLA MARREROS (2026-065262)

## COMUNICACIÓN Y CONCIENCIA AMBIENTAL EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, HUACH...

 DGI-POSGRADO 2026  
 Dirección de Gestión de la Investigación-VRI 2026  
 DIRECCION DE GESTION DE LA INVESTIGACION

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::1:3626481557

Fecha de entrega

12 ago 2026, 11:18 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

12 ago 2026, 11:23 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS\_DOCTORADO\_REVILLA\_2026.docx.pdf

Tamaño del archivo

4.0 MB

106 páginas

19.822 palabras

116.067 caracteres

## 20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

### Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

### Fuentes principales

17%  Fuentes de Internet

7%  Publicaciones

15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## **DEDICATORIA**

Agradezco infinitamente a Dios quien me brinda sabiduría día tras día para cumplir con lo propuesto en todas las áreas de mi vida.

*Miguel Angel Revilla Marreros*

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, quien es mi motor y motivo que me impulsa a ser mejor cada día.  
Gracias por ser parte de mí.

*Miguel Angel Revilla Marreros*

## ÍNDICE

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| <b>DEDICATORIA</b>                          | iv  |
| <b>AGRADECIMIENTO</b>                       | v   |
| <b>RESUMEN</b>                              | x   |
| <b>ABSTRACT</b>                             | xi  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>                         | xii |
| <b>CAPÍTULO I</b>                           | 15  |
| <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>           | 15  |
| 1.1 Descripción de la realidad problemática | 15  |
| 1.2 Formulación del problema                | 17  |
| 1.2.1 Problema general                      | 17  |
| 1.2.2 Problemas específicos                 | 17  |
| 1.3 Objetivos de la investigación           | 18  |
| 1.3.1 Objetivo general                      | 18  |
| 1.3.2 Objetivos específicos                 | 18  |
| 1.4 Justificación de la investigación       | 18  |
| 1.5 Delimitaciones del estudio              | 19  |
| 1.6 Viabilidad del estudio                  | 19  |
| <b>CAPÍTULO II</b>                          | 21  |
| <b>MARCO TEÓRICO</b>                        | 21  |
| 2.1 Antecedentes de la Investigación        | 21  |
| 2.1.1 Antecedentes Internacionales          | 21  |
| 2.1.2 Antecedentes Nacionales               | 25  |
| 2.2 Bases teóricas                          | 31  |
| 2.3 Bases Filosóficas                       | 31  |
| 2.4 Definición de términos básicos          | 44  |
| 2.5 Formulación de la Hipótesis             | 49  |
| 2.5.1 Hipótesis general                     | 49  |
| 2.5.2 Hipótesis específicas                 | 49  |
| 2.6 Operacionalización de la variable       | 50  |
| <b>CAPÍTULO III</b>                         | 51  |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>METODOLOGÍA</b>                                          | <b>51</b> |
| <b>3.1 Diseños metodológico</b>                             | <b>51</b> |
| <b>3.1.1 Tipo de investigación</b>                          | <b>51</b> |
| <b>3.1.2 Nivel de investigación</b>                         | <b>51</b> |
| <b>3.1.3 Diseño</b>                                         | <b>51</b> |
| <b>3.1.4 Enfoque</b>                                        | <b>52</b> |
| <b>3.2 Población y muestra</b>                              | <b>52</b> |
| <b>3.2.1. Población</b>                                     | <b>52</b> |
| <b>3.2.2. Muestra</b>                                       | <b>52</b> |
| <b>3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>  | <b>52</b> |
| <b>3.4 Técnicas para el procesamiento de la información</b> | <b>55</b> |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                                          | <b>56</b> |
| <b>RESULTADOS</b>                                           | <b>56</b> |
| <b>4.1 Análisis de resultados</b>                           | <b>56</b> |
| <b>4.2 Contrastación de hipótesis</b>                       | <b>63</b> |
| <b>CAPÍTULO V</b>                                           | <b>73</b> |
| <b>DISCUSIÓN</b>                                            | <b>73</b> |
| <b>5.1 Discusión de resultados</b>                          | <b>73</b> |
| <b>CAPÍTULO VI</b>                                          | <b>77</b> |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>                       | <b>77</b> |
| <b>6.1 Conclusiones</b>                                     | <b>77</b> |
| <b>6.2 Recomendaciones</b>                                  | <b>78</b> |
| <b>REFERENCIAS</b>                                          | <b>80</b> |
| <b>7.1 Fuentes Bibliográficas</b>                           | <b>80</b> |
| <b>7.2 Fuentes Documentales</b>                             | <b>80</b> |
| <b>7.3 Fuentes Hemerográficas</b>                           | <b>84</b> |
| <b>7.4 Fuentes Electrónicas</b>                             | <b>84</b> |
| <b>ANEXOS</b>                                               | <b>85</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1</b> Baremo para la variable comunicación ambiental                                                               | 40 |
| <b>Tabla 2</b> Baremo para las dimensiones Informativa y cognitiva, estratégica y de canales y persuasiva y sensibilizadora | 41 |
| <b>Tabla 3</b> Baremo para la variable conciencia ambiental                                                                 | 41 |
| <b>Tabla 4</b> Baremo para las dimensiones cognitiva y conativa                                                             | 41 |
| <b>Tabla 5</b> Baremo para las dimensiones afectiva y activa                                                                | 42 |
| <b>Tabla 6</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión informativa y cognitiva                                  | 43 |
| <b>Tabla 7</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión estratégica y de canales                                 | 43 |
| <b>Tabla 8</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión persuasiva y sensibilizadora                             | 44 |
| <b>Tabla 9</b> Nivel de distribución de la muestra de la variable comunicación ambiental                                    | 45 |
| <b>Tabla 10</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión cognitiva                                               | 46 |
| <b>Tabla 11</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión afectiva                                                | 46 |
| <b>Tabla 12</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión conativa                                                | 47 |
| <b>Tabla 13</b> Nivel de distribución de la muestra de la dimensión activa                                                  | 48 |
| <b>Tabla 14</b> Nivel de distribución de la muestra de la variable conciencia ambiental                                     | 48 |
| <b>Tabla 15</b> Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión cognitiva.                      | 50 |
| <b>Tabla 16</b> Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión cognitiva.            | 51 |
| <b>Tabla 17</b> Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión afectiva.                       | 52 |
| <b>Tabla 18</b> Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión afectiva.             | 53 |
| <b>Tabla 19</b> Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión conativa.                       | 54 |
| <b>Tabla 20</b> Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión conativa.             | 55 |
| <b>Tabla 21</b> Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión activa.                         | 56 |

|                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 22</b> Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión activa.              | 56 |
| <b>Tabla 23</b> Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la variable conciencia ambiental.           | 58 |
| <b>Tabla 24</b> Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la variable conciencia ambiental. | 58 |

## RESUMEN

En la investigación realizada se tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la comunicación ambiental y la conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población es de 178 alumnos universitarios, participaron a través de la aplicación de dos cuestionarios estructurados con escala de Likert de cinco niveles, orientados a evaluar la comunicación ambiental y la conciencia ambiental en sus dimensiones cognitiva, afectiva, conativa y activa. Los instrumentos fueron evaluados por juicio de expertos determinando la validez y posteriormente procesados mediante el programa estadístico SPSS. Para el análisis inferencial se utilizó la prueba de correlación de Rho de Spearman, por la naturaleza de los datos obtenidos. Los resultados evidenciaron correlación positiva alta en la comunicación ambiental y la conciencia ambiental ( $Rho = 0,852$ ;  $p = 0,000$ ), demostrando mayor presencia de procesos comunicativos ambientales que se asocia con niveles más elevados de conciencia ambiental en los estudiantes evaluados. Asimismo, se identificaron relaciones significativas entre la comunicación ambiental y las dimensiones cognitiva, afectiva, conativa y activa en la conciencia ambiental. Se concluyó que la comunicación ambiental constituye un elemento relevante para fortalecer las actitudes, conocimientos y comportamientos orientados a la conservación del ambiente en el contexto universitario.

**Palabras clave:** comunicación ambiental, conciencia ambiental, estudiantes universitarios, dimensión cognitiva, educación ambiental.

## ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between environmental communication and environmental awareness among Communication Sciences students in Huacho, Peru, in 2025. The study employed a quantitative, basic, correlational, and non-experimental cross-sectional design. The population consisted of 178 university students who participated by completing two structured questionnaires with a five-point Likert scale. These questionnaires assessed environmental communication and environmental awareness in their cognitive, affective, conative, and active dimensions. The instruments underwent expert review to determine their content validity and were subsequently processed using the SPSS statistical software. Spearman's rho correlation test was used for inferential analysis due to the nature of the data obtained. The results showed a strong positive correlation between environmental communication and environmental awareness ( $Rho = 0.852$ ;  $p = 0.000$ ), demonstrating that a greater presence of environmental communication processes is associated with higher levels of environmental awareness among the students evaluated. Furthermore, significant relationships were identified between environmental communication and the cognitive, affective, conative, and active dimensions of environmental awareness. It was concluded that environmental communication is a relevant element for strengthening the development of attitudes, knowledge, and behaviors oriented toward environmental stewardship within the university context.

**Keywords:** Environmental communication, environmental awareness, university students, cognitive dimension, environmental education.

## INTRODUCCIÓN

En el tiempo en el que vivimos, los problemas ambientales han llegado a adquirir una gran relevancia, esto debido al creciente y progresivo deterioro de los ecosistemas, el incremento de la contaminación y las alteraciones generadas por las actividades humanas sobre el ambiente. Frente a este escenario, diferentes organismos internacionales, instituciones educativas y sectores sociales han resaltado el fortalecimiento de la conciencia ambiental en la población, especialmente en jóvenes universitarios, quienes representan un grupo estratégico en construcción de sociedades sostenibles. En el entorno, la comunicación ambiental emerge como elemento fundamental, ya que permite difundir información, sensibilizar a la ciudadanía y promover actitudes responsables.

La comunicación ambiental comprende procesos educativos, participativos y reflexivos que tienen la capacidad de influir en la percepción y comportamiento de las personas frente a los problemas ecológicos. Diversos autores sostienen que una adecuada comunicación favorece la formación de conocimientos ambientales, además fortalece valores ecológicos y estimula conductas orientadas al cuidado de los recursos naturales. Desde esta perspectiva, el papel de los estudiantes universitarios de Ciencias de la Comunicación adquiere especial importancia, ya que, debido a que su futura labor profesional siempre estará vinculada con la generación y difusión de contenidos capaces de impactar en la opinión pública y construir culturas ambientalmente responsables.

A pesar de que en la actualidad existe un creciente acceso a información ambiental mediante medios digitales, redes sociales y campañas institucionales, sin

embargo, aún persisten conductas que reflejan una escasa participación ambiental, una limitada sensibilidad ecológica y una reducida disposición para adoptar prácticas sostenibles. Esta situación pone en evidencia que la disponibilidad de información no siempre garantiza el desarrollo de una verdadera conciencia ambiental, lo que ocasiona que exista la necesidad de analizar cómo los procesos comunicativos pueden relacionarse con las dimensiones cognitivas, afectivas, conativas y activas de conciencia en los estudiantes universitarios.

En el ámbito académico, diferentes investigaciones han señalado que la comunicación ambiental puede contribuir a fortalecer la conciencia ambiental, aunque en los niveles de relación pueden llegar a variar según el contexto social, educativo y cultural de la población. No obstante, en la ciudad de Huacho aún existe limitada evidencia científica que analice esta relación específicamente en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, es por ello que surge la necesidad de desarrollar estudios que permitan comprender cómo las estrategias comunicativas se vinculan con la formación de actitudes y comportamientos ambientales responsables dentro del entorno.

Dentro de este escenario, resulta necesario conocer cómo la comunicación ambiental se relaciona con la manera en que los estudiantes comprenden los problemas del entorno, expresan preocupación y muestran disposición para participar en su cuidado del medio ambiente. Esta cuestión adquiere un significado particular en la formación de futuros comunicadores, debido a que su desempeño profesional estará vinculado con la producción y difusión de mensajes que tengan la capacidad de influir en la percepción pública de los asuntos ambientales. A partir de esta preocupación, la investigación examinó la relación entre la comunicación ambiental y la conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho, considerando que esta última se manifiesta mediante el conocimiento, la sensibilidad, la intención de

actuar y las prácticas desarrolladas frente al ambiente.

En el ámbito universitario, formar conciencia ambiental exige algo más que transmitir información sobre contaminación, cambio climático o conservación. Sino que supone generar mensajes en las personas que despierten su interés, favorezcan la reflexión y los acerquen a formas concretas de participación frente a los problemas de su entorno. Bajo esta mirada, el estudio ofrece elementos para reconocer cómo la comunicación puede acompañar ese proceso formativo y servir de base para el diseño de iniciativas educativas y comunicacionales más adecuadas a la realidad estudiantil. Su utilidad se proyecta, además, hacia la construcción de una cultura universitaria donde el cuidado ambiental deje de aparecer como un discurso ocasional y empiece a incorporarse en las decisiones de gestión, prácticas académicas y espacios de participación de la comunidad académica.

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Los problemas ambientales forman parte de una realidad cada vez más palpable, pero su presencia cotidiana no significa que sean comprendidos en toda su complejidad. El cambio climático, la contaminación y la pérdida de biodiversidad suelen reconocerse como las amenazas graves que afectan el ecosistema, pero, aun así, persisten dificultades para relacionarlos con las malas decisiones, hábitos y actividades humanas que contribuyen a su deterioro. Esta distancia entre el reconocer el problema y comprender sus causas nos llega a mostrar que prácticas poco sostenibles continúan reproduciéndose en distintos espacios sociales. Dentro de esta realidad, la comunicación ambiental adquiere especial importancia, ya que puede ayudar a seleccionar la información correcta y no fragmentada y de esta forma acercar a la población a una lectura más crítica de la relación entre sociedad y la naturaleza (Caride & Meira, 2001; Trelles Rodríguez, 2006).

En este escenario, la comunicación ambiental se configura como un elemento clave para la construcción de significados, conocimientos y valores relacionados con el cuidado del entorno. Sin embargo, el simple hecho de la presencia de información ambiental en distintos espacios sociales no garantiza necesariamente su apreciación crítica. Como advirtieron Caride y Meira (2001), los cuales mencionan que cuando la comunicación se reduce a la difusión de contenidos sin promover procesos de alfabetización ecológica, el conocimiento ambiental tiende a ser superficial, dificultando la comprensión de las causas en la problemática ambiental limitando así el desarrollo de

una conciencia ambiental sólida.

El ámbito universitario constituye un espacio estratégico para analizar esta problemática, especialmente en las carreras vinculadas a la comunicación. En el caso de estudiantes de Ciencias de la Comunicación, estos se encuentran expuestos de manera constante a mensajes ambientales provenientes de medios digitales, redes sociales y discursos institucionales. Sin embargo, dicha exposición no siempre se traduce en una comprensión profunda de problemas ambientales ni en la capacidad de analizar críticamente la información recibida, lo que genera interrogantes sobre la eficacia de los procesos comunicativos desarrollados en el contexto formativo universitario (Gomera, Villamandos & Vaquero, 2012).

Asimismo, la comunicación ambiental no solo involucra procesos de comprensión racional, sino también la capacidad de generar vínculos emocionales con el entorno natural. Kaplún (1998) señaló que los mensajes contruidos desde una lógica directa presentan limitaciones para generar identificación y sensibilidad, debido a que la persuasión requiere de diálogo y reconocimiento del contexto. En este sentido, la escasa conexión emocional entre los mensajes ambientales y los estudiantes restringe el desarrollo de actitudes favorables para el cuidado del medio ambiente, así exista información disponible.

Por otra parte, la disposición a involucrarse en acciones orientadas a la protección del entorno no depende exclusivamente del nivel de conocimiento alcanzado. Gomera et al. (2012) sostuvieron que la intención de actuar se encontró mediada por factores como la percepción de responsabilidad, la importancia de la problemática, sus creencias, la eficacia de acciones individuales y colectivas. Cuando la comunicación ambiental no refuerza estos elementos, puede mantenerse una distancia muy amplia entre el discurso ambiental y la voluntad de asumir compromisos concretos frente a los

problemas ambientales.

Desde una perspectiva comunicacional más amplia, los procesos de jerarquización de la información también influyeron en la atención que los estudiantes prestan a la problemática ambiental. McCombs (2006) explicó que los medios y las instituciones contribuyeron a definir qué temas son percibidos como prioritarios. En el contexto universitario, una comunicación ambiental fragmentada o con escasa visibilidad puede limitar el interés de los estudiantes, afectando la interiorización de los mensajes ambientales y su traducción en prácticas sostenibles.

Finalmente, la brecha entre el conocimiento, la sensibilización y la acción se hace evidente en la adopción de comportamientos cotidianos relacionados con la sostenibilidad. Trelles Rodríguez (2006) advirtió que la comunicación ambiental debe orientarse a la movilización social y a la construcción de una ética ambiental, especialmente en espacios formativos donde se configuraron futuros profesionales con capacidad de persistir. En este marco, resultó pertinente analizar de manera sistemática la relación existente entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025, con el propósito de comprender cómo los procesos se articularon en un contexto educativo específico.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación que existe entre la Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?

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

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación existente entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar cuál es la relación que existe entre comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Determinar cuál es la relación que existe entre comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Determinar cuál es la relación que existe entre comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Determinar cuál es la relación que existe entre comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

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

En un contexto contemporáneo, la comunicación ambiental adquirió una importancia significativa debido a su influencia en la formación de conocimientos, actitudes y comportamientos vinculados en el cuidado del medio ambiente. Frente al cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación, resultó indispensable analizar la manera en que estos temas fueron comunicados dentro de los espacios

educativos, especialmente en el ámbito universitario. En este escenario, la comunicación ambiental se configura como un componente importante para favorecer la comprensión crítica de la crisis socioambiental y fortalecer la conciencia ambiental en los estudiantes, quienes no solo reciben información ambiental, sino que también la tienen interpretar, reproducirla e incluirla dentro de su entorno social.

De igual manera, la comunicación ambiental está promoviendo procesos de sensibilización y persuasión capaces de articular el conocimiento con las emociones, los valores y la disposición de las personas para actuar frente a los problemas ambientales. Esta capacidad ha adquirido especial relevancia en contextos donde existe una marcada brecha entre la disponibilidad de información y la adopción de prácticas sostenibles, debido a que el distanciamiento emocional y simbólico frente a la problemática ambiental tiende a dificultar la empatía y las conductas proambientales. En este sentido, analizar la relación de comunicación ambiental y el nivel de conciencia ambiental permitió comprender de qué manera se construyeron narrativas más efectivas, identificar los elementos comunicativos con mayor capacidad de movilización en los estudiantes y generar aportes orientados al fortalecimiento de estrategias educativas, institucionales y sociales vinculadas con la sostenibilidad ambiental.

### **1.5 Delimitaciones del estudio**

La investigación se desarrolló en la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, estudiantes del I al X ciclo de la carrera en mención en el año 2025-II.

### **1.6 Viabilidad del estudio**

La investigación fue viable al contar con la estructura metodológica para poder llevar a cabo la operación de ambas variables, así mismo se contó con presupuesto para poder llevar a cabo todo el procedimiento requerido para la evaluación de dicha

investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

##### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Rojas et al. (2025) señala que el propósito fue analizar los desafíos asociados a la comunicación ambiental, identificando aquellos factores que contribuyen al fortalecimiento de cultura ecológica y democratización de la información vinculada con el medio ambiente. Para ello, desarrolló una metodología de enfoque mixto estructurada en dos etapas: una primera orientada a la revisión teórico-conceptual y una segunda correspondiente al trabajo de campo. Asimismo, se aplicó la técnica de encuesta a docentes, estudiantes, profesionales, personal administrativo y directivos. Los resultados evidenciaron que 57,1% de participantes otorgó alto nivel de importancia a promover actividades de educación, participación, sensibilización frente al cambio climático. Asimismo, se concluye que disminuir la distorsión de la información requiere difundir contenidos precisos mediante mensajes capaces de promover cambios en el comportamiento de la población. En el entorno la comunicación ambiental asume un papel estratégico como vínculo impulsor del cambio cultural relacionado con el clima, favoreciendo, por medio de la educación ambiental, el que se adopten conductas ecológicas. En consecuencia, se resalta la necesidad de fortalecer tanto la comunicación como las actitudes educativas orientadas a la protección del medio ambiente, contando el compromiso articulado del gobierno, promoviendo acciones eco amigables en beneficio de la sociedad. Esto resulta valioso para la presente investigación ya que permite comprender que la comunicación ambiental no depende únicamente de la cantidad de información a difundir, sino también de la forma en que dicha información

es construida, validada y acercada a los distintos públicos. El estudio muestra que una comunicación más clara, participativa y orientada a la sensibilización tendría mayores posibilidades de fortalecer la cultura ecológica y generar una respuesta más comprometida frente al cambio climático. Este aporte guarda relación directa con la investigación desarrollada en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, debido a que ellos no solo reciben mensajes ambientales, sino que también se forman para producirlos y difundirlos en distintos espacios sociales. Además, este antecedente ayuda a sostener la premisa que la conciencia ambiental puede verse favorecida cuando existe una articulación entre educación, participación y estrategias comunicativas, lo que permite realizar un análisis con mayor fundamento de la relación de comunicación ambiental y las dimensiones cognitivas, afectivas, conativas y activas consideradas en el estudio.

Viñan et al. (2024) Mencionan que el incremento de la contaminación ambiental, el cambio climático y las demás alteraciones provocadas por las actividades humanas ponen en evidencia la necesidad de reconocer los factores que favorecen una convivencia equilibrada con el entorno natural. Estos hallazgos permitieron identificar que los ejes fundamentales para una adecuada gestión ambiental están vinculados con la comunicación del cuidado del ambiente, el compromiso del personal con la organización, la actuación ética, la participación comunitaria, el aprovechamiento eficiente de los recursos y la innovación. Finalmente concluye que los lineamientos poseen una elevada relevancia para orientar una gestión responsable con la comunidad y el medioambiente, además aportan una perspectiva de alcance universal para llegar a comprender la relación entre la sociedad y el planeta. El aporte de este autor nos permite observar que la comunicación ambiental adquiere mayor sentido cuando forma parte de una gestión coherente y no se reduce a la difusión aislada de mensajes. La actuación

ética, la participación con la comunidad, el uso responsable de los recursos y el compromiso institucional tienen un vínculo muy fuerte entre sí, de modo que la comunicación funciona como un componente que articula esas prácticas y les otorga visibilidad social. Esta mirada resulta pertinente para la presente investigación, porque ayuda a comprender que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación no sólo necesitan conocer los problemas ambientales, sino también reconocer cómo se construyen y transmiten estos discursos ya que tiene la capacidad de influir en la relación entre la sociedad y su entorno. A partir de este antecedente, la comunicación ambiental puede entenderse como un proceso que acompaña la formación de criterios, actitudes y decisiones frente al ambiente, especialmente cuando existe evidencia que lo que comunica la institución lo lleva a poner en práctica.

Aparicio (2023) Menciona que su estudio presenta una visión general del desarrollo de la comunicación ambiental en México con el propósito de definir la posible configuración adecuada de la aplicación de esta disciplina. Para ello, se analizaron 34 artículos científicos, considerando enfoques predominantes de las prácticas profesionales y trabajos de investigación, así como teorías que dan origen, objetivos planteados y características metodológicas de estos estudios revisados. Se pudo evidenciar que la comunicación ambiental aún presenta un desarrollo limitado en fundamentos teóricos y metodológicos propios, sustentándose principalmente en los aportes provenientes de investigadores del ámbito de la comunicación y de las ciencias naturales. Aquí predominan las investigaciones orientadas al tratamiento mediático de asuntos ambientales y de trabajos desarrollados desde otras disciplinas, los cuales reconocen la importancia de incorporar la comunicación para comprender diversas perspectivas y problemáticas socioambientales. Finalmente, se señala que la reducida reflexión existente sobre paradigmas del ambientalismo contemporáneo y el papel que

desempeña la comunicación frente a los desafíos socioambientales, restringe la generación de investigaciones ajustadas a las necesidades del contexto nacional. Este trabajo permite advertir que la comunicación ambiental todavía se encuentra en proceso de consolidación como campo de estudio, esto debido a la falta de bases teóricas y metodológicas suficientemente propias. Esta observación resulta relevante para la presente investigación, porque evidencia que aún existe la necesidad de producir estudios situados en contextos específicos y con poblaciones claramente definidas. En nuestro caso el analizar la relación comunicación ambiental y conciencia ambiental contribuye precisamente a cubrir parte de este vacío, ya que traslada la discusión desde una revisión general hacia una realidad concreta. Además, el antecedente ayuda a reconocer que la comunicación no debe abordarse únicamente desde el tratamiento mediático de los problemas ambientales, sino también desde su capacidad para intervenir en la comprensión, valoración y respuesta de las personas a dichos problemas. De esta manera, la investigación adquiere relevancia al incorporar una mirada aplicada sobre cómo los procesos comunicativos se vinculan con las dimensiones de la conciencia ambiental.

Iqbal et al. (2023) El estudio tuvo como finalidad analizar la influencia ejercida por medios de comunicación al fortalecimiento de la conciencia ambiental de estudiantes universitarios. Para ello, se seleccionaron aleatoriamente cinco universidades ubicadas en el distrito de Faisalabad y, posteriormente, se escogieron al azar 50 estudiantes de cada institución participante. La información recopilada fue procesada por el programa estadístico SPSS versión 21.0. Entre los principales resultados se identificó que existe un predominio de participantes del sexo femenino, quienes representaron el 68,8% de la muestra. Asimismo, el 77,2% de los encuestados manifestaron utilizar de manera conjunta computadoras y teléfonos móviles para

acceder a las redes sociales, mientras que el 21,2% indicó emplear únicamente dispositivos móviles y apenas el 1,6% señaló que utiliza exclusivamente computadoras con ese propósito. Respecto al papel de los medios de comunicación, el 45,6% reconoció que estos contribuyen con mucha frecuencia a promover la conciencia ambiental. De igual forma, aunque solo el 33,2% afirmó comentar las publicaciones que encuentran relacionadas con esta temática en las redes sociales, una proporción considerable de los participantes (59,6%) consideró que dichas plataformas llegan a favorecer el desarrollo de la conciencia ambiental. Finalmente, el 65,2% expresó su conformidad con la incorporación de estrategias orientadas a fortalecer la conciencia ambiental en los planes de estudio en las instituciones educativas. Los hallazgos permiten observar que los medios de comunicación y, en particular, las redes sociales ocupan un lugar importante en la forma en que los universitarios acceden a contenidos ambientales y construyen una percepción sobre estos temas. Sin embargo, el hecho de que una proporción menor participe activamente mediante comentarios o interacciones muestra que recibir información no equivale necesariamente a involucrarse con ella. Esta diferencia resulta útil para la presente investigación, porque ayuda a entender que la comunicación ambiental puede incidir en la conciencia de los estudiantes, aunque su efecto dependerá también de la manera en que los mensajes despierten interés, generen reflexión y logren trasladarse hacia una disposición más activa. En estudiantes de Ciencias de la Comunicación, este aspecto cobra especial relevancia, ya que su formación profesional los ubica tanto como receptores como futuros productores de contenidos. El antecedente también respalda la necesidad de incorporar estrategias ambientales dentro de la formación universitaria, de modo que el uso de medios digitales no quede limitado a la difusión, sino que favorezca procesos más sostenidos de comprensión, sensibilización y participación.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

García (2024) La investigación desarrollada por el autor tuvo como propósito determinar la importancia de medios audiovisuales en la educación ambiental. El estudio comprendió una población de 80 estudiantes pertenecientes a la sección “B”, de la cual se seleccionó una muestra conformada por 40 participantes. Metodológicamente, se llevó a cabo bajo un enfoque no experimental, utilizando una metodología evaluativa y un diseño observacional de carácter descriptivo. A través del procesamiento y el análisis de la información obtenida, se concluyó que los recursos audiovisuales constituyen herramientas de gran utilidad para fortalecer las experiencias de aprendizaje en las instituciones educativas de la región. Asimismo, se resalta que estos medios favorecen la formación de nuevos valores, los cuales están orientados al cuidado de la naturaleza y del medio ambiente, debido a que los contenidos difundidos mediante este tipo de recursos despiertan un elevado interés entre los estudiantes. Este estudio nos demuestra que los recursos audiovisuales pueden desempeñar un papel importante en la educación ambiental cuando logran captar el interés de estudiantes facilitando la comprensión de contenidos. Su aporte a la presente investigación está relacionado con la capacidad que tienen estos medios para convertir la información ambiental teórica en mensajes más cercanos y comprensibles, siendo este aspecto el que más relevancia cobra en una población vinculada con las Ciencias de la Comunicación. No se trata únicamente de presentar imágenes o videos, sino de aprovechar las posibilidades narrativas para despertar sensibilidad y reforzar valores asociados con el cuidado de la naturaleza. Desde esta mirada, el antecedente ayuda a sostener que la comunicación ambiental puede fortalecerse por medio de formatos audiovisuales capaces de generar una experiencia de aprendizaje más significativa. También permite considerar que, cuando los mensajes despiertan interés y se relacionan con situaciones reconocibles para

los estudiantes, existe una mayor posibilidad de que influyan en sus conocimientos y actitudes frente al ambiente.

Uribe (2023) La población integrada por 90 alumnos de primer año de educación secundaria de ambos sexos, seleccionándose una muestra de 30 estudiantes pertenecientes a la sección “A” del turno diurno. Para el procesamiento de la información se utilizó el software SPSS junto con hojas de cálculo de Excel. Los resultados evidenciaron que los recursos audiovisuales constituyen una alternativa eficaz para potenciar los aprendizajes. En relación con las dimensiones cognitiva y afectiva, el 83,3% de los participantes indicó que ninguna asignatura desarrolla específicamente contenidos vinculados con la temática ambiental; no obstante, el 100% expresó interés en involucrarse en actividades relacionadas con el medio ambiente, profundizar estos contenidos e incorporar materiales audiovisuales para la enseñanza. Del mismo modo, la totalidad de estudiantes manifestó interés por fortalecer su vínculo con la naturaleza, consideró inaceptable arrojar residuos al ambiente y expresó disposición para recibir mayor información mediante recursos audiovisuales, mientras que el 90% mostró preocupación por el deterioro ambiental. Respecto a las dimensiones conativa y activa, el 60% señaló mantener una actitud favorable hacia el trabajo colaborativo, el 70% manifestó interés en integrarse a un club ambiental, el 73,3% indicó disfrutar de documentales sobre la naturaleza y el 86,7% expresó agrado por debatir temas ambientales. Asimismo, el 73,3% reconoce sentirse responsable frente al daño ocasionado al medio ambiente, el 63,3% considera que su institución educativa debería reforzar la enseñanza de contenidos ambientales, el 46,7% afirma que reutilizar materiales reciclables es adecuado y el 100% señaló que utilizar agua de manera responsable y depositar los residuos en los lugares destinados para su es lo ideal para su recolección. Los resultados presentados permiten reconocer una situación importante, la

cual se entiende que aun cuando la formación ambiental no aparece desarrollada de manera suficiente dentro de las asignaturas, los estudiantes llegan a mostrar interés, preocupación y disposición para participar en actividades vinculadas con el cuidado de su entorno. Esta diferencia entre una enseñanza limitada y una respuesta estudiantil favorable ayuda a comprender que los recursos audiovisuales pueden funcionar como un punto de entrada para acercar la temática ambiental de una forma más atractiva y comprensible. Para la presente investigación, el antecedente resulta pertinente porque relaciona medios de comunicación con las dimensiones cognitivas, afectivas, conativas y activas de la conciencia ambiental, las mismas que forman parte del estudio realizado en estudiantes de Ciencias de la Comunicación. También permite observar cómo el acceso a contenidos ambientales puede estimular el interés y la sensibilidad, aunque la participación efectiva y la adopción constante de prácticas responsables no siempre alcanzan el mismo nivel. Esta brecha refuerza la necesidad de analizar cómo la comunicación ambiental puede avanzar desde la información y la motivación inicial hacia una implicación más sostenida de los estudiantes en acciones concretas.

Cahuaza (2022) En su investigación, tuvo como propósito establecer la relación del uso de los medios audiovisuales y la conciencia ambiental en niños de educación preescolar. Los resultados mostraron que se llegó a identificar una correlación significativa de nivel alto en los medios audiovisuales y la dimensión afectiva, situación que relaciona la facilidad de los niños para expresar emociones y mostrar interés por el cuidado del medio ambiente. Asimismo, la relación con dimensión conativa de nivel bajo, reflejando una escasa construcción de actitudes orientadas a la conservación ambiental. Finalmente, se determinó una correlación moderada en medios audiovisuales y la dimensión activa, evidenciándose que niños aún presentan limitaciones para formular juicios y participar activamente en acciones dirigidas a la protección de su

entorno. El antecedente permite advertir que los medios audiovisuales no influyen del mismo modo en las dimensiones de la conciencia ambiental. Mientras la relación más marcada en el componente afectivo, los resultados fueron menores en los aspectos cognitivo y conativo, lo que sugiere que despertar interés o emoción frente al ambiente no garantiza, por sí solo, una comprensión sólida ni una disposición firme para actuar. Este aporte resulta útil para la presente investigación porque ayuda a examinar la comunicación ambiental como un proceso con efectos diferenciados sobre el conocimiento, la sensibilidad, la intención y la conducta. En el caso de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, esta distinción cobra especial importancia, ya que la eficacia de un mensaje no debería medirse únicamente por su capacidad para llamar la atención, sino también por el nivel de reflexión y respuesta que logra generar. Así, el estudio respalda la necesidad de analizar cada dimensión de la conciencia ambiental por separado, evitando asumir que una estrategia comunicativa produce automáticamente resultados homogéneos en todos sus componentes.

Paredes (2022) En el distrito de Ámbar se desarrolló el estudio con habitantes y tuvo como finalidad establecer la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental durante el año 2021. Para obtener la información se utilizaron dos cuestionarios de 16 preguntas cada uno: el primero destinado a medir la estrategia de comunicación audiovisual y el segundo orientado a evaluar la conciencia ambiental. Ambos instrumentos fueron sometidos a procesos de validación y confiabilidad con la participación de tres especialistas. Aplicando el coeficiente Rho de Spearman se obtuvo nivel de significancia de  $p = 0,002$ , valor inferior a 0,05, asimismo, el coeficiente alcanzó un valor de 0,779, lo que evidencia una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los habitantes del distrito de Ámbar en 2021. El estudio nos

ofrece un respaldo directo para la presente investigación, debido a que demuestra que una estrategia de comunicación audiovisual bien orientada puede relacionarse de manera importante con nivel de conciencia ambiental de la población. El coeficiente obtenido, además de ser alto, confirma que la comunicación no debe entenderse solo como un medio para transmitir contenidos, sino como un proceso capaz de influir en la forma en que las personas comprenden, valoran y responden ante los problemas ambientales. Este antecedente resulta especialmente útil porque comparte con el estudio actual un enfoque cuantitativo, alcance correlacional y diseño no experimental de corte transversal, lo que facilita establecer una comparación metodológica entre ambos trabajos. Esto también permite sostener que los recursos audiovisuales pueden lograr adquirir mayor eficacia cuando los mensajes responden al contexto del público y estructuran el mensaje mediante formatos cercanos a su experiencia cotidiana. Esto se aplica en el caso de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, siendo este aporte el que cobra mayor relevancia, pues ellos no solo reciben este tipo de mensajes, sino que también se preparan para diseñarlos y difundirlos en distintos espacios sociales.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Variable 01: Comunicación ambiental**

#### **Definición:**

Comunicación ambiental se concibe como el proceso educativo y social orientado a la construcción de conocimiento crítico sobre la problemática ambiental, superando la simple difusión de información. Desde esta perspectiva, comunicar sobre el ambiente implica generar condiciones para que los individuos comprendan la complejidad de la crisis socioambiental y sus interrelaciones con el desarrollo humano. Caride y Meira (2001) sostienen que la comunicación ambiental debe entenderse como el proceso de alfabetización ecológica, mediante el cual las personas adquieren

herramientas cognitivas para interpretar la realidad ambiental de manera reflexiva, contextualizada y ética.

Asimismo, la comunicación ambiental se entiende como la toma de decisiones estratégicas respecto a los mensajes, los canales y las narrativas empleadas para llegar a posicionar los temas ambientales en la agenda educativa. McCombs (2006) explica que los procesos comunicativos llegan a influir en la percepción y relevancia de los asuntos sociales, lo que permite comprender cómo las instituciones educativas y los medios locales jerarquizan los temas ambientales. Es por ello que, en este sentido, Castillo-Esparcia (2015) señala que la comunicación institucional debe integrar el eje ambiental como un valor estratégico y transversal, empleando canales y lenguajes adecuados al perfil del público para de esta forma garantizar coherencia, continuidad y visibilidad del mensaje ambiental.

Finalmente, la comunicación ambiental adquiere un carácter persuasivo y sensibilizador cuando este logra conectar el conocimiento con las emociones, los valores y la disposición de cada persona, el actuar de los sujetos. Kaplún (1998) plantea que una comunicación transformadora debe estar basada en la escucha y la participación, de modo que el mensaje no sea un monólogo informativo, sino un proceso de construcción compartida de sentido. En esta línea, Gomera, Villamandos y Vaquero (2012) y Trelles Rodríguez (2006) coinciden en que la comunicación ambiental debe orientarse hacia la movilización social y la construcción de una ética ambiental, especialmente en el ámbito universitario, donde se forman futuros comunicadores con capacidad de incidencia social.

### **Dimensiones:**

#### **Dimensión Informativa y Cognitiva**

La dimensión informativa y cognitiva de la comunicación ambiental tiene un

vínculo directo con la calidad del conocimiento que reciben los estudiantes y con la capacidad para comprender, interpretar y analizar críticamente los mensajes relacionados con el medio ambiente. Tomando esta perspectiva, la comunicación ambiental no se reduce a la difusión de información, sino que constituye todo un proceso formativo orientado a desarrollar una alfabetización ecológica que permitirá entender la complejidad de la crisis socioambiental contemporánea y sus implicancias en la vida social.

Caride y Meira (2001) sostienen que la comunicación ambiental debe ser concebida como un proceso de alfabetización ecológica, mediante el cual los estudiantes adquieren herramientas teóricas para interpretar la realidad ambiental desde una mirada crítica. Para estos autores, comunicar implica generar condiciones para la construcción de conocimientos significativos, superando enfoques netamente informativos y promoviendo la comprensión de las relaciones entre ambiente, sociedad y desarrollo humano.

En el ámbito de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, esta dimensión se fortalece ya que incorpora la competencia mediática como parte del proceso cognitivo. Pérez y Delgado (2012) destacan que es importante que los estudiantes desarrollen la capacidad de evaluar la veracidad de las fuentes de información, logrando así diferenciar información científica de contenidos desinformativos y reconocer fenómenos como las fake news ambientales. Asimismo, Díaz (2021) enfatiza que el acceso a toda información ambiental es un derecho humano fundamental, que está sustentado en el Principio 10 de la Declaración de Río, lo que refuerza la necesidad de garantizar una información ambiental clara, accesible y confiable como base del conocimiento ambiental.

En síntesis, esta dimensión comprende todo el proceso mediante el cual los

estudiantes reciben, seleccionan, organizan y comprenden los contenidos impartidos sobre el medio ambiente. Su desarrollo no depende solo de la cantidad de información disponible, sino de la capacidad para interpretarla, contrastarla o relacionarla con situaciones concretas. Es por ello que el conocer un problema ambiental implica algo más que solo memorizar conceptos, ya que también requiere identificar sus causas, reconocer a los actores involucrados, así como también comprender las consecuencias que puede generar en la sociedad y los ecosistemas.

Desde esta perspectiva, el estudiante llega a fortalecer esta dimensión cuando logra explicar un fenómeno ambiental con argumentos propios y no se limita a repetir lo que escucha en clases, redes sociales o medios de comunicación. Por ejemplo, ante la contaminación de una zona costera como una playa, no bastaría con tan solo señalar la presencia de residuos. Sería necesario comprender que esta situación puede estar asociada a múltiples situaciones como hábitos inadecuados de la población, deficiencias en la gestión de residuos, actividades comerciales cercanas o escasa fiscalización. Esta capacidad para relacionar diferentes factores o situaciones permite construir una visión completa del problema y nos permite evitar interpretaciones muy reducidas.

Aquí también se incluye la habilidad para diferenciar contenidos confiables de aquellos que presentan errores, exageraciones o afirmaciones sin respaldo científico. En la actualidad, gran parte de la información ambiental circula mediante publicaciones digitales, videos breves y noticias compartidas sin una revisión previa. Frente a ello, los estudiantes necesitan examinar la procedencia de los datos, y para ello requieren verificar si existen evidencias y comparar distintas fuentes antes de que consideren una información como verdadera. De esta manera, pueden evitar la reproducción de mensajes confusos o engañosos y construir opiniones que tengan un fundamento académico real.

En los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, este componente adquiere una particular importancia, ya que debido a que su formación los prepara para producir y difundir mensajes dirigidos a diferentes públicos. Es por ello que no solo deben comprender los asuntos ambientales, sino también aprender a comunicarlos con claridad, responsabilidad y precisión. En conjunto, esta dimensión contribuye a que los estudiantes transformen la información que reciben en conocimientos útiles para que puedan interpretar la realidad, formar opiniones sustentadas y comunicar las situaciones ambientales con mayor responsabilidad. De este modo, ellos dejarían de actuar como receptores pasivos de mensajes y desarrollarían una participación más reflexiva frente a los problemas que afectan al medio ambiente.

### **Dimensión Estratégica y de Canales**

La dimensión estratégica y de canales de la comunicación ambiental se enfoca en la forma en que los mensajes ambientales son planificados, jerarquizados y difundidos a través de distintos medios y espacios. Esta dimensión se enfoca en analizar cómo las estrategias comunicativas determinan la visibilidad de los temas ambientales y cómo los canales utilizados influyen en la percepción de las problemáticas.

Desde la teoría de la Agenda-Setting, McCombs (2006) explica que los medios de comunicación influyen en la agenda pública ya que establecen cuáles de los temas son considerados prioritarios. Este enfoque llevado al contexto universitario permite comprender cómo la institución y los medios locales posicionan las temáticas locales ambientales dentro de sus discursos, y como estos llegan a influir en la atención y el interés que los estudiantes por los asuntos ambientales presentes en su entorno.

Por su parte, Barbas (2012) señala que las estrategias comunicativas en espacios educativos deben emplear lenguajes interesantes, participativos y acordes con las características del público receptor para obtener resultados efectivos. La idea la

complementa, Castillo (2015) quien plantea que la comunicación institucional debe tener integrado el eje ambiental como parte de su estrategia global, incorporándolo como un valor transversal y no tan solo como acciones aisladas. Desde esta perspectiva, la dimensión estratégica y de canales permite evaluar si la coherencia, continuidad y eficacia de la comunicación ambiental se desarrolla en la universidad.

Otra observación es que permite comprender la manera en que la comunicación ambiental es organizada antes de llegar a los estudiantes. Ya que no se trata únicamente de emitir mensajes, sino de definir qué contenidos se van a transmitir y cómo se van a priorizar, además también se debe ver con qué propósito serán difundidos, a quiénes estarán dirigidos y mediante qué medios de difusión se transmitirá para buscar generar mayor atención. La eficacia de esta dimensión va a depender de que exista una planificación previa que permita presentar los asuntos ambientales de forma ordenada, comprensible y vinculada con las características del público.

La selección de los temas también cumple una función importante, esto es debido a que aquello que recibe una mayor presencia dentro de los espacios institucionales suele ser percibido como el elemento más relevante. Cuando una universidad está comunicando de manera constante sobre el cuidado del agua, la gestión de residuos, la conservación de áreas verdes o la prevención de la contaminación, estos asuntos o problemáticas adquieren mayor notoriedad o atención entre los estudiantes. Por el contrario, si la información aparece de manera ocasional o únicamente en fechas especiales o conmemorativas, es probable que su impacto llegue a ser limitado y que no se consolide como una preocupación permanente dentro de la comunidad universitaria.

Otro elemento central corresponde a la elección de los tipos de canales de difusión. Los estudiantes llegan a recibir la información mediante redes sociales, páginas institucionales, correos electrónicos, aulas virtuales, carteles, charlas, campañas

y actividades presenciales, etc. Cada uno de estos medios cuenta con características distintas y pueden alcanzar al público de una forma distinta y particular. Por ejemplo, una publicación en las redes sociales puede generar una respuesta rápida y amplia, mientras que una jornada participativa tiende a permitir explicar el tema con mayor profundidad y promover el intercambio de opiniones. Es por ello, que la comunicación ambiental necesita combinar diferentes canales y no estar dependiendo de un único medio. En conjunto, la dimensión estratégica y de canales permite analizar si la comunicación ambiental puede responder a los objetivos definidos, empleando los medios adecuados y manteniendo consistencia en sus contenidos. Su desarrollo contribuye a que los diferentes tipos de mensajes alcancen una mayor presencia, despierten interés en el público y además sean comprendidos. De esta manera, la comunicación deja de ser una acción ocasional y aislada y se convierte en un proceso organizado capaz de fortalecer la atención y la participación frente a las situaciones ambientales.

### **Dimensión Persuasiva y Sensibilizadora**

La dimensión persuasiva y sensibilizadora de la comunicación ambiental está orientada a analizar la capacidad que tiene el mensaje para generar cambios en las actitudes, valores y disposiciones de estudiantes frente a problemas ambientales. Esta dimensión reconoce la información, es necesario recalcar que por sí sola, no garantiza la acción, sino que es necesario generar un escenario o establecer vínculos emocionales y éticos que movilicen a los individuos hacia comportamientos más responsables con el entorno.

Kaplún (1998), desde la perspectiva de la comunicación educativa, sostiene que la comunicación verdaderamente llega a transformar, y es un proceso basado en la escucha y la participación de los sujetos. Este autor introduce el concepto de

“prealimentación”, el cual es entendido como la necesidad de poder conocer y considerar la realidad, intereses y percepciones de la persona que es el receptor para que el mensaje sea significativo en ella. En este sentido, la comunicación ambiental efectiva no se concibe como un monólogo institucional, sino como el intercambio que favorece la apropiación del mensaje.

Del mismo modo, Gomera, Villamandos y Vaquero (2012) destacan que la sensibilización ambiental conjuga componentes afectivos y conativos, los cuales están relacionados con las emociones y la intencionalidad para llevar a cabo una acción. Trelles (2006) refuerza esta idea al señalar que la comunicación ambiental tiene que ser persuasiva y movilizadora, orientando siempre a la construcción de una nueva ética ambiental, especialmente en el ámbito universitario. De este modo, la dimensión persuasiva y sensibilizadora nos permitirá analizar si la comunicación ambiental logra trascender la información teórica y contribuye al compromiso activo de los futuros comunicadores con la sostenibilidad.

Esta dimensión guarda una relación íntima con la capacidad de la comunicación ambiental para influir en la manera en que los estudiantes llegan a valorar los problemas que afectan al entorno. La esencia de su propósito no se limita en transmitir conocimientos, sino que busca despertar el interés, preocupación y una disposición favorable hacia el cuidado ambiental. Desde esta perspectiva, un mensaje llega a resultar significativo cuando se logra que el estudiante no solo comprenda una situación, sino que también la considere importante y cercana a su propia realidad.

Es importante recalcar que la información, por sí sola, no siempre produce cambios en la conducta. Una persona puede tener pleno conocimiento de los efectos de la contaminación, el desperdicio de agua o la acumulación de residuos y, aun así, mantener prácticas contrarias al cuidado del ambiente. Por lo planteado anteriormente,

esta dimensión está obligada a implementar elementos emocionales, éticos y de valores, porque permitirán relacionar el contenido del mensaje con las experiencias, preocupaciones y responsabilidades del receptor. La sensibilización llega a ocurrir cuando el problema deja de percibirse como un asunto distante y comienza a generar una respuesta de cada persona.

Para alcanzar este efecto, la comunicación debe considerar la manera en que los estudiantes interpretan los temas ambientales. No todos reaccionan de la misma forma ante un mensaje, debido a que sus intereses, conocimientos previos y experiencias son diferentes. En consecuencia, una estrategia persuasiva necesita conocer al público al que se dirige y emplear recursos capaces de captar su atención sin recurrir a exageraciones o mensajes impositivos. La cercanía del lenguaje, la claridad de las ideas y la relación con situaciones cotidianas pueden favorecer una mayor identificación con el contenido.

En los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, esta dimensión adquiere un valor particular porque su formación los prepara para crear contenidos que pueden influir en diferentes públicos. Por ello, necesitan reconocer que la persuasión ambiental no debe basarse en el temor, la manipulación o la culpa excesiva. Un mensaje efectivo requiere equilibrio entre la presentación del problema y la posibilidad de actuar. Por ejemplo, una campaña sobre contaminación de playas puede mostrar las consecuencias de arrojar residuos, pero también debe presentar acciones concretas, como participar en jornadas de limpieza, reducir el uso de plásticos o respetar los puntos de disposición establecidos.

En conjunto, esta dimensión busca que la comunicación ambiental despierte una respuesta consciente y comprometida en los estudiantes. Su importancia radica en que vincula el conocimiento con las emociones, los valores y la voluntad de participar. De este modo, los mensajes ambientales pueden contribuir a que los futuros comunicadores

no solo comprendan los problemas del entorno, sino que también asuman una posición responsable y promuevan cambios mediante su ejercicio profesional y su participación dentro de la comunidad universitaria.

## **Variable 2: Conciencia Ambiental**

### **Definición:**

Se entiende como la habilidad con la que se reconoce y comprende las interacciones entre actividades humanas y ecosistemas naturales, junto con la responsabilidad de mitigar impactos negativos sobre el medio ambiente. Este concepto no solo incluye el conocimiento de los problemas ambientales, sino también adoptar comportamientos sostenibles. Según autores como Leff (2004), la conciencia ambiental es la respuesta ética y social a los desafíos ecológicos actuales, la cual busca promover prácticas sostenibles para preservar los recursos naturales y la biodiversidad frente al crecimiento económico descontrolado.

La conciencia ambiental está íntimamente vinculada a la noción de ciudadanía ecológica, la cual fue definida por Dobson (2007) y menciona que es el compromiso ético y práctico de los ciudadanos en la protección del medio ambiente. Esta se basa en la idea de que la sostenibilidad requiere tanto acciones individuales como colectivas. Es por ello que las campañas de sensibilización y las políticas públicas diseñadas para fomentar prácticas sostenibles son cruciales para promover este tipo de ciudadanía. Es en este sentido que autores como Delgado (2010) destacan la importancia de las redes comunitarias en la construcción de una ética ambiental solidaria y participativa.

También es importante señalar que la conciencia ambiental tiene variaciones según el contexto cultural, social y económico. Según Nay y Cordero (2019), las comunidades locales aportan conocimientos tradicionales que llegan a complementar los enfoques científicos en la gestión ambiental. Este diálogo que se da entre los saberes

resulta indispensable para el diseño de nuevas políticas inclusivas y estrategias que respeten la diversidad cultural, siendo así, que la conciencia ambiental no solo es un mero concepto teórico, sino que se vuelve una práctica concreta que demanda un cambio profundo en valores y actitudes hacia el entorno natural.

### **Dimensiones:**

#### **Dimensión Cognitiva**

La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental abarca los procesos de pensamiento relacionados con la percepción, el conocimiento y la comprensión del entorno natural. Según Gifford (2007), menciona que esta dimensión implica la adquisición de información sobre el medio ambiente y cómo se integra este conocimiento en la toma de decisiones. Es en este sentido que el pensamiento crítico y la educación ambiental son fundamentales para desarrollar una comprensión profunda de los problemas ambientales y sus soluciones. La cognición ambiental se nutre tanto de fuentes formales como la educación científica, así como también de experiencias directas que se dan en la naturaleza.

Además, Gifford (2007) menciona que esta dimensión incluye la capacidad de interpretar múltiples señales ambientales, tales como el cambio en las estaciones o el deterioro de un ecosistema. Esta interpretación forma parte de la base para una planificación efectiva y la implementación de prácticas sostenibles. Por ejemplo, en las comunidades agrícolas se utilizan conocimientos sobre el clima para poder adaptar sus cultivos, esto muestra cómo la cognición ambiental puede ser aplicada de manera práctica.

Asimismo, en esta dimensión cognitiva se sabe que tiene una influencia crucial en la percepción del riesgo ambiental. Los estudios de Gifford (2007) han destacado que el conocimiento sobre cambio climático y la contaminación logran aumentar la

percepción del riesgo y, a su vez, llega a fomentar comportamientos preventivos. Sin embargo, es necesario mencionar que esta relación no es lineal, ya que múltiples factores como la sobrecarga de información o la negación pueden llegar a limitar su efecto.

Finalmente, el desarrollo de la dimensión cognitiva no llega a ocurrir de manera aislada, ya que está estrechamente vinculada a factores emocionales y conductuales, esto hace que resalte la importancia de la perspectiva integral en el análisis de conciencia ambiental. Gifford (2007) menciona y por sobre todo enfatiza que una comprensión robusta del medio ambiente es un prerrequisito para llevar a cabo las acciones proambientales, sin embargo es necesario mencionar que no garantiza por sí solo la implementación de cambios conductuales.

### **Dimensión Afectiva**

La dimensión afectiva se enfoca en profundizar en las emociones y sentimientos que las personas desarrollan hacia el medio ambiente. Según Kals, Schumacher y Montada (1999), manifiestan que estas emociones pueden llegar a incluir afinidad, amor, tristeza o incluso indignación hacia los distintos problemas ambientales. Esta conexión emocional es el impulso clave que mueve a la motivación proambiental, ya que todo sentimiento positivo hacia la naturaleza suele traducirse en comportamientos de protección y de conservación.

La investigación de Kals et al. (1999) resalta que la afinidad emocional hacia la naturaleza suele surgir de experiencias significativas y previas en entornos naturales, especialmente en edades durante su infancia. Estas experiencias llegan a generar un apego emocional que puede influir de manera positiva en las actitudes ambientales a lo largo de la vida de la persona. Por ejemplo, un niño que ha crecido cerca de un bosque puede llegar a desarrollar un fuerte sentimiento de responsabilidad hacia su

conservación.

Además, esta dimensión no solo se limita a tener emociones positivas, sino también desarrolla sentimientos negativos, como la preocupación o la ansiedad por las consecuencias del cambio climático, estos sentimientos también pueden impulsar a las personas a tomar medidas proambientales. Según Kals et al. (1999), el nivel o la intensidad de estas emociones puede llegar a ser un factor determinante en el nivel de compromiso de una persona con el medio ambiente.

Sin embargo, es necesario mencionar que la dimensión afectiva también enfrenta barreras, tal es el caso de la desconexión emocional con la naturaleza, producto de la urbanización o la falta de un contacto directo con entornos naturales, siendo esto una limitante de la capacidad de las personas para desarrollar estos sentimientos. Es por ello que Kals et al. (1999) subraya que es importante fomentar experiencias emocionales positivas con la naturaleza para fortalecer esta dimensión de la conciencia ambiental.

### **Dimensión Conativa**

En la dimensión conativa se incluyen las disposiciones y el compromiso para actuar de manera que se refleje la intención y voluntad de realizar acciones proambientales. Según Stern (2000) menciona que en esta dimensión conecta las actitudes y valores ambientales con las intenciones del comportamiento. Aquí se menciona que la disposición a actuar está influenciada por múltiples factores, tales como los valores personales, las normas sociales y la percepción de la eficacia personal.

Stern (2000) argumenta que la dimensión conativa se llega a desarrollar a partir de una interacción compleja entre las múltiples creencias ambientales y las experiencias de cada individuo. Por ejemplo, una persona que llega a percibir que sus acciones tienen un impacto significativo en la reducción de residuos está más propensa a participar en actividades de reciclaje. Esta percepción de la eficacia es un factor motivador clave

dentro de la intención de actuar.

Además, esta dimensión también tiene influencia de las barreras contextuales, según Stern (2000), los factores como la falta de recursos, el tiempo limitado o la percepción de que las acciones individuales son insuficientes pueden llegar a inhibir la disposición a actuar. Por ello, es crucial diseñar intervenciones que puedan eliminar estas barreras y puedan fomentar un compromiso activo.

Es importante recalcar que la dimensión conativa es esencial para poder cerrar la brecha entre la conciencia y la acción, es por ello que Stern (2000) enfatiza que las intenciones proambientales no siempre se traducen en comportamientos o acciones concretas, es por eso que representa un paso crítico hacia el cambio conductual. Es por ello que esta dimensión, sirve como un puente entre el pensamiento, las emociones y las acciones.

### **Dimensión Activa**

La dimensión activa se refiere a la ejecución de múltiples acciones concretas para el cuidado del medio ambiente. Kollmuss y Agyeman (2002) sostienen que esta dimensión está muy influenciada por factores internos, como valores y actitudes, y también por factores externos, como el acceso a recursos y políticas de apoyo. Es por ello que las acciones pueden variar desde prácticas individuales, como, por ejemplo, el reducir el consumo de energía, hasta actividades a nivel comunitario, como la reforestación.

De acuerdo con la idea anterior Kollmuss y Agyeman (2002) llegan a señalar que las acciones proambientales no son automáticas, sino que tienen una dependencia del proceso de toma de decisiones, el cual es muy complejo. Este proceso incluye evaluar los costos y beneficios de las acciones, así como también las barreras percibidas, como, por ejemplo, el reciclar puede parecer una acción sencilla, pero los

factores como la falta de infraestructuras adecuadas pueden limitar su práctica.

En múltiples investigaciones también se destaca que las acciones colectivas suelen ser más efectivas que las individuales. Kollmuss y Agyeman (2002) argumentan que el apoyo social y las redes comunitarias pueden llegar a motivar a las personas a participar en actividades ambientales, es por ello que este enfoque colaborativo también aumenta la eficacia de las acciones, como en los casos de las campañas de limpieza de playas o los proyectos de agricultura sostenible.

Finalmente, la dimensión activa representa la culminación de las otras dimensiones de la conciencia ambiental. Kollmuss y Agyeman (2002) concluyen que, para poder fomentar acciones prácticas, es necesario un enfoque integral que llegue a abordar las dimensiones cognitivas, afectivas y conativas, asegurando así un compromiso sostenible y significativo con el medio ambiente.

### **2.3 Bases Filosóficas**

La investigación se sustenta, en primer lugar, en la filosofía de la racionalidad, la cual analiza la manera en que los seres humanos emplean la razón para comprender la realidad, orientar sus acciones y además tomar decisiones en contextos sociales complejos. Desde esta perspectiva, la racionalidad no se limita a un cálculo instrumental, sino que se expresa en distintas formas de razonamiento que llegan a influir en los procesos comunicativos, éticos y sociales. Habernas (1984) plantea que la racionalidad se constituye como un eje central que permite comprender la comunicación moderna, en la medida en que esta se llegue a orientar, ya sea para la manipulación estratégica o como al entendimiento y la construcción de consensos.

Uno de los enfoques que cobra más relevancia es la racionalidad instrumental, desarrollada por Max Weber y revisada por Villegas (2019), la cual se centra en la eficiencia de los medios para llegar a alcanzar fines específicos. Este tipo de

racionalidad tiene una fuerte influencia en los pensamientos técnicos, económicos y organizacionales, y además en el ámbito comunicacional se llega a asociar con estrategias persuasivas que están orientadas a lograr determinados efectos en la audiencia. Para el campo de la comunicación ambiental, esta racionalidad se llega a manifestar cuando los mensajes priorizan resultados inmediatos o impactos que son visibles, sin la necesidad de promover una comprensión profunda de la problemática ambiental.

En contraste, la racionalidad comunicativa que propone Habermas (1984) se fundamenta en la búsqueda del entendimiento mutuo a través del diálogo, el intercambio de argumentos y la validez intersubjetiva de los discursos que se llegan a dar. Desde este enfoque, la comunicación tiene que rechazar la manipulación y orientarse hacia los procesos participativos que puedan permitir a los individuos deliberar de manera informada y crítica, es por ello que en el contexto de la comunicación ambiental, esta forma de racionalidad resulta especialmente pertinente, ya que promueve mensajes basados en argumentos éticos y científicos, llegando a favorecer la construcción de conciencia ambiental y la toma de decisiones responsables frente a los desafíos socioambientales.

Asimismo, la racionalidad crítica, la cual fue desarrollada por la Escuela de Frankfurt y revisada por Gonzales (2002), aporta una mirada de cómo se da la reflexión sobre el papel del poder y la ideología en los procesos de comunicación. Este enfoque sostiene que los discursos no son neutros, sino que pueden reproducir relaciones de dominación o contribuir a su interpretación y cuestionamiento. Todo ello aplicado a la comunicación ambiental, permite que la racionalidad crítica analice cómo ciertos discursos mediáticos ocultan problemáticas ecológicas o promueven prácticas insostenibles, es así que existe la necesidad de formar sujetos capaces de cuestionar

dichos discursos desde una conciencia ambiental crítica.

Por otro lado, la noción de racionalidad limitada, desarrollada por Herbert Simon y revisada por Torres (2017), reconoce que los individuos toman decisiones bajo condiciones de información incompleta y con limitaciones cognitivas. Este enfoque resulta relevante para comprender cómo las personas procesan los mensajes ambientales y por qué, aun disponiendo de información, no siempre adoptan comportamientos sostenibles. En este sentido, la comunicación ambiental debe considerar estas limitaciones y diseñar mensajes claros, accesibles y contextualizados que faciliten la comprensión y la toma de decisiones responsables.

Finalmente, la investigación se apoya en la filosofía sostenible de la comunicación, la cual menciona que la comunicación es una herramienta orientada a promover el desarrollo sostenible, la ética y la responsabilidad social. Desde la perspectiva de Habermas (1984), esta filosofía enfatiza lo importante que es la ética, la transparencia y el diálogo abierto en los procesos comunicativos, así como también la necesidad de combatir la desinformación y prácticas como el greenwashing. En resumen, la comunicación sostenible busca generar conciencia, educar a la ciudadanía, fomentar la participación y construir narrativas que inspiren cambios de comportamiento, contribuyendo de esta forma a la formación de sociedades justas y ambientalmente responsables.

## **2.4 Definición de términos básicos**

Conciencia ambiental: Conocimiento y comprensión que una persona o sociedad tiene sobre la importancia de proteger y preservar el medioambiente. Implica una actitud responsable y acciones concretas para reducir el impacto negativo en la naturaleza (Leff, 2004).

Dimensión Cognitiva: abarca los procesos de pensamiento relacionados con la

percepción, el conocimiento y la comprensión del entorno natural. Esta dimensión implica la adquisición de información sobre el medio ambiente y la integración de este conocimiento en la toma de decisiones (Gifford, 2007).

**Dimensión Afectiva:** Se centra en las emociones y sentimientos que las personas desarrollan en el medio ambiente, estas emociones pueden incluir afinidad, amor, tristeza o incluso indignación hacia los problemas ambientales (Kals et al., 1999).

**Dimensión Conativa:** Incluye la disposición y el compromiso para actuar, reflejando la intención y voluntad de realizar acciones proambientales (Stern, 2000).

**Dimensión Activa:** Se refiere a la ejecución de acciones concretas para el mantenimiento del medio ambiente. La dimensión está influenciada tanto por factores internos, como valores y actitudes, como por factores externos, como el acceso a recursos y políticas de apoyo. Las acciones pueden variar desde prácticas individuales, como reducir el consumo de energía, hasta actividades comunitarias, como la reforestación (Kollmuss y Agyeman 2002).

**Compromiso sostenible:** El compromiso sustentable se refiere a una forma de conducta que priorizando el cuidado del medio ambiente para salvaguardar el planeta en beneficio de generaciones futuras (Caballero, 2023).

**Comportamiento sostenible:** Abarca las acciones que garantizan el bienestar de generaciones actuales y futuras, al tiempo que se salvaguardan los recursos naturales y socioculturales (Caballero, 2023).

**Emociones:** Las emociones abarcan respuestas fisiológicas, cognitivas y conductuales que surgen dentro del cuerpo en reacción a estímulos o alteraciones en el medio ambiente o dentro de uno mismo (Escudero, 2024).

**Plataformas digitales:** Son entornos en línea que permiten a usuarios participar en una variedad de actividades, incluido el intercambio de información, la interacción y

las transacciones a través de Internet (Escudero, 2024).

**Impacto emocional:** El factor de impacto emocional se refiere a la evaluación de la influencia o el efecto emocional que un elemento o factor específico ejerce sobre los individuos. Esto abarca un espectro de emociones, como el placer, el amor, el odio, el miedo, el dolor y el recuerdo de experiencias colectivas (Caballero, 2023).

## **2.5 Formulación de la Hipótesis**

### **2.5.1 Hipótesis general**

Existe relación entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

## 2.6 Operacionalización de la variable

| VARIABLES                          | DEFINICIÓN CONCEPTUAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DIMENSIONES                         | ITEMS             | ESCALA DE MEDICIÓN                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (X)<br>Comunicación ambiental      | Proceso comunicativo orientado a informar, educar, sensibilizar y movilizar a las personas frente a la problemática ambiental, mediante mensajes, canales y estrategias que favorecen comprensión crítica, participación y responsabilidad social (Caride & Meira, 2001; McCombs, 2006; Kaplún, 1998; Trelles Rodríguez, 2006)                                                             | <b>Informativa y cognitiva</b>      | 1,2,3,4,5,6       | <b>Escala de Likert</b><br><br><b>1. (Totalmente en desacuerdo)</b><br><b>2. (En desacuerdo)</b><br><b>3. (Neutral),</b><br><b>4. (De cuerdo)</b><br><b>5. (Totalmente de cuerdo).</b> |
|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Estratégica y de canales</b>     | 7,8,9,10,11,12    |                                                                                                                                                                                        |
|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Persuasiva y sensibilizadora</b> | 13,14,15,16,17,18 |                                                                                                                                                                                        |
| (Y)<br><b>Conciencia Ambiental</b> | Se entiende como la habilidad para reconocer y comprender las interacciones entre las actividades humanas y los ecosistemas naturales, junto con la responsabilidad de mitigar los impactos negativos sobre el medio ambiente. Este concepto incluye no solo el conocimiento de los problemas ambientales, sino también la disposición a adoptar comportamientos sostenibles. (Leff, 2004) | <b>Dimensión Cognitiva</b>          | 1,2,3,4           | <b>Escala de Likert</b><br><br><b>1. (Totalmente en desacuerdo)</b><br><b>2. (En desacuerdo)</b><br><b>3. (Neutral),</b><br><b>4. (De cuerdo)</b><br><b>5. (Totalmente de cuerdo).</b> |
|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Dimensión Afectiva</b>           | 5,6,7,8,9         |                                                                                                                                                                                        |
|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Dimensión Conativa</b>           | 10,11,12,13       |                                                                                                                                                                                        |
|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Dimensión Activa</b>             | 14,15,16,17,18    |                                                                                                                                                                                        |

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseños metodológico**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación es de tipo básica, tiene como propósito generar conocimiento científico orientado a comprender la relación existente entre la comunicación y la conciencia ambiental en estudiantes universitarios, sin pretender intervenir ni modificar directamente la realidad estudiada. La investigación básica busca ampliar el conocimiento teórico y empírico sobre los fenómenos sociales a partir del análisis sistemático de sus variables (Hernandez, 2014)

##### **3.1.2 Nivel de investigación**

El nivel de la investigación es correlacional, debido a que orienta a determinar el grado de relación existente entre la comunicación y la conciencia ambiental, así como entre la comunicación ambiental y las dimensiones cognitivas, afectivas, conativas y activas de la conciencia ambiental. De acuerdo con Hernández et al. (2014), los estudios correlacionales permiten identificar asociaciones entre variables sin establecer relaciones de causalidad.

##### **3.1.3 Diseño**

En la investigación se utilizó diseño no experimental, debido a que las variables de estudio no fueron objeto de manipulación intencional, sino se analizaron tal como se manifestaron en un contexto natural. Igualmente, correspondió estudio de corte transversal, dada que la información fue recolectada en momento del proceso investigativo. En este sentido, Hernández et al. (2014) sostienen que este diseño resulta adecuado cuando el propósito examina la relación existente entre variables en un

momento determinado.

### **3.1.4 Enfoque**

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que utiliza instrumentos estructurados para la recolección de datos, los cuales serán analizados mediante procedimientos estadísticos. Este enfoque permite medir las variables de estudio, establecer relaciones entre ellas y obtener resultados objetivos y verificables, conforme a lo planteado por Hernández et al. (2014).

## **3.2 Población y muestra**

### **3.4.1. Población**

La población estuvo conformada por 330 estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

### **3.4.1. Muestra**

El estudio emplea un muestreo probabilístico, debido a que todos los estudiantes que conforman la población de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para integrar la muestra. Este tipo de muestreo resulta pertinente en investigaciones de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, ya que permite obtener resultados representativos y generalizables a la población de estudio, reduciendo el sesgo en la selección de los participantes (Hernández, et al., 2014). La muestra fue un total de 178 estudiantes.

$$n = \frac{330 * 1,960^2 * 50 * 50 * 5.00}{5.00 * (330 - 1) + 1,960^2 * 50 * 50} = 178 \text{ estudiantes.}$$

## **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para obtener la información se utilizó a la encuesta como técnica de recolección de datos, considerando un procedimiento adecuado para recopilar información directa, sistemática y cuantificable acerca de las percepciones, actitudes y comportamientos que presentan los estudiantes en relación con la comunicación ambiental y la conciencia ambiental. Su utilización es pertinente en investigaciones con enfoque cuantitativo y alcance correlacional, ya que posibilita la medición objetiva de las variables y el posterior análisis estadístico de la relación existente entre ellas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Asimismo, con el propósito de asegurar la validez de contenido, los instrumentos fueron sometidos a un proceso de juicio de expertos, quienes valoraron la claridad, coherencia, pertinencia y relevancia de cada ítem, verificando su correspondencia con las variables y los objetivos planteados en la investigación.

**Baremo para la evaluación de la variable Comunicación ambiental y sus dimensiones.**

**Tabla 1**

*Baremo para la variable comunicación ambiental*

| Nivel | Mínimo | Máximo |
|-------|--------|--------|
| Bajo  | 18     | 42     |
| Medio | 43     | 66     |
| Alto  | 67     | 90     |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 2**

*Baremo para las dimensiones Informativa y cognitiva, estratégica y de canales y persuasiva y sensibilizadora*

| Nivel | Mínimo | Máximo |
|-------|--------|--------|
| Bajo  | 6      | 14     |
| Medio | 15     | 22     |
| Alto  | 23     | 30     |

*Nota.* Elaboración propia

**Baremo para la evaluación de la variable conciencia ambiental y sus dimensiones.**

**Tabla 3**

*Baremo para la variable conciencia ambiental*

| Nivel | Mínimo | Máximo |
|-------|--------|--------|
| Bajo  | 18     | 42     |
| Medio | 43     | 66     |
| Alto  | 67     | 90     |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 4**

*Baremo para las dimensiones cognitiva y conativa*

| Nivel | Mínimo | Máximo |
|-------|--------|--------|
| Bajo  | 4      | 9      |
| Medio | 10     | 15     |
| Alto  | 16     | 20     |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 5**

*Baremo para las dimensiones afectiva y activa*

| Nivel | Mínimo | Máximo |
|-------|--------|--------|
| Bajo  | 5      | 12     |
| Medio | 13     | 18     |
| Alto  | 19     | 25     |

*Nota.* Elaboración propia

### **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

La información recopilada se efectuó mediante técnicas de estadística descriptiva e inferencial, seleccionadas en concordancia con los objetivos planteados en la investigación. Inicialmente, datos obtenidos a partir de los cuestionarios fueron

organizados, codificados y registrados en una hoja de cálculo de Microsoft Excel; posteriormente, se exportaron al software estadístico SPSS para su procesamiento, garantizando así una gestión ordenada y sistemática de la base de datos.

En el análisis descriptivo se calcularon frecuencias y porcentajes con el propósito de caracterizar los niveles de la comunicación ambiental, la conciencia ambiental y las dimensiones que integran ambas variables, cuyos resultados fueron presentados mediante tablas estadísticas para facilitar su comprensión e interpretación. Por otra parte, antes de desarrollar el análisis inferencial, se aplicó una prueba de normalidad con la finalidad de identificar el estadístico de correlación más apropiado para el comportamiento de los datos.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se empleó el coeficiente de correlación de Pearson o el coeficiente de Spearman para contrastar tanto la hipótesis general como las hipótesis específicas, considerando un nivel de significancia de  $\alpha = 0,05$ . Este procedimiento permitió determinar la existencia y la intensidad de la relación entre las variables objeto de estudio.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de resultados

##### 4.1.1. Resultados de la variable comunicación ambiental

**Tabla 6**

*Nivel de distribución de la muestra de la dimensión informativa y cognitiva*

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Alto  | 52         | 29.2%      |
| Medio | 60         | 33.7%      |
| Bajo  | 66         | 37.1%      |
| Total | 178        | 100%       |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 6 evidencia que, en la dimensión informativa y cognitiva, el mayor porcentaje de estudiantes se concentra en el nivel bajo con 37.1% (66 encuestados), seguido del nivel medio con 33.7% (60 encuestados), mientras que el nivel alto alcanza el 29.2% (52 encuestados). Estos resultados reflejan que una proporción importante de la muestra presenta limitaciones en el acceso, comprensión o manejo de información relacionada con aspectos ambientales, lo que podría influir en la formación de conocimientos y criterios orientados al cuidado del entorno. Asimismo, aunque existe un grupo considerable ubicado en los niveles medio y alto, la predominancia del nivel bajo permite inferir que aún persisten debilidades en la consolidación de capacidades cognitivas vinculadas a la conciencia ambiental dentro de la población evaluada.

**Tabla 7**

*Nivel de distribución de la muestra de la dimensión estratégica y de canales*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 52                | 29.2%             |
| Medio        | 68                | 38.2%             |
| Bajo         | 58                | 32.6%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 7 muestra que, en la dimensión estratégica y de canales, el nivel medio concentra el mayor porcentaje de participantes con 38.2% (68 encuestados), seguido del nivel bajo con 32.6% (58 encuestados) y del nivel alto con 29.2% (52 encuestados). Estos resultados indican que la mayor parte de la muestra percibe un desarrollo moderado en los mecanismos, estrategias y canales empleados para la difusión y fortalecimiento de la comunicación ambiental. Sin embargo, la presencia de un porcentaje considerable en el nivel bajo evidencia que aún existen deficiencias en la planificación estratégica y en el uso adecuado de medios o canales de comunicación orientados a promover conocimientos y prácticas ambientales. A pesar de ello, el grupo ubicado en el nivel alto refleja que una parte de los estudiantes reconoce estrategias y canales más consolidados, capaces de favorecer una interacción más efectiva con la información ambiental.

**Tabla 8**

*Nivel de distribución de la muestra de la dimensión persuasiva y sensibilizadora*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 47                | 26.4%             |
| Medio        | 70                | 39.3%             |
| Bajo         | 61                | 34.3%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 8 evidencia que, en la dimensión persuasiva y sensibilizadora, el nivel medio presenta el mayor porcentaje con 39.3% (70 encuestados), seguido del nivel bajo con 34.3% (61 encuestados), mientras que el nivel alto alcanza el 26.4% (47 encuestados). Estos resultados permiten interpretar que la mayoría de los estudiantes percibe de manera moderada la capacidad de la comunicación ambiental para influir en actitudes, generar reflexión y promover sensibilidad frente a los problemas ambientales. No obstante, el porcentaje considerable ubicado en el nivel bajo revela que todavía existen limitaciones en los procesos comunicativos orientados a motivar cambios de conducta y fortalecer el compromiso ambiental. Asimismo, la menor proporción en el nivel alto indica que aún son reducidos los casos en los que la comunicación logra un impacto persuasivo y sensibilizador sólido dentro de la población evaluada.

**Tabla 9**

*Nivel de distribución de la muestra de la variable comunicación ambiental*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 58                | 32.6%             |
| Medio        | 79                | 44.4%             |
| Bajo         | 41                | 23.0%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 9 muestra que, en la variable comunicación ambiental, el nivel medio concentra el mayor porcentaje de la muestra con 44.4% (79 encuestados), seguido del nivel alto con 32.6% (58 encuestados) y del nivel bajo con 23.0% (41 encuestados). Estos resultados indican que la mayoría de los estudiantes percibe que la comunicación ambiental se desarrolla de manera moderada, evidenciando una presencia parcial de procesos informativos, estratégicos y sensibilizadores relacionados con el cuidado del ambiente. Asimismo, el porcentaje alcanzado en el nivel alto refleja que un grupo importante reconoce prácticas comunicativas más fortalecidas, capaces de promover

conocimientos, actitudes y mayor interacción frente a los problemas ambientales. Sin embargo, la existencia de estudiantes en el nivel bajo permite inferir que aún persisten limitaciones en la efectividad y alcance de la comunicación ambiental dentro de la población evaluada.

#### 4.1.2. Resultados de la variable conciencia ambiental

**Tabla 10**

*Nivel de distribución de la muestra de la dimensión cognitiva*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 40                | 22.5%             |
| Medio        | 77                | 43.3%             |
| Bajo         | 61                | 34.3%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 10 evidencia que, en la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental, el nivel medio presenta el mayor porcentaje con 43.3% (77 encuestados), seguido del nivel bajo con 34.3% (61 encuestados), mientras que el nivel alto alcanza el 22.5% (40 encuestados). Estos resultados permiten interpretar que la mayoría de los estudiantes posee un conocimiento moderado acerca de los problemas ambientales, sus causas y posibles consecuencias, lo que refleja una comprensión parcial sobre la importancia del cuidado del entorno. Sin embargo, la presencia significativa de participantes en el nivel bajo indica que aún existen limitaciones en la adquisición y consolidación de conocimientos ambientales. Asimismo, el menor porcentaje registrado en el nivel alto evidencia que todavía es reducida la cantidad de estudiantes con un dominio amplio y sólido de aspectos relacionados con la conciencia ambiental desde la dimensión cognitiva.

**Tabla 11***Nivel de distribución de la muestra de la dimensión afectiva*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 39                | 21.9%             |
| Medio        | 71                | 39.9%             |
| Bajo         | 68                | 38.2%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 11 muestra que, en esta dimensión, el nivel medio concentra el mayor porcentaje con 39.9% (71 encuestados), además esta seguido muy de cerca por el nivel bajo con 38.2% (68 encuestados), sin embargo, es de resaltar que el nivel alto solo alcanza el 21.9% (39 encuestados). Estos resultados ponen en evidencia que la mayoría de los estudiantes presenta un nivel moderado de sensibilidad, preocupación e interés frente a los problemas ambientales, lo que indica una disposición parcial hacia la valoración y protección del entorno. No obstante, el elevado porcentaje registrado en el nivel bajo refleja que una parte importante de la muestra aún manifiesta escasa implicancia emocional o limitada sensibilización respecto al cuidado ambiental. Asimismo, la menor proporción en el nivel alto permite inferir que todavía son reducidos los estudiantes que desarrollan una conciencia afectiva sólida y comprometida con la conservación del medio ambiente.

**Tabla 12***Nivel de distribución de la muestra de la dimensión conativa*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 39                | 21.9%             |
| Medio        | 76                | 42.7%             |
| Bajo         | 63                | 35.4%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 12 evidencia que, en la dimensión conativa de la conciencia ambiental, el nivel medio presenta el mayor porcentaje con 42.7% (76 encuestados), seguido del nivel bajo con 35.4% (63 encuestados), mientras que el nivel alto alcanza el 21.9% (39 encuestados). Estos resultados permiten interpretar que la mayoría de los estudiantes manifiesta una disposición moderada para asumir conductas y decisiones orientadas al cuidado del ambiente, reflejando intenciones parciales de participación y compromiso ambiental. Sin embargo, el porcentaje considerable ubicado en el nivel bajo indica que todavía existen limitaciones en la voluntad o predisposición para transformar los conocimientos y actitudes ambientales en acciones concretas. Asimismo, la menor proporción en el nivel alto evidencia que aún es reducido el grupo de estudiantes que demuestra una intención firme y constante de actuar responsablemente frente a los problemas ambientales.

**Tabla 13**

*Nivel de distribución de la muestra de la dimensión activa*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 52                | 29.2%             |
| Medio        | 68                | 38.2%             |
| Bajo         | 58                | 32.6%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 13 muestra que, en la dimensión activa de la conciencia ambiental, el nivel medio concentra el mayor porcentaje con 38.2% (68 encuestados), seguido del nivel bajo con 32.6% (58 encuestados) y del nivel alto con 29.2% (52 encuestados). Estos resultados indican que la mayoría de los estudiantes desarrolla de manera moderada acciones y prácticas relacionadas con el cuidado del ambiente, evidenciando una participación parcial en actividades orientadas a la protección ambiental. Asimismo, el porcentaje registrado en el nivel bajo refleja que todavía existe un grupo importante

con limitada participación en conductas ambientales responsables. Sin embargo, la proporción alcanzada en el nivel alto permite inferir que una parte significativa de la muestra sí realiza acciones concretas y mantiene un compromiso más sólido con la conservación y preservación del entorno ambiental.

**Tabla 14**

*Nivel de distribución de la muestra de la variable conciencia ambiental*

| <b>Nivel</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Alto         | 43                | 24.2%             |
| Medio        | 108               | 60.7%             |
| Bajo         | 27                | 15.2%             |
| Total        | 178               | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 14 evidencia que, en la variable conciencia ambiental, el nivel medio presenta el mayor porcentaje con 60.7% (108 encuestados), seguido del nivel alto con 24.2% (43 encuestados) y del nivel bajo con 15.2% (27 encuestados). Estos resultados permiten interpretar que la mayoría de los estudiantes posee una conciencia ambiental moderada, reflejada en conocimientos, actitudes, intenciones y acciones parcialmente orientadas al cuidado y preservación del entorno. Asimismo, el porcentaje alcanzado en el nivel alto indica que un grupo importante de estudiantes demuestra una conciencia ambiental más fortalecida y comprometida con las problemáticas ambientales. Sin embargo, aunque el nivel bajo representa la menor proporción de la muestra, su presencia evidencia que todavía existen estudiantes con limitaciones en la comprensión, sensibilización y participación activa frente a la protección ambiental.

## **4.2 Contrastación de hipótesis**

### **Hipótesis específica 1**

H0: No existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

H1: Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

**Tabla 15**

*Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión cognitiva.*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|------------------------|---------------------------------|-----|-------|
|                        | Estadístico                     | gl  | Sig.  |
| Comunicación ambiental | ,060                            | 178 | ,200* |
| Dimensión cognitiva    | ,082                            | 178 | ,006  |

*Nota.* Elaboración propia.

De acuerdo con los lineamientos de validación de datos para su posterior procesamiento, se aplicó la prueba de normalidad aplicada a la variable comunicación ambiental y a la dimensión cognitiva. En la primera de ellas se obtuvo un nivel de significancia de 0.200, valor superior al criterio establecido de 0.05, lo que permite asumir que los datos presentan una distribución normal. En contraste, la dimensión cognitiva registró una significancia de 0.006, cifra inferior a 0.05, indicando que sus datos no cumplen con el supuesto de normalidad. Considerando este comportamiento estadístico y dado que una de las variables analizadas no presenta una distribución normal, se optó por emplear un procedimiento inferencial no paramétrico. En consecuencia, se seleccionó el coeficiente de correlación Rho de Spearman como estadístico de análisis, por ser el método apropiado para determinar la relación entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

**Tabla 16**

*Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión cognitiva.*

|                 |                        |                             | Comunicación ambiental | Dimensión cognitiva |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación ambiental | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,676**              |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000                |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                 |
|                 | Dimensión cognitiva    | Coefficiente de correlación | ,676**                 | 1,000               |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                   |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                 |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como se aprecia en la tabla, al realizar la prueba de correlación Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión cognitiva. El coeficiente obtenido fue de 0.676, lo nos hace evidenciar que existe una asociación positiva y de una magnitud considerable. Este resultado nos muestra que, a medida que se fortalecen los niveles de comunicación ambiental, también tienden a incrementarse los conocimientos, la comprensión y la percepción ambiental de los estudiantes evaluados. Sumado a los resultados el nivel de significancia bilateral fue de 0.000, el cual nos permite confirmar que la relación obtenida es significativa. Es en base de estas evidencias que se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

### **Hipótesis específica 2**

H0: No existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

H1: Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

**Tabla 17**

*Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión afectiva.*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|------------------------|---------------------------------|-----|-------|
|                        | Estadístico                     | gl  | Sig.  |
| Comunicación ambiental | ,060                            | 178 | ,200* |
| Dimensión afectiva     | ,074                            | 178 | ,019  |

*Nota.* Elaboración propia.

De acuerdo con los lineamientos de validación de datos para su posterior procesamiento, se aplicó la prueba de normalidad aplicada a la variable comunicación ambiental y a la dimensión afectiva. Para la variable comunicación ambiental se obtuvo un nivel de significancia de 0.200, valor superior al umbral de 0.05, lo que permite asumir que los datos son normales. Situación distinta se dio en la dimensión afectiva, la cual registró una significancia de 0.019, cifra inferior a 0.05, evidenciando el incumplimiento del supuesto de normalidad. Considerando estos resultados y dado que una de las variables analizadas no presenta una distribución normal, se decidió recurrir a un procedimiento estadístico no paramétrico. En consecuencia, se seleccionó el coeficiente de correlación Rho de Spearman como estadístico de análisis, por ser el método apropiado para determinar la relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

**Tabla 18**

*Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión afectiva.*

|                 |                        |                             | Comunicación ambiental | Dimensión afectiva |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación ambiental | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,692**             |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000               |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                |
|                 | Dimensión afectiva     | Coefficiente de correlación | ,692**                 | 1,000              |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                  |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo con los resultados consignados en la Tabla 18, el análisis mediante el coeficiente Rho de Spearman permitió establecer la relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva. El coeficiente obtenido fue de 0.692, lo que refleja una asociación positiva de magnitud considerable entre ambas variables. Este comportamiento indica que, conforme se fortalecen las acciones de comunicación ambiental, también tienden a incrementarse la sensibilidad, el interés y la preocupación de los estudiantes frente a las problemáticas ambientales. Sumado a los resultados el nivel de significancia bilateral fue de 0.000, el cual nos permite confirmar que la relación obtenida es significativa. Por tal motivo, se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

### **Hipótesis específica 3**

H0: No existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

H1: Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

**Tabla 19**

*Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión conativa.*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|------------------------|---------------------------------|-----|-------|
|                        | Estadístico                     | gl  | Sig.  |
| Comunicación ambiental | ,060                            | 178 | ,200* |
| Dimensión conativa     | ,078                            | 178 | ,010  |

*Nota.* Elaboración propia.

De acuerdo con los lineamientos de validación de datos para su posterior procesamiento, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, presentados en la Tabla 19, muestran un comportamiento diferente entre las variables analizadas. En el caso de la comunicación ambiental, el nivel de significancia fue de 0.200, valor que supera el criterio de 0.05, permitiendo asumir que los datos se ajustan a una distribución normal. Por el contrario, la dimensión conativa obtuvo una significancia de 0.010, cifra inferior al nivel establecido de 0.05, lo que evidencia que sus datos no cumplen con el supuesto de normalidad. Debido a esta diferencia en la distribución de las variables, la contrastación de la hipótesis se realizó mediante un procedimiento estadístico no paramétrico. En ese contexto, se empleó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, considerado el estadístico adecuado para determinar la relación entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

**Tabla 20**

*Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión conativa.*

|                 |                        |                             | Comunicación ambiental | Dimensión conativa |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación ambiental | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,668**             |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | .                      | ,000               |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                |
|                 | Dimensión conativa     | Coefficiente de correlación | ,668**                 | 1,000              |
|                 |                        | Sig. (bilateral)            | ,000                   | .                  |
|                 |                        | N                           | 178                    | 178                |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados consignados en la Tabla 20, el coeficiente Rho de Spearman obtenido entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa fue de 0.668, valor que refleja una asociación positiva de magnitud considerable entre ambas variables. Este resultado permite inferir que el fortalecimiento de la comunicación ambiental favorece una mayor disposición e intención de los estudiantes para adoptar conductas dirigidas al cuidado y la protección del ambiente. Sumado a los resultados el nivel de significancia bilateral fue de 0.000, el cual nos permite confirmar que la relación obtenida es significativa. En virtud de estos resultados, se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

#### **Hipótesis específica 4**

H0: No existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

H1: Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

**Tabla 21**

*Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la dimensión activa.*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|------------------------|---------------------------------|-----|-------|
|                        | Estadístico                     | gl  | Sig.  |
| Comunicación ambiental | ,060                            | 178 | ,200* |
| Dimensión activa       | ,065                            | 178 | ,068  |

*Nota.* Elaboración propia.

De acuerdo con los lineamientos de validación de datos para su posterior procesamiento, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov consignados en la Tabla 21 evidencian que tanto la variable comunicación ambiental como la dimensión activa cumplen con el supuesto de normalidad. En efecto, la comunicación ambiental registró un nivel de significancia de 0.200, mientras que la dimensión activa alcanzó un valor de 0.068; en ambos casos, las cifras superan el nivel de significancia de 0.05, lo que permite asumir una distribución normal de los datos. Bajo estas condiciones, la contrastación de la hipótesis se efectuó mediante un procedimiento estadístico paramétrico, seleccionándose el coeficiente de correlación de Pearson por ser el estadístico apropiado para determinar la relación entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

**Tabla 22**

*Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la dimensión activa.*

|                           |                        | Comunicación<br>ambiental | Dimensión activa |
|---------------------------|------------------------|---------------------------|------------------|
| Comunicación<br>ambiental | Correlación de Pearson | 1                         | ,675**           |
|                           | Sig. (bilateral)       |                           | ,000             |
|                           | N                      | 178                       | 178              |
| Dimensión activa          | Correlación de Pearson | ,675**                    | 1                |
|                           | Sig. (bilateral)       | ,000                      |                  |
|                           | N                      | 178                       | 178              |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo con los resultados mostrados en la Tabla 22, el análisis efectuado mediante el coeficiente de correlación de Pearson arrojó un valor de 0.675 entre la comunicación ambiental y la dimensión activa, lo que evidencia una asociación positiva de magnitud considerable. Este comportamiento sugiere que, a medida que se fortalecen los niveles de comunicación ambiental, también aumenta la participación de los estudiantes en acciones concretas orientadas al cuidado y la preservación del ambiente. Sumado a los resultados el nivel de significancia bilateral fue de 0.000, el cual nos permite confirmar que la relación obtenida es significativa. En consecuencia, se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión activa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

### **Hipótesis general**

H0: No existe relación entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

H1: Existe relación entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.

**Tabla 23**

*Prueba de normalidad para la variable comunicación ambiental y la variable conciencia ambiental.*

|                        | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|------------------------|---------------------------------|-----|-------|
|                        | Estadístico                     | gl  | Sig.  |
| Comunicación ambiental | ,060                            | 178 | ,200* |
| Conciencia ambiental   | ,060                            | 178 | ,200* |

*Nota.* Elaboración propia

La información presentada en la Tabla 23 muestra que tanto la variable comunicación ambiental como la variable conciencia ambiental cumplen con el supuesto de normalidad establecido para el análisis inferencial. En ambos casos se obtuvo un nivel de significancia de 0.200, valor superior al criterio de 0.05, lo que confirma que la distribución de los datos es normal. En virtud de este resultado, la contrastación de la hipótesis general se efectuó mediante un procedimiento estadístico paramétrico, seleccionándose el coeficiente de correlación de Pearson por ser el estadístico más adecuado para evaluar la relación entre la comunicación ambiental y la conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

**Tabla 24**

*Correlación de Rho de Spearman para la variable comunicación ambiental y la variable conciencia ambiental.*

|                        |                        | Comunicación ambiental | Conciencia ambiental |
|------------------------|------------------------|------------------------|----------------------|
| Comunicación ambiental | Correlación de Pearson | 1                      | ,852**               |
|                        | Sig. (bilateral)       |                        | ,000                 |
|                        | N                      | 178                    | 178                  |
| Conciencia ambiental   | Correlación de Pearson | ,852**                 | 1                    |
|                        | Sig. (bilateral)       | ,000                   |                      |

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| N | 178 | 178 |
|---|-----|-----|

---

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados consignados en la Tabla 24 muestran que la correlación de Pearson entre la comunicación ambiental y la conciencia ambiental alcanzó un coeficiente de 0.852, valor que evidencia una relación positiva muy fuerte entre ambas variables. Este hallazgo indica que el fortalecimiento de la comunicación ambiental se vincula con un incremento significativo de la conciencia ambiental en los estudiantes evaluados, lo que pone de manifiesto la relevancia de los procesos de información, sensibilización y comunicación estratégica para promover el desarrollo de conocimientos, actitudes, intenciones y acciones orientadas a la protección del ambiente. Sumado a los resultados el nivel de significancia bilateral fue de 0.000, el cual nos permite confirmar que la relación obtenida es significativa. En consecuencia, se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

En base a todo lo hallado en este estudio se evidencia que la comunicación ambiental mantiene una relación significativa con la conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025. La correlación general encontrada entre ambas variables alcanzó un coeficiente de Pearson de 0.852 con una significancia bilateral de 0.000, lo que demuestra la existencia de una relación positiva muy fuerte entre los procesos de comunicación ambiental y el desarrollo de la conciencia ambiental en los estudiantes evaluados. Este resultado permite interpretar que la difusión de contenidos ambientales, la exposición a mensajes relacionados con el cuidado ecológico y la interacción constante con información ambiental contribuyen de manera importante al fortalecimiento de conocimientos, actitudes y conductas orientadas a la sostenibilidad. Dichos hallazgos guardan concordancia con lo señalado por Rojas et al. (2025), quienes sostienen que la comunicación ambiental constituye un puente orientado al cambio cultural climático, debido a que facilita la sensibilización, la educación y la construcción de nuevos comportamientos ecológicos en la sociedad. Del mismo modo, los resultados coinciden con lo reportado por Iqbal et al. (2023), quienes encontraron que una parte importante de los estudiantes universitarios reconocía el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en el fortalecimiento de la conciencia ambiental, resaltando además la necesidad de incorporar mayores esfuerzos educativos en temas ambientales dentro de las instituciones académicas.

En relación con la dimensión cognitiva, la investigación evidenció una correlación Rho de Spearman de 0.676 con una significancia de 0.000, resultado que nos demuestra una relación positiva considerable entre la comunicación ambiental y el nivel de conocimientos ambientales de los estudiantes. Este hallazgo permite que se afirme como el acceso continuo a mensajes, campañas y contenidos ambientales favorece la comprensión de problemáticas ecológicas y fortalece la percepción crítica sobre la realidad ambiental actual. En ese sentido, la comunicación ambiental se convierte en un mecanismo importante para la construcción de aprendizajes relacionados con la conservación del entorno y la sostenibilidad. Estos resultados presentan similitud con los hallazgos de Uribe (2023), quien identificó que los estudiantes mostraron interés al recibir mayor información ambiental mediante recursos audiovisuales y después de ello reconocían la necesidad de trabajar con mayor profundidad las temáticas ambientales dentro de las asignaturas académicas. Asimismo, Iqbal et al. (2023) señalaron que las redes sociales y los medios de comunicación fortalecen la conciencia ambiental universitaria, situación que coincide con los resultados que se han obtenido en la presente investigación, donde la dimensión cognitiva evidencia un comportamiento favorable frente a los procesos comunicacionales ambientales.

Respecto a la dimensión afectiva, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.692 con significancia bilateral de 0.000, lo que demuestra una relación positiva considerable entre la comunicación ambiental y los componentes emocionales vinculados al ambiente. Este resultado nos permite comprender que la comunicación ambiental no solamente transmite información, sino que también genera sensibilidad, preocupación e interés frente a las problemáticas ecológicas. En términos que permiten de manera sencilla su interpretación, lo obtenido pone en evidencia que la exposición

frecuente a contenidos ambientales puede fortalecer sentimientos de responsabilidad, empatía y compromiso con la protección de su entorno. Este comportamiento coincide con lo reportado por Uribe (2023), quien encontró elevados niveles de preocupación ambiental y a la vez un marcado interés estudiantil por participar en actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente. De igual forma, Rojas et al. (2025) sostienen que la comunicación ambiental favorece la sensibilización social frente al cambio climático y los problemas ecológicos, aspecto que guarda una alta relación con el alto valor encontrado en la dimensión afectiva de la presente investigación.

En cuanto a la dimensión conativa, los resultados evidenciaron una correlación Rho de Spearman de 0.668 con significancia de 0.000, indicando una relación positiva alta entre la comunicación ambiental y la disposición de los estudiantes para adoptar conductas ambientales responsables. Este resultado sugiere que los procesos comunicativos ambientales fortalecen la intención de actuar frente a las problemáticas ambientales y favorecen el desarrollo de actitudes orientadas al cuidado ecológico. En términos prácticos, esto se puede interpretar afirmando que la comunicación ambiental puede influir en la predisposición de los estudiantes para involucrarse en iniciativas sostenibles y asumir comportamientos responsables dentro de su entorno social. Dichos resultados mantienen relación con lo señalado por Rojas et al. (2025), quienes destacan que la transmisión adecuada de mensajes ambientales tiene capacidad de generar cambios de comportamiento y fortalecer la cultura ecológica dentro de la sociedad.

Por otro lado, la dimensión activa presentó una correlación de Pearson de 0.675 con significancia bilateral de 0.000, resultado que evidencia una relación positiva considerablemente alta entre la comunicación ambiental y la participación de los estudiantes en acciones concretas de preservación ambiental. Este hallazgo permite interpretar que el fortalecimiento de los procesos comunicativos ambientales se asocia

con un mayor nivel en estudiantes que se involucran en actividades orientadas al reciclaje, conservación y cuidado del entorno. En ese sentido, la comunicación ambiental no permanece únicamente en el plano informativo, sino que logra influir en conductas observables relacionadas con la sostenibilidad. Este comportamiento presenta similitud con lo reportado por Uribe (2023), quien encontró que los estudiantes manifestaban interés por participar en clubes ambientales, donde se discutían temas ecológicos y se asumían responsabilidades relacionadas con el cuidado ambiental. Asimismo, los resultados coinciden con lo señalado por Iqbal et al. (2023), quienes destacan que la interacción con medios digitales y redes sociales favorece el fortalecimiento de la conciencia ambiental y motiva la participación estudiantil en actividades vinculadas al entorno.

De manera general, el análisis comparativo de las dimensiones permite observar que todas presentaron correlaciones positivas considerables con la comunicación ambiental, manteniéndose valores relativamente homogéneos entre 0.668 y 0.692. Este comportamiento estadístico demuestra que la comunicación ambiental influye de manera integral sobre los diferentes componentes de la conciencia ambiental, fortaleciendo simultáneamente aspectos cognitivos, afectivos, conativos y activos. Además, el hecho de que la correlación global entre comunicación ambiental y conciencia ambiental alcance un valor mucho más elevado ( $r = 0.852$ ) permite inferir que la interacción conjunta de todas las dimensiones genera un efecto integral de mayor magnitud sobre la conciencia ambiental total de los estudiantes. En consecuencia, los resultados obtenidos evidencian que la comunicación ambiental constituye un elemento estratégico dentro de los procesos formativos universitarios, debido a que favorece no solamente la adquisición de conocimientos ambientales, sino también la construcción de

sensibilidad social, intención conductual y participación activa frente a los desafíos ambientales contemporáneos.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

Se concluye que la comunicación ambiental mantiene una relación estadísticamente significativa con la conciencia ambiental en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Huacho durante el año 2025, alcanzando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.852 y un nivel de significancia de 0.000. Este resultado evidencia que el fortalecimiento de los procesos comunicacionales vinculados al ambiente favorece de manera importante el desarrollo integral de conciencia ambiental, influyendo simultáneamente en los conocimientos, actitudes, predisposición conductual y acciones orientadas a la conservación del entorno.

Se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en los estudiantes evaluados, registrándose un coeficiente Rho de Spearman de 0.676 con significancia de 0.000. Este comportamiento estadístico permite comprender que la difusión de contenidos y mensajes ambientales contribuye al fortalecimiento de la comprensión, interpretación y reconocimiento de las problemáticas ambientales presentes en el contexto social y ecológico.

Se concluye que la comunicación ambiental presenta una relación significativa con la dimensión afectiva de la conciencia ambiental, obteniéndose un coeficiente Rho de Spearman de 0.692 y un valor de significancia de 0.000. Los resultados permiten inferir que los procesos comunicativos ambientales favorecen el desarrollo de sensibilidad, interés y preocupación frente a los problemas ambientales, fortaleciendo el vínculo emocional de los estudiantes con la protección y preservación del ambiente.

Se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025, alcanzando un coeficiente Rho de Spearman de 0.668 con significancia de 0.000. Este hallazgo demuestra que la comunicación ambiental influye favorablemente en la intención y disposición de los estudiantes para asumir comportamientos responsables y sostenibles orientados al cuidado ambiental.

Se concluye que la comunicación ambiental se relaciona significativamente con la dimensión activa de la conciencia ambiental, evidenciándose un coeficiente de correlación de Pearson de 0.675 y un nivel de significancia de 0.000. Este resultado permite interpretar que el fortalecimiento de la comunicación ambiental favorece la participación de los estudiantes en acciones concretas vinculadas a la conservación, protección y cuidado del entorno ambiental.

## **6.2 Recomendaciones**

Se recomienda que las autoridades universitarias impulsen el diseño e implementación de estrategias de acción permanente de comunicación ambiental dentro del entorno académico, con el propósito de fortalecer progresivamente la conciencia ambiental en la comunidad estudiantil.

Se sugiere incorporar contenidos de mayor profundidad en temas relacionados con educación y comunicación ambiental en las asignaturas de la carrera de Ciencias de la Comunicación, favoreciendo el análisis reflexivo y crítico de las problemáticas ambientales contemporáneas.

Se recomienda potenciar el empleo de recursos audiovisuales, plataformas digitales y redes sociales como medios de difusión ambiental, debido a su capacidad para generar interés, sensibilización y participación en temas vinculados a la sostenibilidad y protección del entorno.

Se sugiere desarrollar actividades formativas, campañas ecológicas y espacios participativos que incentiven la ejecución de prácticas ambientales responsables, promoviendo una mayor implicancia estudiantil en acciones orientadas a la conservación ambiental.

Se recomienda fortalecer los programas institucionales de sensibilización ambiental mediante proyectos universitarios que integren información, reflexión y participación activa, permitiendo consolidar actitudes y comportamientos favorables hacia el cuidado del ambiente.

Se sugiere que futuras investigaciones amplíen el estudio hacia diferentes contextos educativos y sociales, incorporando nuevas variables relacionadas con cultura ambiental, medios digitales y participación ciudadana, con la finalidad de profundizar el análisis sobre los factores que intervienen en el desarrollo de la conciencia ambiental.

## REFERENCIAS

### 5.1 Fuentes Bibliográficas

Aparicio, R. (2023). Comunicación ambiental en México: entre la multidisciplina, la práctica y el conflicto socioambiental. Cuadernos.Info, (55), 186–210. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.55857>

Caballero, A. (2023). Desarrollo sostenible: definición, objetivos y ejemplos. Climate Consulting.

Cahuaza, M. (2022). Los Medios Audiovisuales y la Conciencia Ambiental en Niños de Inicial de la I.E.P. EL ARROYITO, Villa María del Triunfo – 2022. Universidad Cesar Vallejo.

Delgado, E. (2010). EDUCACIÓN AMBIENTAL EN LA CRISIS Y CRISIS DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL. In Escuela Universitaria de Educación de Palencia. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/1694/EDUCACI%c3%93N%20AMBIENTAL%20EN%20LA%20CRISIS%20Y%20CRISIS%20DE%20LA%20EDUCACI%c3%93N%20AMBIENTAL%2026-07-2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dobson, A. (2007). Environmental citizenship: Towards sustainable development. Sustainable Development, 15(5), 276–285. <https://doi.org/10.1002/sd.344>

Escudero, E. (2024). HERRAMIENTAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO DE LA CONCIENCIA AMBIENTAL. REVISIÓN INTEGRATIVA. Enfoque, 34(30), 41–56. <https://doi.org/10.48204/j.enfoque.v34n30.a4703>

García, D. (2024). MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA CONCIENCIA AMBIENTAL DE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL COLEGIO NACIONAL MADRE TERESA DE CALCUTA LORETO 2024 [Universidad Nacional de la Amazonia Peruana].

[https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/10555/Damaris\\_Tesis\\_T%c3%adtulo\\_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/10555/Damaris_Tesis_T%c3%adtulo_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gifford, R. (2007). Environmental psychology: Principles and practice. (Allyn & Bacon., Ed.; 2nd, ilustrada ed.). 14 May 2009. [https://books.google.com.pe/books/about/Environmental\\_Psychology.html?id=rTwQAQAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Environmental_Psychology.html?id=rTwQAQAIAAJ&redir_esc=y)

Gonzales, A. (2002). La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt como proyecto histórico de racionalidad revolucionaria. *Revista de Filosofía*, 27, 287–303.

Habernas, J. (1984). Teoría de la acción comunicativa I - Racionalidad de la acción y Racionalización social: Tomo 1 (Grupo Santillana, Ed.).

Hernandez, R. (2014). Metodología de la Investigación (McGRAW-HILL & S. A. D. C. V. INTERAMERICANA EDITORES, Eds.; Sexta edición).

Iqbal, A., Akram, H., & Haroon, S. (2023). Exploring The Role Of Media In Creating Awareness About Environment Among University Students. *Journal of Positive School Psychology*, 2023(3), 208–226. <http://journalppw.com>

Kals, E., Schumacher, D., & Montada, L. (1999). Emotional Affinity toward Nature as a Motivational Basis to Protect Nature. *Environment and Behavior*, 31(2), 178–202. <https://doi.org/10.1177/00139169921972056>

- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260.  
<https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Leff, E. (2004). *RACIONALIDAD AMBIENTAL La reapropiación social de la naturaleza* (Editores Siglo XXI, Ed.).
- Nay, M., & Cordero, M. (2019). Educación Ambiental y Educaciòn para la Sostenibilidad: historia, fundamentos y tendencias. *REVISTA ENCUENTROS*, 17(02). <https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.661>
- Paredes, H. (2022). *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CONCIENCIA AMBIENTAL DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE AMBAR*, 2021.  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6987/Tesis%20Hermerson%20Rostay%20Paredes.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Rojas, T., Marmol, M., & Iturburu, A. (2025). uevos Retos de la Comunicación Ambiental: Revisiones en el Cambio Cultural Climático. *Revista Enfoques de La Comunicación*, 13, 21–64.
- Stern, P. C. (2000). New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.  
<https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Torres, A. (2017). La teoría de la racionalidad limitada de Herbert Simon. *Psicología y Mente*.

Uribe, J. (2023). EFECTO DE MEDIOS AUDIOVISUALES EN MEJORA DE LA CONCIENCIA AMBIENTAL EN ALUMNOS DE 1ero DE SECUNDARIA COLEGIO 60024 IQUITOS 2022 [Universidad Nacional de la Amazonia Peruana].  
[https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/8888/Jory\\_Tesis\\_Titulo\\_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/8888/Jory_Tesis_Titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Villegas, M. (2019). El concepto de racionalidad en la obra de Max Weber. <https://doi.org/10.22201/Fcpys.2448492xe.1985.119.72143>, 31(319).

Viñan, L., Murillo, M., Mendez, P., & Mora, M. (2024). Comunicación Ambiental: Pautas para la gestión armónica de la responsabilidad social, ambiental y universal desde la perspectiva Andina. *Polo Del Conocimiento*, 9(1), 1560–1579.

## **5.2 Fuentes Documentales**

Barbas-Cosano, Á. (2012). Radio educomunicativa y salud ambiental: Propuestas para la comunicación participativa en contextos educativos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 3(2), 47–60. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2012.3.2.03>

Caride, J. A., & Meira, P. Á. (2001). *Educación ambiental y desarrollo humano*. Ariel.

Castillo-Esparcia, A. (2015). Comunicación estratégica y relaciones públicas: Nuevas perspectivas para la gestión institucional. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(9), 5–22. <https://doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-02>

Díaz-Cano, E. D. (2021). Acceso a la información ambiental como derecho humano. *Revista de Derecho Ambiental*, 15(1), 89–108.

Gomera, A., Villamandos, F., & Vaquero, M. (2012). Medición de la conciencia ambiental en las instituciones de educación superior. *Revista de Psicología Social*, 27(1), 85–99. <https://doi.org/10.1174/021347412798844006>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.

Pérez-Rodríguez, M. A., & Delgado-Ponce, Á. (2012). De la competencia digital a la competencia mediática: Dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 25–34. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-02>

Trelles Rodríguez, I. (2006). Comunicación, educación y gestión ambiental en el siglo XXI. *Palabra Clave*, 9(2), 123–138.

### **5.3 Fuentes Hemerográficas**

Torres, A. (2017). *La teoría de la racionalidad limitada de Herbert Simon*. Psicología y Mente

### **5.4 Fuentes Electrónicas**

Caballero, A. (2023). *Desarrollo sostenible: definición, objetivos y ejemplos*. Climate Consulting.

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.

## **ANEXOS**

## Anexo 01. Matriz de Consistencia

| Título                                                                                          | Problemas                                                                                                                                                                     | Objetivos                                                                                                                                                                               | Hipótesis                                                                                                                                                     | Variables                     | Dimensiones                               | Método y Técnicas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025. | Problema general<br>¿Cuál es la relación que existe entre la Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?                  | Objetivo general<br>Determinar la relación existente entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                 | Hipótesis general<br>Existe relación entre la comunicación ambiental y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.       | (X)<br>Comunicación ambiental | Informativa y cognitiva                   | Diseños metodológicos<br>Tipo: Básica (o aplicada, si la escuela lo permite)<br>Nivel / alcance: Correlacional<br>Diseño: No experimental, transversal<br>Enfoque: Cuantitativo<br>Población y muestra<br>Población<br>La población estará conformada por 330 estudiantes de la E. P. de Ciencias de la Comunicación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                 | Problemas específicos<br>¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025? | Objetivos específicos<br>Determinar cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025. | Hipótesis específicas<br>Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión cognitiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025. | (Y)<br>Conciencia Ambiental   | Dimensión Cognitiva<br>Dimensión Afectiva | Muestra<br>Estará conformada por 178 estudiantes.<br>Técnicas e instrumentos de recolección de datos<br>La técnica que se utilizará en la presente investigación fue la encuesta, que se empleará para la obtención de información identidad y acción ambiental.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                 | ¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?                           | Determinar cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           | Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           |                               | Dimensión Conativa<br>Dimensión Activa    | Técnicas para el procesamiento de la información<br>Para procesar los datos se requiere de dos tipos de análisis estadístico: Análisis descriptivo, el cual corresponde a los resultados de frecuencia y porcentajes de cada una de las variables y sus respectivas dimensiones, lo cual puede trabajarse en una hoja de cálculo Excel o en SPSS 26; y se presentarán tanto tablas como gráficos de barras para denotar claramente los niveles hallados. En cuanto al análisis inferencial, se presentarán la prueba de normalidad y la contrastación de la hipótesis general y específicas, determinándose la relación entre las variables. |
|                                                                                                 | ¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?                           | Determinar cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           | Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión conativa en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           |                               |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                 | ¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025?                           | Determinar cuál es la relación que existe entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           | Existe relación entre la comunicación ambiental y la dimensión afectiva en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025.                           |                               |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## Anexo 02.

### Cuestionario que mide la comunicación ambiental

Es de agrado para el autor de este trabajo de investigación su participación en este proceso de encuestado, y esperamos que la opinión que nos brinde es personal, sincera y anónima. Le agradecemos desde ya por sus respuestas y por ser parte de esta importante forma de conocer la problemática medio ambiental.

- El formulario de Google tiene una serie de afirmaciones las mismas que deberá leer atentamente y contestar de acuerdo con las instrucciones respectivas
- Marque solo la alternativa que considere conveniente.
- No debe dejar de contestar ninguna pregunta, ya que no existe respuestas correctas e incorrectas; todas sus respuestas son válidas.

| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|--------------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
| 1                        | 2             | 3       | 4          | 5                     |

| N° | Item                                                                                                                       | Calificación |   |   |   |   |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                                                            | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 |
|    | <b>Dimensión Técnica</b>                                                                                                   |              |   |   |   |   |
| 1  | La información ambiental que recibo en la universidad es clara y fácil de entender.                                        |              |   |   |   |   |
| 2  | Los mensajes ambientales que circulan en la universidad me ayudan a comprender las causas de los problemas ambientales.    |              |   |   |   |   |
| 3  | Los mensajes ambientales me permiten comprender las consecuencias de los problemas ambientales en la sociedad.             |              |   |   |   |   |
| 4  | La información ambiental difundida en la universidad se basa en fuentes confiables.                                        |              |   |   |   |   |
| 5  | Los mensajes ambientales incluyen información que sustenta lo que comunican.                                               |              |   |   |   |   |
| 6  | La comunicación ambiental en la universidad contribuye a fortalecer mis conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente. |              |   |   |   |   |
|    | <b>Dimensión Estética</b>                                                                                                  |              |   |   |   |   |
| 7  | La universidad difunde con frecuencia mensajes o campañas sobre el cuidado del medio ambiente.                             |              |   |   |   |   |
| 8  | Los temas ambientales tienen presencia visible en los canales institucionales que utilizo.                                 |              |   |   |   |   |
| 9  | Los mensajes ambientales usan formatos adecuados para estudiantes universitarios.                                          |              |   |   |   |   |
| 10 | La comunicación ambiental institucional se mantiene de manera constante a lo largo del semestre.                           |              |   |   |   |   |
| 11 | La comunicación ambiental es coherente con las acciones o actividades ambientales promovidas por la universidad.           |              |   |   |   |   |

|    |                                                                                                       |  |  |  |  |  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 12 | Los mensajes ambientales se relacionan con problemas ambientales del entorno local.                   |  |  |  |  |  |
|    | <b>Dimensión Comunicativa</b>                                                                         |  |  |  |  |  |
| 13 | Los mensajes ambientales logran captar mi interés.                                                    |  |  |  |  |  |
| 14 | La comunicación ambiental me impulsa a reflexionar sobre mi responsabilidad frente al medio ambiente. |  |  |  |  |  |
| 15 | Los mensajes ambientales me ayudan a valorar el cuidado del medio ambiente.                           |  |  |  |  |  |
| 16 | La comunicación ambiental promueve espacios de diálogo o participación estudiantil.                   |  |  |  |  |  |
| 17 | Los mensajes ambientales refuerzan valores de respeto y cuidado del entorno.                          |  |  |  |  |  |
| 18 | La comunicación ambiental me motiva a asumir compromisos personales a favor del medio ambiente.       |  |  |  |  |  |

### Anexo 03.

#### Cuestionario que mide la conciencia ambiental

Es de agrado para el autor de este trabajo de investigación su participación en este proceso de encuestado, y esperamos que la opinión que nos brinde es personal, sincera y anónima. Le agradecemos desde ya por sus respuestas y por ser parte de esta importante forma de conocer la problemática medio ambiental.

- El formulario de Google tiene una serie de afirmaciones las mismas que deberá leer atentamente y contestar de acuerdo con las instrucciones respectivas
- Marque solo la alternativa que considere conveniente.
- No debe dejar de contestar ninguna pregunta, ya que no existe respuestas correctas e incorrectas; todas sus respuestas son válidas.

| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Neutral | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|--------------------------|---------------|---------|------------|-----------------------|
| 1                        | 2             | 3       | 4          | 5                     |

| N° | Item                                                                                                    | Calificación |   |   |   |   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                                         | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 |
|    | <b>Dimensión Cognitiva</b>                                                                              |              |   |   |   |   |
| 1  | Conozco acciones concretas para proteger los animales y las plantas de mi entorno.                      |              |   |   |   |   |
| 2  | Comprendo cómo se deterioran los factores bióticos y abióticos del medio ambiente.                      |              |   |   |   |   |
| 3  | Conozco las estrategias de las 3R (reducir, reutilizar y reciclar) y cómo aplicarlas en mi vida diaria. |              |   |   |   |   |
| 4  | Conozco maneras prácticas de reducir mi impacto ambiental.                                              |              |   |   |   |   |
|    | <b>Dimensión Afectiva</b>                                                                               |              |   |   |   |   |
| 5  | Me siento motivado a participar en actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente.          |              |   |   |   |   |
| 6  | Me siento satisfecho cuando observo que las personas de mi entorno cuidan el medio ambiente.            |              |   |   |   |   |
| 7  | Me preocupa la degradación ambiental en mi ciudad o región.                                             |              |   |   |   |   |
| 8  | Me interesa aprender más sobre cómo enfrentar los problemas ambientales.                                |              |   |   |   |   |
| 9  | Valoro la naturaleza y disfruto de los espacios naturales de mi entorno.                                |              |   |   |   |   |
|    | <b>Dimensión Conativa</b>                                                                               |              |   |   |   |   |
| 10 | Estoy dispuesto a sensibilizar a otras personas sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.    |              |   |   |   |   |
| 11 | Estoy dispuesto a comprometerme con acciones ambientales dentro y fuera de la universidad.              |              |   |   |   |   |

|    |                                                                                                       |  |  |  |  |  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 12 | Estoy dispuesto a participar con compañeros, amigos o familiares en iniciativas de cuidado ambiental. |  |  |  |  |  |
| 13 | Reconozco la importancia de asumir responsabilidad personal frente a los problemas ambientales.       |  |  |  |  |  |
|    | <b>Dimensión Activa</b>                                                                               |  |  |  |  |  |
| 14 | Aplico las estrategias de las 3R en mi vida cotidiana.                                                |  |  |  |  |  |
| 15 | Participo en actividades universitarias o comunitarias relacionadas con el cuidado ambiental.         |  |  |  |  |  |
| 16 | Uso responsablemente recursos como el agua y la energía en mi vida diaria.                            |  |  |  |  |  |
| 17 | He adoptado hábitos para reducir mi impacto ambiental.                                                |  |  |  |  |  |
| 18 | Clasifico y dispongo adecuadamente mis residuos cuando existe la posibilidad.                         |  |  |  |  |  |

## Anexo 04.

### Imágenes de las bases de datos de la variable comunicación ambiental

|    | A          | B    | C    | D    | E    | F    | G    | H  | I    | J    | K    | L     | M     | N     | O  | P     | Q     | R     | S     | T     | U     | V  | W           | X | Y | Z |
|----|------------|------|------|------|------|------|------|----|------|------|------|-------|-------|-------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|-------------|---|---|---|
| 1  |            |      |      |      |      |      |      |    |      |      |      |       |       |       |    |       |       |       |       |       |       |    |             |   |   |   |
| 2  | Encuestado | CA 1 | CA 2 | CA 3 | CA 4 | CA 5 | CA 6 | D1 | CA 7 | CA 8 | CA 9 | CA 10 | CA 11 | CA 12 | D2 | CA 13 | CA 14 | CA 15 | CA 16 | CA 17 | CA 18 | D3 | TOTAL VAR 1 |   |   |   |
| 3  | 1          | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 25 | 3    | 3    | 3    | 3     | 3     | 3     | 18 | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 21 | 64          |   |   |   |
| 4  | 2          | 2    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 18 | 4    | 3    | 3    | 3     | 3     | 4     | 20 | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 12 | 50          |   |   |   |
| 5  | 3          | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 27 | 3    | 4    | 3    | 3     | 3     | 5     | 21 | 3     | 4     | 5     | 4     | 3     | 5     | 24 | 72          |   |   |   |
| 6  | 4          | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30 | 5    | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 30 | 5     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 24 | 84          |   |   |   |
| 7  | 5          | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 23 | 2    | 2    | 2    | 1     | 3     | 2     | 12 | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 2     | 19 | 54          |   |   |   |
| 8  | 6          | 3    | 4    | 2    | 4    | 3    | 2    | 18 | 1    | 1    | 2    | 1     | 2     | 2     | 10 | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 18 | 46          |   |   |   |
| 9  | 7          | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30 | 5    | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 30 | 4     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 19 | 79          |   |   |   |
| 10 | 8          | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 26 | 4    | 3    | 3    | 3     | 3     | 4     | 20 | 5     | 4     | 3     | 4     | 5     | 3     | 24 | 70          |   |   |   |
| 11 | 9          | 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 1    | 20 | 2    | 1    | 1    | 1     | 2     | 1     | 8  | 3     | 2     | 3     | 4     | 5     | 2     | 19 | 47          |   |   |   |
| 12 | 10         | 3    | 2    | 4    | 3    | 4    | 1    | 20 | 1    | 3    | 3    | 1     | 1     | 3     | 21 | 3     | 3     | 2     | 3     | 2     | 3     | 10 | 37          |   |   |   |
| 13 | 11         | 1    | 3    | 2    | 2    | 2    | 2    | 14 | 1    | 4    | 4    | 3     | 1     | 4     | 22 | 3     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 24 | 60          |   |   |   |
| 14 | 12         | 2    | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    | 13 | 3    | 3    | 3    | 3     | 1     | 3     | 19 | 3     | 2     | 3     | 3     | 3     | 4     | 10 | 50          |   |   |   |
| 15 | 13         | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 19 | 2    | 3    | 3    | 2     | 2     | 4     | 16 | 3     | 2     | 2     | 3     | 2     | 3     | 15 | 50          |   |   |   |
| 16 | 14         | 2    | 3    | 2    | 1    | 1    | 1    | 10 | 1    | 1    | 1    | 1     | 1     | 4     | 6  | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 6  | 20          |   |   |   |
| 17 | 15         | 1    | 1    | 5    | 1    | 1    | 1    | 6  | 1    | 1    | 1    | 1     | 1     | 4     | 7  | 1     | 3     | 3     | 1     | 4     | 1     | 8  | 24          |   |   |   |
| 18 | 16         | 1    | 2    | 3    | 2    | 3    | 3    | 15 | 1    | 4    | 4    | 4     | 4     | 5     | 26 | 2     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 13 | 54          |   |   |   |
| 19 | 17         | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6  | 1    | 2    | 2    | 2     | 1     | 3     | 11 | 2     | 2     | 2     | 1     | 3     | 2     | 14 | 31          |   |   |   |
| 20 | 18         | 5    | 5    | 3    | 4    | 4    | 4    | 25 | 3    | 3    | 4    | 4     | 4     | 3     | 21 | 2     | 2     | 3     | 2     | 3     | 3     | 15 | 61          |   |   |   |
| 21 | 19         | 1    | 2    | 3    | 3    | 2    | 1    | 13 | 1    | 3    | 2    | 3     | 3     | 3     | 17 | 2     | 2     | 2     | 3     | 2     | 2     | 13 | 43          |   |   |   |
| 22 | 20         | 1    | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 14 | 1    | 2    | 1    | 1     | 2     | 2     | 10 | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 6  | 30          |   |   |   |
| 23 | 21         | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 29 | 5    | 4    | 5    | 5     | 5     | 5     | 29 | 5     | 5     | 5     | 5     | 4     | 5     | 29 | 87          |   |   |   |
| 24 | 22         | 1    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 16 | 2    | 2    | 3    | 2     | 2     | 2     | 13 | 3     | 2     | 1     | 2     | 2     | 3     | 13 | 42          |   |   |   |
| 25 | 23         | 3    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 21 | 3    | 3    | 3    | 3     | 2     | 3     | 17 | 4     | 3     | 2     | 2     | 3     | 3     | 17 | 55          |   |   |   |
| 26 | 24         | 3    | 3    | 1    | 2    | 2    | 2    | 13 | 1    | 1    | 1    | 2     | 2     | 1     | 8  | 1     | 2     | 2     | 1     | 1     | 2     | 9  | 30          |   |   |   |
| 27 | 25         | 3    | 2    | 1    | 2    | 2    | 2    | 12 | 1    | 3    | 2    | 2     | 3     | 3     | 15 | 3     | 3     | 3     | 3     | 2     | 4     | 18 | 46          |   |   |   |

| Encuestado | Informativa y cognitiva |      |      |      |      |      | Estrategia y de canales |      |      |       |       |       | Persuasiva y sensibilizador |       |       |       |       |       | TOTAL VAR 1 |       |    |    |
|------------|-------------------------|------|------|------|------|------|-------------------------|------|------|-------|-------|-------|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|-------|----|----|
|            | CA 1                    | CA 2 | CA 3 | CA 4 | CA 5 | CA 6 | CA 7                    | CA 8 | CA 9 | CA 10 | CA 11 | CA 12 | D2                          | CA 13 | CA 14 | CA 15 | CA 16 | CA 17 |             | CA 18 | D3 |    |
| 1          | 4                       | 4    | 3    | 3    | 5    | 4    | 9                       | 25   | 3    | 3     | 3     | 3     | 3                           | 18    | 4     | 3     | 4     | 4     | 3           | 3     | 21 | 64 |
| 2          | 2                       | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3                       | 18   | 4    | 3     | 3     | 3     | 4                           | 20    | 2     | 2     | 2     | 2     | 2           | 12    | 50 |    |
| 3          | 5                       | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 27                      | 3    | 4    | 3     | 3     | 3     | 5                           | 21    | 3     | 4     | 5     | 4     | 3           | 24    | 72 |    |
| 4          | 5                       | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 4     | 4     | 3     | 4           | 24    | 84 |    |
| 5          | 4                       | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 23                      | 2    | 2    | 2     | 1     | 3     | 2                           | 12    | 3     | 3     | 4     | 3     | 2           | 4     | 19 | 54 |
| 6          | 3                       | 4    | 2    | 4    | 3    | 2    | 18                      | 2    | 1    | 2     | 1     | 2     | 2                           | 10    | 3     | 3     | 3     | 3     | 3           | 18    | 46 |    |
| 7          | 5                       | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 4     | 3     | 3     | 3     | 3           | 19    | 79 |    |
| 8          | 5                       | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 26                      | 4    | 3    | 3     | 3     | 3     | 4                           | 20    | 5     | 4     | 3     | 4     | 5           | 3     | 24 | 70 |
| 9          | 4                       | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 20                      | 2    | 1    | 1     | 1     | 2     | 1                           | 8     | 3     | 2     | 3     | 4     | 5           | 2     | 19 | 47 |
| 10         | 3                       | 2    | 4    | 3    | 4    | 4    | 20                      | 4    | 3    | 3     | 4     | 4     | 3                           | 21    | 3     | 3     | 2     | 3     | 2           | 3     | 16 | 57 |
| 11         | 2                       | 3    | 2    | 2    | 2    | 3    | 14                      | 3    | 4    | 4     | 3     | 4     | 4                           | 22    | 3     | 5     | 4     | 4     | 4           | 4     | 24 | 60 |
| 12         | 2                       | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    | 13                      | 3    | 3    | 3     | 3     | 4     | 3                           | 19    | 3     | 2     | 3     | 3     | 3           | 4     | 18 | 50 |
| 13         | 3                       | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 19                      | 2    | 3    | 3     | 2     | 2     | 4                           | 16    | 3     | 2     | 2     | 3     | 2           | 3     | 15 | 50 |
| 14         | 2                       | 3    | 2    | 1    | 1    | 1    | 10                      | 1    | 1    | 1     | 1     | 1     | 1                           | 6     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 22 |
| 15         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 2    | 1    | 1     | 1     | 1     | 1                           | 7     | 1     | 2     | 2     | 1     | 1           | 1     | 8  | 21 |
| 16         | 3                       | 2    | 2    | 2    | 3    | 3    | 15                      | 5    | 4    | 4     | 4     | 4     | 5                           | 26    | 2     | 2     | 3     | 2     | 2           | 2     | 13 | 54 |
| 17         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 1    | 2    | 2     | 2     | 1     | 3                           | 11    | 2     | 2     | 2     | 3     | 3           | 2     | 14 | 31 |
| 18         | 5                       | 5    | 3    | 4    | 4    | 4    | 25                      | 3    | 3    | 4     | 4     | 4     | 3                           | 21    | 2     | 2     | 3     | 2     | 3           | 3     | 15 | 61 |
| 19         | 2                       | 2    | 3    | 3    | 2    | 1    | 13                      | 3    | 3    | 2     | 3     | 3     | 3                           | 17    | 2     | 2     | 2     | 3     | 2           | 2     | 13 | 43 |
| 20         | 2                       | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 14                      | 2    | 2    | 1     | 1     | 2     | 2                           | 10    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 30 |
| 21         | 5                       | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 29                      | 5    | 4    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 29    | 5     | 5     | 5     | 5     | 4           | 5     | 29 | 87 |
| 22         | 2                       | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 16                      | 2    | 2    | 3     | 2     | 2     | 2                           | 13    | 3     | 2     | 1     | 2     | 2           | 3     | 13 | 42 |
| 23         | 3                       | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 21                      | 3    | 3    | 3     | 3     | 2     | 3                           | 17    | 4     | 3     | 2     | 2     | 3           | 3     | 17 | 55 |
| 24         | 3                       | 3    | 1    | 2    | 2    | 2    | 13                      | 1    | 1    | 1     | 2     | 2     | 1                           | 8     | 1     | 2     | 2     | 1     | 1           | 2     | 9  | 30 |
| 25         | 3                       | 2    | 1    | 2    | 2    | 2    | 12                      | 3    | 3    | 2     | 2     | 3     | 3                           | 16    | 3     | 3     | 3     | 3     | 2           | 4     | 18 | 46 |
| 26         | 3                       | 4    | 2    | 4    | 3    | 3    | 19                      | 2    | 4    | 3     | 3     | 3     | 3                           | 18    | 3     | 4     | 4     | 3     | 4           | 4     | 22 | 59 |
| 27         | 2                       | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 12                      | 2    | 3    | 2     | 2     | 2     | 2                           | 13    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 31 |
| 28         | 5                       | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25                      | 3    | 3    | 3     | 3     | 2     | 5                           | 19    | 3     | 3     | 2     | 3     | 3           | 4     | 18 | 62 |
| 29         | 2                       | 2    | 1    | 2    | 3    | 2    | 12                      | 2    | 3    | 2     | 3     | 2     | 2                           | 14    | 4     | 2     | 3     | 4     | 3           | 2     | 18 | 44 |
| 30         | 4                       | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 16                      | 3    | 2    | 1     | 1     | 2     | 1                           | 10    | 2     | 3     | 3     | 3     | 2           | 3     | 16 | 42 |
| 31         | 3                       | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 15                      | 3    | 3    | 3     | 2     | 2     | 4                           | 17    | 5     | 4     | 4     | 4     | 3           | 3     | 23 | 55 |
| 32         | 4                       | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 28                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5           | 5     | 30 | 88 |
| 33         | 3                       | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 20                      | 4    | 5    | 2     | 3     | 4     | 3                           | 21    | 5     | 4     | 3     | 3     | 2           | 3     | 20 | 61 |
| 34         | 1                       | 1    | 2    | 2    | 1    | 1    | 8                       | 1    | 1    | 1     | 1     | 1     | 1                           | 6     | 1     | 1     | 1     | 2     | 1           | 2     | 8  | 22 |
| 35         | 5                       | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 29                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 4     | 5     | 4     | 4           | 4     | 26 | 85 |
| 36         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 2    | 2    | 2     | 1     | 2     | 1                           | 10    | 2     | 1     | 1     | 2     | 2           | 1     | 9  | 25 |
| 37         | 3                       | 4    | 2    | 3    | 3    | 3    | 18                      | 5    | 4    | 2     | 4     | 4     | 3                           | 22    | 3     | 3     | 5     | 4     | 4           | 4     | 23 | 63 |
| 38         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 1    | 1    | 1     | 1     | 1     | 1                           | 6     | 2     | 2     | 2     | 1     | 1           | 1     | 9  | 21 |
| 39         | 2                       | 2    | 2    | 2    | 2    | 3    | 13                      | 2    | 2    | 2     | 1     | 1     | 1                           | 9     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 28 |
| 40         | 3                       | 4    | 3    | 3    | 5    | 2    | 20                      | 2    | 3    | 3     | 3     | 3     | 2                           | 16    | 2     | 2     | 2     | 3     | 1           | 2     | 12 | 48 |
| 41         | 3                       | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 19                      | 4    | 3    | 3     | 5     | 3     | 4                           | 22    | 2     | 1     | 2     | 2     | 3           | 3     | 13 | 54 |
| 42         | 5                       | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 29                      | 4    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 29    | 3     | 4     | 3     | 3     | 4           | 3     | 20 | 78 |
| 43         | 3                       | 1    | 2    | 1    | 3    | 2    | 12                      | 2    | 3    | 3     | 3     | 3     | 2                           | 16    | 3     | 2     | 3     | 2     | 2           | 2     | 14 | 42 |
| 44         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 2    | 2    | 2     | 3     | 2     | 3                           | 14    | 1     | 1     | 1     | 1     | 2           | 1     | 7  | 27 |
| 45         | 1                       | 1    | 2    | 1    | 1    | 1    | 7                       | 2    | 2    | 2     | 1     | 2     | 2                           | 11    | 2     | 1     | 1     | 2     | 1           | 2     | 9  | 27 |
| 46         | 2                       | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 12                      | 3    | 1    | 2     | 3     | 1     | 3                           | 13    | 3     | 3     | 5     | 4     | 5           | 5     | 25 | 50 |
| 47         | 2                       | 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 9                       | 2    | 3    | 3     | 3     | 3     | 3                           | 17    | 2     | 3     | 2     | 3     | 2           | 2     | 14 | 40 |
| 48         | 5                       | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 29                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5           | 5     | 30 | 89 |
| 49         | 4                       | 4    | 4    | 4    | 2    | 3    | 21                      | 5    | 5    | 4     | 5     | 5     | 5                           | 29    | 3     | 4     | 3     | 4     | 3           | 2     | 19 | 69 |
| 50         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 1    | 1    | 2     | 2     | 1     | 2                           | 9     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 21 |
| 51         | 2                       | 3    | 3    | 3    | 3    | 2    | 15                      | 3    | 3    | 3     | 4     | 4     | 4                           | 23    | 4     | 4     | 4     | 3     | 5           | 4     | 24 | 62 |
| 52         | 3                       | 3    | 3    | 4    | 3    | 4    | 20                      | 3    | 3    | 3     | 4     | 3     | 3                           | 19    | 2     | 3     | 1     | 1     | 2           | 2     | 11 | 50 |
| 53         | 2                       | 3    | 3    | 2    | 2    | 2    | 14                      | 4    | 2    | 3     | 3     | 2     | 4                           | 18    | 2     | 3     | 3     | 2     | 2           | 1     | 13 | 45 |
| 54         | 4                       | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 22                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 4     | 5                           | 29    | 4     | 4     | 5     | 4     | 5           | 4     | 26 | 77 |
| 55         | 5                       | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30                      | 4    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 29    | 4     | 4     | 4     | 4     | 3           | 4     | 23 | 82 |
| 56         | 3                       | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 22                      | 3    | 3    | 3     | 3     | 4     | 2                           | 18    | 5     | 5     | 4     | 5     | 5           | 5     | 29 | 69 |
| 57         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 2    | 1    | 7                       | 4    | 4    | 2     | 2     | 3     | 2                           | 17    | 1     | 2     | 2     | 2     | 3           | 2     | 12 | 36 |
| 58         | 2                       | 3    | 2    | 2    | 1    | 2    | 12                      | 3    | 2    | 2     | 1     | 2     | 2                           | 12    | 2     | 2     | 2     | 3     | 2           | 2     | 13 | 37 |
| 59         | 4                       | 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 20                      | 3    | 3    | 3     | 4     | 3     | 4                           | 20    | 5     | 4     | 4     | 4     | 4           | 4     | 25 | 65 |
| 60         | 4                       | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 24                      | 2    | 3    | 3     | 4     | 4     | 3                           | 19    | 4     | 4     | 4     | 3     | 3           | 4     | 22 | 65 |
| 61         | 2                       | 1    | 2    | 2    | 2    | 3    | 12                      | 3    | 3    | 2     | 2     | 3     | 2                           | 15    | 2     | 2     | 3     | 3     | 3           | 2     | 15 | 42 |
| 62         | 4                       | 3    | 2    | 2    | 3    | 4    | 18                      | 3    | 4    | 4     | 4     | 4     | 4                           | 23    | 3     | 2     | 4     | 3     | 3           | 3     | 18 | 59 |
| 63         | 1                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 6                       | 1    | 2    | 2     | 1     | 1     | 2                           | 9     | 1     | 2     | 3     | 3     | 3           | 2     | 14 | 29 |
| 64         | 2                       | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 14                      | 2    | 1    | 2     | 2     | 2     | 1                           | 10    | 2     | 1     | 1     | 2     | 1           | 1     | 8  | 32 |
| 65         | 3                       | 3    | 4    | 5    | 5    | 4    | 24                      | 4    | 5    | 5     | 4     | 5     | 5                           | 28    | 5     | 3     | 5     | 4     | 3           | 4     | 24 | 76 |
| 66         | 5                       | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5           | 5     | 30 | 90 |
| 67         | 3                       | 4    | 4    | 1    | 4    | 2    | 18                      | 3    | 2    | 3     | 3     | 2     | 2                           | 15    | 3     | 3     | 5     | 4     | 3           | 4     | 22 | 55 |
| 68         | 5                       | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 27                      | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5                           | 30    | 5     | 5     | 4     | 5     | 5           | 5     | 29 | 86 |
| 69         | 4                       | 4    | 5    | 5    | 3    | 4    | 25                      | 4    | 5    | 4     | 4     | 5     | 4                           | 26    | 2     | 3     | 4     | 3     | 4           | 4     | 20 | 71 |
| 70         | 2                       | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    | 15                      | 1    | 2    | 2     | 2     | 2     | 1                           | 10    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1           | 1     | 6  | 31 |

|     |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |    |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|----|
| 71  | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 28 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 17 | 66 |
| 72  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 89 |
| 73  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 20 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 14 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 15 | 46 |
| 74  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 90 |
| 75  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 18 |
| 76  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 | 84 |
| 77  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 18 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 | 48 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 | 56 |
| 79  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 12 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 16 | 45 |
| 80  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 18 |
| 81  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 24 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 11 | 51 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 19 | 55 |
| 83  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 24 | 80 |
| 84  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 | 33 |
| 85  | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 9  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 19 | 35 |
| 86  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 8  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 33 |
| 87  | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 76 |
| 88  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 | 64 |
| 89  | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 10 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 | 30 |
| 90  | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 | 75 |
| 91  | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 22 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 14 | 60 |
| 92  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 | 77 |
| 93  | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 9  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 | 27 |
| 94  | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 15 | 58 |
| 95  | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 9  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 | 39 |
| 96  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 19 |
| 97  | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 26 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 | 73 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 78 |
| 99  | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 25 | 64 |
| 100 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 15 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 15 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 10 | 40 |
| 101 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 10 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 26 |
| 102 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 9  | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 48 |
| 103 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 19 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 10 | 45 |
| 104 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 9  | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 11 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 9  | 29 |
| 105 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 11 | 41 |
| 106 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 10 | 51 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 86 |
| 108 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 | 61 |
| 109 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 18 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 16 | 47 |
| 110 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 41 |
| 111 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 8  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 20 |
| 112 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 52 |
| 113 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 47 |
| 114 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 90 |
| 115 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 | 55 |
| 116 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3  | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 52 |
| 117 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 21 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 14 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 18 | 53 |
| 118 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 32 |
| 119 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 82 |
| 120 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 64 |
| 121 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 26 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 79 |
| 122 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7  | 25 |
| 123 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 88 |
| 124 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 18 |
| 125 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 | 69 |
| 126 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 90 |
| 127 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 9  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 22 |
| 128 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 11 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 14 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 9  | 34 |
| 129 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 21 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 | 62 |
| 130 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 15 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 16 | 46 |
| 131 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 7  | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 22 |
| 132 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 25 | 68 |
| 133 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 11 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 8  | 30 |
| 134 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 79 |
| 135 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 16 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 12 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 | 41 |
| 136 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 | 87 |
| 137 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 13 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 12 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 | 46 |
| 138 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 11 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 16 | 43 |
| 139 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 | 73 |
| 140 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 11 | 24 |
| 141 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 24 | 53 |
| 142 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 81 |
| 143 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 7  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  | 21 |
| 144 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 16 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 13 | 52 |
| 145 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 17 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 58 |
| 146 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 20 | 80 |
| 147 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 | 28 |
| 148 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 11 | 30 |
| 149 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 22 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 20 | 61 |
| 150 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 | 66 |
| 151 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 13 | 54 |
| 152 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 63 |
| 153 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 14 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8  | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 17 | 39 |
| 154 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 20 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 59 |
| 155 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 16 | 63 |
| 156 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 | 40 |
| 157 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 9  |

## Anexo 05.

### Imágenes de las bases de datos de la variable conciencia ambiental

The screenshot displays an Excel spreadsheet titled 'Base de Datos'. The spreadsheet is organized into columns representing different dimensions of environmental awareness: Cognitiva (CON. 1 to CON. 4), Afectiva (CON. 5 to CON. 8), Conativa (CON. 9 to CON. 13), and Activa (CON. 14 to CON. 18). Each dimension is further divided into sub-dimensions (D1 to D4). The final column, 'TOTAL VAF', represents the sum of all dimensions. The spreadsheet includes a formula bar at the top showing the formula for the 'TOTAL VAF' column:  $=4AK3+AQ3+AI.3+AF.3$ . The status bar at the bottom indicates 'Lista', 'Accesibilidad: todo correcto', 'Promedio: 55.16750135', 'Recuento: 176', 'Suma: 9463', and '100%'.

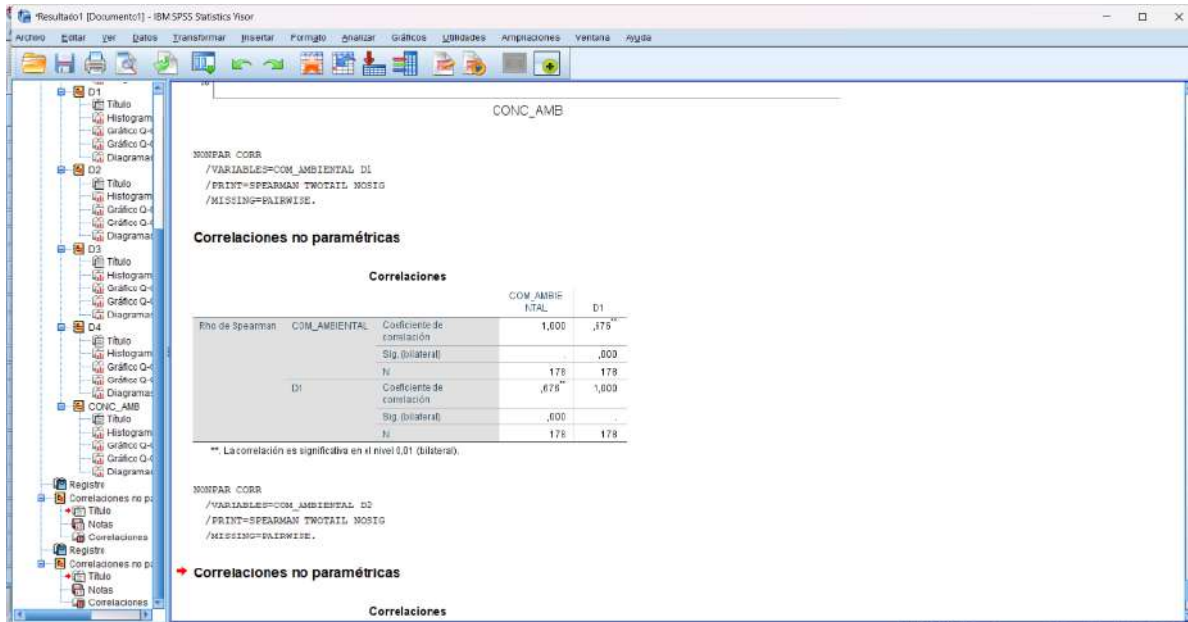
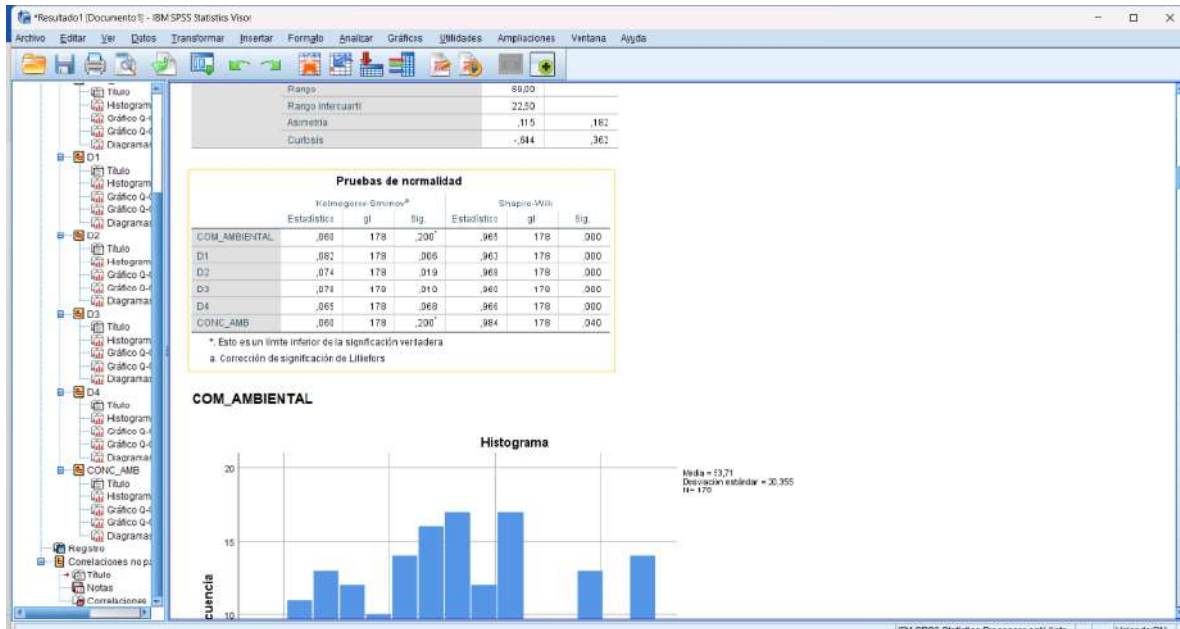
|    | AB | AC | AD | AE | AF | AG  | AH | AI | AJ | AK | AL | AM  | AN | AO | AP | AQ | AR  | AS | AT | AU   | AV | AW | AX |
|----|----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|-----|----|----|------|----|----|----|
| 1  |    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |     |    |    |      |    |    |    |
| 2  | 1  | 4  | 3  | 4  | 3  | 14  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 16  | 3  | 3  | 4  | 2  | 12  | 4  | 3  | 2    | 2  | 1  | 15 |
| 3  | 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 20  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 12  | 3  | 3  | 3  | 12 | 4   | 3  | 4  | 3    | 3  | 17 |    |
| 4  | 3  | 3  | 5  | 4  | 5  | 17  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 17  | 3  | 3  | 2  | 4  | 12  | 2  | 3  | 3    | 5  | 1  |    |
| 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 14  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 20  | 3  | 4  | 4  | 4  | 15  | 5  | 5  | 5    | 5  | 1  |    |
| 6  | 5  | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16  | 3  | 2  | 3  | 5  | 13  | 2  | 4  | 3    | 3  | 1  |    |
| 7  | 6  | 4  | 2  | 5  | 2  | 14  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22  | 3  | 2  | 2  | 2  | 9   | 3  | 2  | 3    | 2  | 13 |    |
| 8  | 7  | 4  | 5  | 3  | 4  | 16  | 4  | 4  | 5  | 3  | 5  | 21  | 5  | 5  | 5  | 20 | 4   | 4  | 4  | 4    | 5  | 11 |    |
| 9  | 8  | 3  | 4  | 5  | 4  | 16  | 5  | 4  | 4  | 5  | 8  | 21  | 3  | 2  | 2  | 3  | 10  | 4  | 4  | 3    | 3  | 1  |    |
| 10 | 9  | 3  | 3  | 3  | 3  | 12  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 15  | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 2  | 3  | 3    | 3  | 2  |    |
| 11 | 10 | 3  | 3  | 1  | 3  | 13  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 14  | 2  | 2  | 3  | 3  | 10  | 2  | 3  | 2    | 2  | 12 |    |
| 12 | 11 | 4  | 3  | 2  | 2  | 8   | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 12  | 1  | 4  | 1  | 4  | 4   | 1  | 4  | 2    | 3  | 7  |    |
| 13 | 12 | 1  | 1  | 1  | 1  | 4   | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 15  | 1  | 2  | 2  | 2  | 7   | 3  | 3  | 3    | 4  | 1  |    |
| 14 | 13 | 3  | 3  | 3  | 3  | 12  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16  | 5  | 3  | 3  | 4  | 15  | 3  | 4  | 3    | 3  | 16 |    |
| 15 | 14 | 2  | 2  | 4  | 3  | 13  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 6   | 2  | 1  | 2  | 1  | 6   | 1  | 1  | 1    | 1  | 6  |    |
| 16 | 15 | 1  | 2  | 2  | 1  | 6   | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 5   | 1  | 2  | 1  | 2  | 6   | 2  | 1  | 2    | 1  | 2  |    |
| 17 | 16 | 2  | 1  | 1  | 1  | 5   | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 14  | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 4  | 3  | 2    | 2  | 3  |    |
| 18 | 17 | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 16  | 2  | 2  | 3  | 3  | 10  | 3  | 1  | 1    | 1  | 2  |    |
| 19 | 18 | 5  | 4  | 3  | 4  | 16  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 22  | 1  | 3  | 3  | 3  | 13  | 3  | 2  | 3    | 2  | 1  |    |
| 20 | 19 | 1  | 1  | 1  | 2  | 5   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 17  | 2  | 2  | 3  | 3  | 10  | 3  | 2  | 2    | 2  | 1  |    |
| 21 | 20 | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 6   | 2  | 2  | 1  | 2  | 8   | 1  | 2  | 2    | 1  | 7  |    |
| 22 | 21 | 3  | 5  | 5  | 4  | 17  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25  | 1  | 5  | 4  | 5  | 18  | 5  | 3  | 5    | 4  | 1  |    |
| 23 | 22 | 2  | 2  | 1  | 2  | 7   | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 15  | 2  | 2  | 2  | 2  | 8   | 1  | 2  | 1    | 2  | 1  |    |
| 24 | 23 | 3  | 4  | 4  | 4  | 15  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 24  | 4  | 3  | 2  | 3  | 11  | 4  | 4  | 4    | 2  | 1  |    |
| 25 | 24 | 2  | 2  | 2  | 1  | 7   | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 7   | 1  | 1  | 1  | 1  | 4   | 2  | 1  | 2    | 2  | 1  |    |
| 26 | 25 | 3  | 4  | 3  | 3  | 13  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 8   | 2  | 2  | 3  | 2  | 9   | 2  | 3  | 2    | 4  | 2  |    |
| 27 | 26 | 4  | 4  | 4  | 4  | 16  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 10  | 3  | 3  | 3    | 3  | 3  |    |
| 28 | 27 | 5  | 5  | 5  | 5  | 20  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 16  | 4  | 4  | 4  | 4  | 12  | 4  | 4  | 4    | 4  | 4  |    |
| 29 | 28 | 6  | 6  | 6  | 6  | 24  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 20  | 5  | 5  | 5  | 5  | 15  | 5  | 5  | 5    | 5  | 5  |    |
| 30 | 29 | 7  | 7  | 7  | 7  | 28  | 6  | 6  | 6  | 6  | 6  | 24  | 6  | 6  | 6  | 6  | 18  | 6  | 6  | 6    | 6  | 6  |    |
| 31 | 30 | 8  | 8  | 8  | 8  | 32  | 7  | 7  | 7  | 7  | 7  | 28  | 7  | 7  | 7  | 7  | 21  | 7  | 7  | 7    | 7  | 7  |    |
| 32 | 31 | 9  | 9  | 9  | 9  | 36  | 8  | 8  | 8  | 8  | 8  | 32  | 8  | 8  | 8  | 8  | 24  | 8  | 8  | 8    | 8  | 8  |    |
| 33 | 32 | 10 | 10 | 10 | 10 | 40  | 9  | 9  | 9  | 9  | 9  | 36  | 9  | 9  | 9  | 9  | 27  | 9  | 9  | 9    | 9  | 9  |    |
| 34 | 33 | 11 | 11 | 11 | 11 | 44  | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 40  | 10 | 10 | 10 | 10 | 30  | 10 | 10 | 10   | 10 | 10 |    |
| 35 | 34 | 12 | 12 | 12 | 12 | 48  | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 44  | 11 | 11 | 11 | 11 | 33  | 11 | 11 | 11   | 11 | 11 |    |
| 36 | 35 | 13 | 13 | 13 | 13 | 52  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 48  | 12 | 12 | 12 | 12 | 36  | 12 | 12 | 12   | 12 | 12 |    |
| 37 | 36 | 14 | 14 | 14 | 14 | 56  | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 52  | 13 | 13 | 13 | 13 | 39  | 13 | 13 | 13   | 13 | 13 |    |
| 38 | 37 | 15 | 15 | 15 | 15 | 60  | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 56  | 14 | 14 | 14 | 14 | 42  | 14 | 14 | 14   | 14 | 14 |    |
| 39 | 38 | 16 | 16 | 16 | 16 | 64  | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 60  | 15 | 15 | 15 | 15 | 45  | 15 | 15 | 15   | 15 | 15 |    |
| 40 | 39 | 17 | 17 | 17 | 17 | 68  | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 64  | 16 | 16 | 16 | 16 | 48  | 16 | 16 | 16   | 16 | 16 |    |
| 41 | 40 | 18 | 18 | 18 | 18 | 72  | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 68  | 17 | 17 | 17 | 17 | 51  | 17 | 17 | 17   | 17 | 17 |    |
| 42 | 41 | 19 | 19 | 19 | 19 | 76  | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 72  | 18 | 18 | 18 | 18 | 54  | 18 | 18 | 18   | 18 | 18 |    |
| 43 | 42 | 20 | 20 | 20 | 20 | 80  | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 76  | 19 | 19 | 19 | 19 | 57  | 19 | 19 | 19   | 19 | 19 |    |
| 44 | 43 | 21 | 21 | 21 | 21 | 84  | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 80  | 20 | 20 | 20 | 20 | 60  | 20 | 20 | 20   | 20 | 20 |    |
| 45 | 44 | 22 | 22 | 22 | 22 | 88  | 21 | 21 | 21 | 21 | 21 | 84  | 21 | 21 | 21 | 21 | 63  | 21 | 21 | 21   | 21 | 21 |    |
| 46 | 45 | 23 | 23 | 23 | 23 | 92  | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 88  | 22 | 22 | 22 | 22 | 66  | 22 | 22 | 22   | 22 | 22 |    |
| 47 | 46 | 24 | 24 | 24 | 24 | 96  | 23 | 23 | 23 | 23 | 23 | 92  | 23 | 23 | 23 | 23 | 69  | 23 | 23 | 23   | 23 | 23 |    |
| 48 | 47 | 25 | 25 | 25 | 25 | 100 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 96  | 24 | 24 | 24 | 24 | 72  | 24 | 24 | 24   | 24 | 24 |    |
| 49 | 48 | 26 | 26 | 26 | 26 | 104 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 100 | 25 | 25 | 25 | 25 | 75  | 25 | 25 | 25   | 25 | 25 |    |
| 50 | 49 | 27 | 27 | 27 | 27 | 108 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 104 | 26 | 26 | 26 | 26 | 78  | 26 | 26 | 26   | 26 | 26 |    |
| 51 | 50 | 28 | 28 | 28 | 28 | 112 | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 | 108 | 27 | 27 | 27 | 27 | 81  | 27 | 27 | 27   | 27 | 27 |    |
| 52 | 51 | 29 | 29 | 29 | 29 | 116 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 112 | 28 | 28 | 28 | 28 | 84  | 28 | 28 | 28   | 28 | 28 |    |
| 53 | 52 | 30 | 30 | 30 | 30 | 120 | 29 | 29 | 29 | 29 | 29 | 116 | 29 | 29 | 29 | 29 | 87  | 29 | 29 | 29   | 29 | 29 |    |
| 54 | 53 | 31 | 31 | 31 | 31 | 124 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 120 | 30 | 30 | 30 | 30 | 90  | 30 | 30 | 30   | 30 | 30 |    |
| 55 | 54 | 32 | 32 | 32 | 32 | 128 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 124 | 31 | 31 | 31 | 31 | 93  | 31 | 31 | 31   | 31 | 31 |    |
| 56 | 55 | 33 | 33 | 33 | 33 | 132 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 128 | 32 | 32 | 32 | 32 | 96  | 32 | 32 | 32   | 32 | 32 |    |
| 57 | 56 | 34 | 34 | 34 | 34 | 136 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 132 | 33 | 33 | 33 | 33 | 99  | 33 | 33 | 33   | 33 | 33 |    |
| 58 | 57 | 35 | 35 | 35 | 35 | 140 | 34 | 34 | 34 | 34 | 34 | 136 | 34 | 34 | 34 | 34 | 102 | 34 | 34 | 34   | 34 | 34 |    |
| 59 | 58 | 36 | 36 | 36 | 36 | 144 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 140 | 35 | 35 | 35 | 35 | 105 | 35 | 35 | 35   | 35 | 35 |    |
| 60 | 59 | 37 | 37 | 37 | 37 | 148 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 144 | 36 | 36 | 36 | 36 | 108 | 36 | 36 | 36   | 36 | 36 |    |
| 61 | 60 | 38 | 38 | 38 | 38 | 152 | 37 | 37 | 37 | 37 | 37 | 148 | 37 | 37 | 37 | 37 | 111 | 37 | 37 | 37   | 37 | 37 |    |
| 62 | 61 | 39 | 39 | 39 | 39 | 156 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 152 | 38 | 38 | 38 | 38 | 114 | 38 | 38 | 38   | 38 | 38 |    |
| 63 | 62 | 40 | 40 | 40 | 40 | 160 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 156 | 39 | 39 | 39 | 39 | 117 | 39 | 39 | 39   | 39 | 39 |    |
| 64 | 63 | 41 | 41 | 41 | 41 | 164 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 160 | 40 | 40 | 40 | 40 | 120 | 40 | 40 | 40   | 40 | 40 |    |
| 65 | 64 | 42 | 42 | 42 | 42 | 168 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 164 | 41 | 41 | 41 | 41 | 123 | 41 | 41 | 41</ |    |    |    |

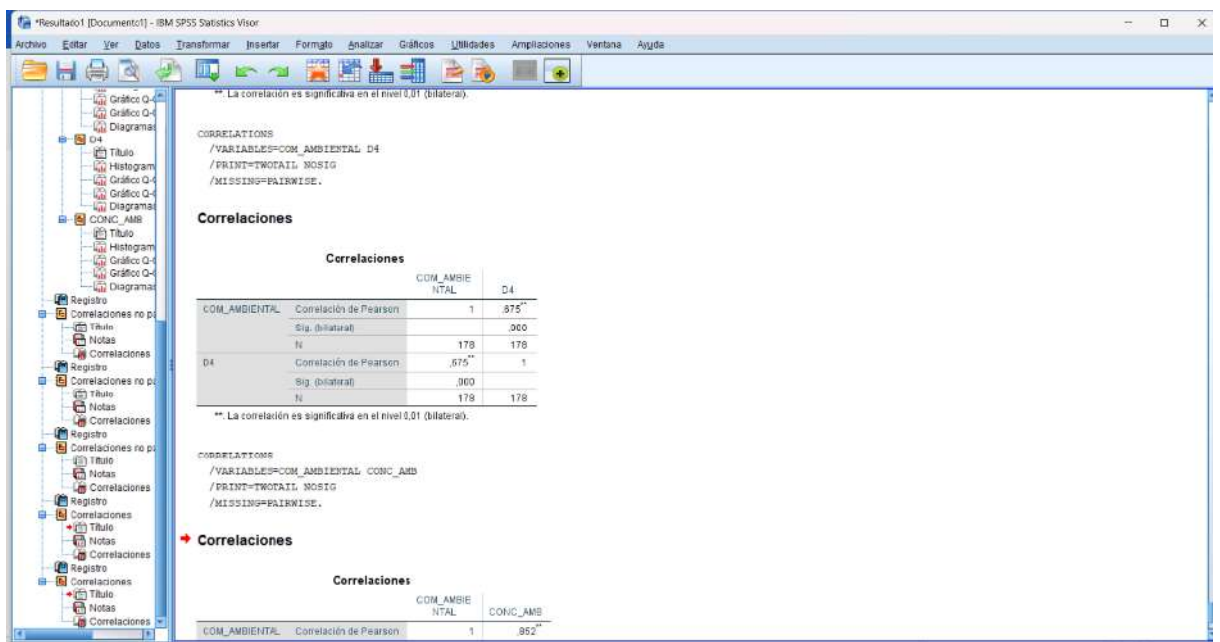
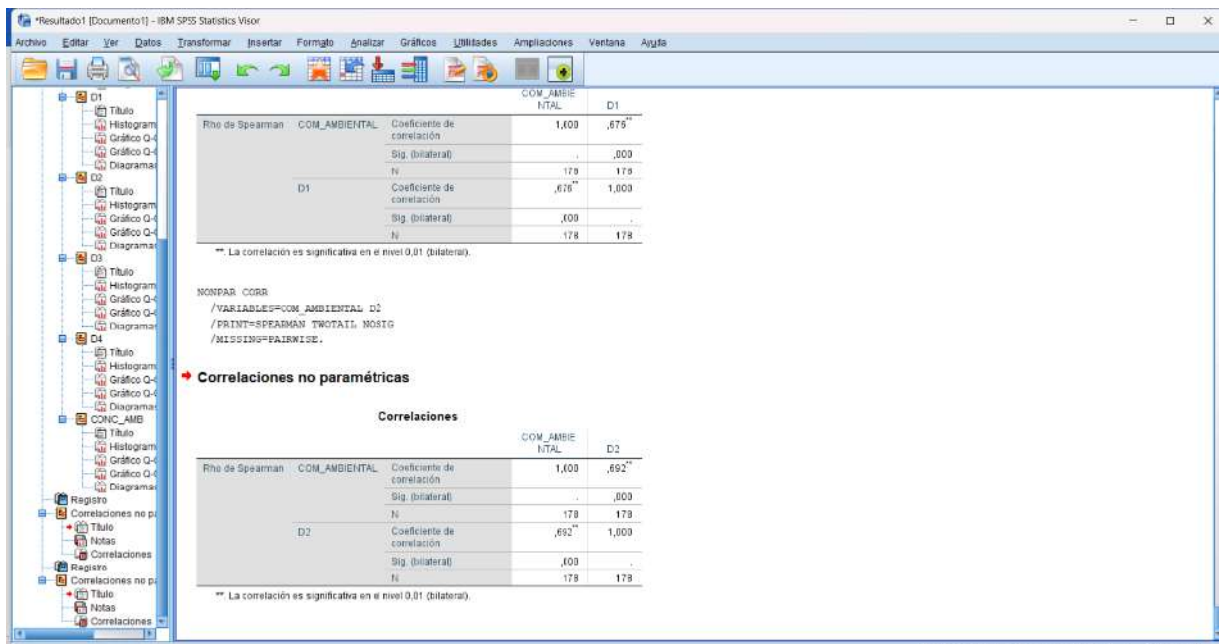
| Encuestado | Dimensión Cognitiva |       |       |       | D1 | Dimensión Activa |       |       |       | D2 | Dimensión Conativa |        |        |        | D3 | Dimensión Inactiva |        |        |        | D4 | TOTAL VAR 2 |        |        |    |
|------------|---------------------|-------|-------|-------|----|------------------|-------|-------|-------|----|--------------------|--------|--------|--------|----|--------------------|--------|--------|--------|----|-------------|--------|--------|----|
|            | CON_1               | CON_2 | CON_3 | CON_4 |    | CON_5            | CON_6 | CON_7 | CON_8 |    | CON_9              | CON_10 | CON_11 | CON_12 |    | CON_13             | CON_14 | CON_15 | CON_16 |    |             | CON_17 | CON_18 |    |
| 1          | 4                   | 3     | 4     | 3     | 14 | 3                | 3     | 3     | 4     | 3  | 16                 | 3      | 3      | 4      | 2  | 12                 | 4      | 3      | 2      | 2  | 4           | 15     | 57     |    |
| 2          | 5                   | 5     | 5     | 5     | 20 | 3                | 2     | 2     | 2     | 3  | 12                 | 3      | 3      | 3      | 3  | 12                 | 4      | 3      | 4      | 3  | 3           | 17     | 61     |    |
| 3          | 3                   | 5     | 4     | 5     | 17 | 3                | 3     | 4     | 3     | 4  | 17                 | 3      | 3      | 2      | 4  | 12                 | 2      | 3      | 3      | 5  | 4           | 17     | 63     |    |
| 4          | 3                   | 3     | 4     | 4     | 14 | 4                | 3     | 4     | 4     | 5  | 20                 | 3      | 4      | 4      | 4  | 15                 | 5      | 5      | 5      | 5  | 4           | 24     | 73     |    |
| 5          | 2                   | 2     | 2     | 2     | 8  | 3                | 4     | 3     | 3     | 3  | 16                 | 3      | 2      | 3      | 5  | 13                 | 2      | 4      | 3      | 3  | 3           | 15     | 62     |    |
| 6          | 5                   | 4     | 5     | 3     | 14 | 5                | 4     | 4     | 4     | 4  | 22                 | 3      | 2      | 2      | 2  | 9                  | 3      | 2      | 3      | 3  | 2           | 13     | 52     |    |
| 7          | 4                   | 5     | 5     | 3     | 14 | 4                | 4     | 4     | 5     | 3  | 5                  | 21     | 5      | 5      | 5  | 5                  | 20     | 4      | 4      | 4  | 4           | 5      | 21     | 78 |
| 8          | 3                   | 4     | 5     | 4     | 16 | 3                | 4     | 4     | 5     | 5  | 21                 | 3      | 2      | 2      | 2  | 3                  | 10     | 4      | 4      | 2  | 3           | 4      | 17     | 64 |
| 9          | 3                   | 3     | 3     | 3     | 12 | 2                | 4     | 3     | 3     | 3  | 15                 | 2      | 2      | 2      | 2  | 8                  | 2      | 3      | 3      | 3  | 2           | 13     | 48     |    |
| 10         | 3                   | 3     | 4     | 3     | 13 | 3                | 3     | 2     | 2     | 4  | 14                 | 2      | 2      | 3      | 3  | 10                 | 2      | 3      | 3      | 2  | 2           | 12     | 48     |    |
| 11         | 1                   | 3     | 2     | 2     | 8  | 3                | 2     | 3     | 2     | 2  | 12                 | 1      | 1      | 1      | 1  | 4                  | 1      | 1      | 1      | 2  | 2           | 7      | 31     |    |
| 12         | 1                   | 1     | 1     | 1     | 4  | 3                | 2     | 3     | 3     | 4  | 15                 | 1      | 2      | 2      | 2  | 7                  | 3      | 3      | 3      | 4  | 4           | 17     | 43     |    |
| 13         | 3                   | 3     | 3     | 3     | 12 | 3                | 4     | 3     | 3     | 3  | 16                 | 5      | 3      | 3      | 4  | 15                 | 3      | 4      | 3      | 3  | 3           | 16     | 59     |    |
| 14         | 2                   | 2     | 4     | 3     | 11 | 1                | 1     | 2     | 2     | 1  | 6                  | 2      | 1      | 2      | 1  | 6                  | 1      | 1      | 1      | 2  | 1           | 6      | 28     |    |
| 15         | 1                   | 2     | 2     | 1     | 6  | 1                | 2     | 1     | 1     | 1  | 6                  | 1      | 2      | 1      | 2  | 6                  | 2      | 1      | 2      | 1  | 2           | 8      | 26     |    |
| 16         | 2                   | 1     | 1     | 1     | 5  | 3                | 3     | 3     | 2     | 3  | 9                  | 14     | 2      | 2      | 2  | 8                  | 4      | 3      | 2      | 2  | 3           | 14     | 41     |    |
| 17         | 2                   | 2     | 2     | 2     | 8  | 2                | 3     | 4     | 3     | 4  | 16                 | 2      | 2      | 3      | 3  | 10                 | 3      | 1      | 1      | 1  | 2           | 8      | 42     |    |
| 18         | 5                   | 4     | 3     | 4     | 16 | 4                | 5     | 4     | 5     | 4  | 22                 | 4      | 3      | 3      | 3  | 13                 | 3      | 2      | 3      | 2  | 1           | 11     | 62     |    |
| 19         | 1                   | 1     | 1     | 2     | 5  | 3                | 3     | 4     | 3     | 4  | 17                 | 2      | 2      | 3      | 3  | 10                 | 3      | 2      | 2      | 2  | 2           | 11     | 43     |    |
| 20         | 2                   | 2     | 2     | 2     | 8  | 1                | 1     | 1     | 1     | 1  | 5                  | 2      | 3      | 1      | 2  | 8                  | 1      | 2      | 2      | 1  | 1           | 7      | 26     |    |
| 21         | 3                   | 5     | 5     | 4     | 17 | 5                | 5     | 5     | 5     | 5  | 25                 | 4      | 5      | 4      | 5  | 18                 | 5      | 3      | 5      | 4  | 4           | 21     | 81     |    |
| 22         | 2                   | 2     | 1     | 2     | 7  | 3                | 3     | 3     | 3     | 3  | 15                 | 2      | 2      | 2      | 2  | 8                  | 1      | 2      | 1      | 2  | 1           | 7      | 37     |    |
| 23         | 3                   | 4     | 4     | 4     | 15 | 5                | 5     | 5     | 4     | 5  | 24                 | 4      | 2      | 2      | 3  | 11                 | 4      | 4      | 4      | 2  | 4           | 18     | 68     |    |
| 24         | 2                   | 2     | 2     | 1     | 7  | 1                | 2     | 1     | 2     | 1  | 7                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 4                  | 2      | 1      | 2      | 2  | 1           | 8      | 28     |    |
| 25         | 3                   | 4     | 3     | 3     | 13 | 2                | 2     | 2     | 2     | 2  | 1                  | 9      | 2      | 2      | 3  | 2                  | 9      | 2      | 3      | 2  | 4           | 2      | 13     | 44 |
| 26         | 4                   | 3     | 4     | 4     | 15 | 2                | 2     | 4     | 3     | 2  | 13                 | 2      | 2      | 3      | 3  | 10                 | 4      | 4      | 4      | 4  | 3           | 19     | 57     |    |
| 27         | 1                   | 1     | 2     | 1     | 5  | 1                | 1     | 1     | 1     | 1  | 5                  | 3      | 2      | 1      | 2  | 8                  | 3      | 4      | 4      | 4  | 4           | 19     | 37     |    |
| 28         | 4                   | 3     | 3     | 4     | 14 | 3                | 2     | 3     | 2     | 4  | 14                 | 4      | 5      | 5      | 5  | 19                 | 5      | 3      | 5      | 4  | 4           | 21     | 68     |    |
| 29         | 3                   | 2     | 3     | 2     | 10 | 2                | 3     | 2     | 2     | 3  | 12                 | 2      | 2      | 4      | 4  | 12                 | 1      | 2      | 2      | 1  | 1           | 7      | 41     |    |
| 30         | 3                   | 3     | 3     | 3     | 12 | 4                | 3     | 2     | 3     | 3  | 15                 | 2      | 2      | 2      | 2  | 8                  | 2      | 1      | 2      | 1  | 2           | 8      | 43     |    |
| 31         | 3                   | 2     | 3     | 3     | 11 | 2                | 2     | 1     | 2     | 3  | 10                 | 4      | 4      | 4      | 3  | 15                 | 3      | 2      | 1      | 2  | 2           | 10     | 46     |    |
| 32         | 5                   | 5     | 5     | 5     | 20 | 5                | 5     | 5     | 5     | 5  | 25                 | 5      | 5      | 5      | 5  | 20                 | 5      | 5      | 4      | 4  | 5           | 23     | 85     |    |
| 33         | 4                   | 4     | 2     | 2     | 12 | 3                | 3     | 4     | 4     | 4  | 18                 | 1      | 1      | 1      | 2  | 5                  | 4      | 3      | 5      | 3  | 3           | 18     | 53     |    |
| 34         | 3                   | 2     | 4     | 3     | 12 | 1                | 2     | 2     | 1     | 1  | 7                  | 1      | 1      | 1      | 2  | 5                  | 1      | 2      | 2      | 1  | 2           | 8      | 32     |    |
| 35         | 4                   | 4     | 5     | 5     | 18 | 3                | 3     | 3     | 3     | 3  | 16                 | 2      | 2      | 1      | 2  | 7                  | 4      | 4      | 5      | 5  | 4           | 22     | 63     |    |
| 36         | 2                   | 2     | 3     | 2     | 9  | 2                | 2     | 2     | 2     | 1  | 9                  | 2      | 2      | 2      | 2  | 8                  | 2      | 1      | 2      | 3  | 1           | 9      | 36     |    |
| 37         | 3                   | 3     | 3     | 2     | 11 | 4                | 2     | 3     | 2     | 2  | 13                 | 3      | 4      | 3      | 3  | 13                 | 4      | 3      | 3      | 3  | 3           | 16     | 53     |    |
| 38         | 2                   | 2     | 1     | 2     | 7  | 1                | 2     | 2     | 2     | 2  | 9                  | 3      | 2      | 2      | 2  | 9                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 1           | 5      | 30     |    |
| 39         | 1                   | 2     | 1     | 1     | 5  | 3                | 3     | 2     | 3     | 3  | 14                 | 2      | 2      | 2      | 1  | 7                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 2           | 6      | 32     |    |
| 40         | 4                   | 3     | 2     | 2     | 12 | 2                | 3     | 3     | 3     | 3  | 14                 | 5      | 3      | 3      | 4  | 12                 | 3      | 2      | 2      | 1  | 2           | 10     | 38     |    |
| 41         | 3                   | 2     | 5     | 3     | 13 | 2                | 2     | 3     | 2     | 2  | 11                 | 4      | 3      | 5      | 4  | 16                 | 2      | 3      | 3      | 4  | 3           | 15     | 55     |    |
| 42         | 3                   | 3     | 2     | 4     | 12 | 4                | 5     | 5     | 4     | 4  | 22                 | 2      | 2      | 2      | 1  | 7                  | 4      | 4      | 5      | 4  | 5           | 22     | 63     |    |
| 43         | 5                   | 5     | 4     | 5     | 19 | 2                | 2     | 2     | 3     | 3  | 12                 | 3      | 3      | 3      | 2  | 11                 | 1      | 2      | 2      | 1  | 3           | 9      | 51     |    |
| 44         | 1                   | 1     | 1     | 2     | 5  | 5                | 4     | 4     | 2     | 4  | 19                 | 3      | 4      | 4      | 4  | 15                 | 5      | 4      | 5      | 5  | 4           | 23     | 62     |    |
| 45         | 2                   | 1     | 1     | 3     | 9  | 1                | 1     | 1     | 1     | 1  | 5                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 4                  | 1      | 2      | 3      | 3  | 2           | 11     | 26     |    |
| 46         | 1                   | 2     | 1     | 1     | 5  | 2                | 2     | 1     | 1     | 2  | 8                  | 3      | 3      | 3      | 2  | 11                 | 4      | 2      | 2      | 2  | 3           | 13     | 37     |    |
| 47         | 3                   | 2     | 2     | 2     | 9  | 3                | 2     | 2     | 3     | 3  | 13                 | 3      | 2      | 2      | 3  | 10                 | 2      | 3      | 2      | 2  | 2           | 11     | 43     |    |
| 48         | 4                   | 5     | 5     | 5     | 19 | 3                | 5     | 3     | 4     | 4  | 19                 | 4      | 3      | 2      | 3  | 13                 | 5      | 5      | 4      | 5  | 4           | 23     | 74     |    |
| 49         | 4                   | 4     | 4     | 3     | 15 | 2                | 4     | 2     | 3     | 3  | 14                 | 3      | 3      | 3      | 3  | 12                 | 3      | 3      | 2      | 3  | 3           | 13     | 54     |    |
| 50         | 1                   | 2     | 1     | 1     | 5  | 1                | 2     | 2     | 2     | 2  | 9                  | 3      | 4      | 3      | 2  | 12                 | 2      | 2      | 1      | 1  | 2           | 8      | 34     |    |
| 51         | 3                   | 3     | 3     | 2     | 11 | 2                | 3     | 2     | 2     | 2  | 11                 | 4      | 3      | 4      | 3  | 14                 | 5      | 5      | 5      | 5  | 5           | 25     | 61     |    |
| 52         | 3                   | 4     | 5     | 3     | 15 | 2                | 2     | 3     | 2     | 3  | 12                 | 3      | 3      | 2      | 3  | 11                 | 3      | 2      | 3      | 2  | 2           | 12     | 50     |    |
| 53         | 2                   | 2     | 3     | 2     | 9  | 2                | 2     | 2     | 2     | 3  | 2                  | 11     | 2      | 2      | 2  | 1                  | 7      | 3      | 3      | 3  | 2           | 15     | 42     |    |
| 54         | 3                   | 4     | 3     | 4     | 14 | 4                | 4     | 3     | 4     | 5  | 20                 | 3      | 2      | 3      | 2  | 10                 | 3      | 3      | 3      | 2  | 3           | 14     | 58     |    |
| 55         | 5                   | 4     | 5     | 4     | 18 | 4                | 4     | 5     | 5     | 5  | 23                 | 4      | 5      | 4      | 5  | 18                 | 4      | 5      | 4      | 5  | 3           | 21     | 80     |    |
| 56         | 3                   | 3     | 4     | 3     | 13 | 4                | 3     | 2     | 3     | 2  | 14                 | 3      | 4      | 4      | 3  | 14                 | 5      | 5      | 5      | 5  | 5           | 26     | 66     |    |
| 57         | 3                   | 4     | 4     | 4     | 15 | 1                | 1     | 2     | 2     | 1  | 6                  | 2      | 2      | 2      | 3  | 9                  | 2      | 2      | 2      | 2  | 2           | 10     | 40     |    |
| 58         | 4                   | 2     | 2     | 2     | 10 | 3                | 2     | 3     | 3     | 3  | 15                 | 3      | 3      | 2      | 3  | 11                 | 5      | 4      | 4      | 4  | 4           | 22     | 53     |    |
| 59         | 1                   | 2     | 2     | 3     | 8  | 2                | 3     | 3     | 4     | 4  | 16                 | 5      | 3      | 3      | 3  | 14                 | 4      | 4      | 4      | 4  | 4           | 20     | 58     |    |
| 60         | 3                   | 3     | 4     | 4     | 14 | 4                | 3     | 3     | 2     | 3  | 15                 | 4      | 4      | 5      | 5  | 18                 | 2      | 3      | 3      | 3  | 4           | 15     | 62     |    |
| 61         | 1                   | 2     | 2     | 2     | 7  | 3                | 3     | 4     | 5     | 4  | 19                 | 3      | 4      | 4      | 4  | 15                 | 4      | 3      | 2      | 3  | 4           | 16     | 57     |    |
| 62         | 3                   | 4     | 4     | 3     | 14 | 3                | 3     | 3     | 3     | 2  | 14                 | 3      | 2      | 2      | 2  | 9                  | 4      | 3      | 5      | 2  | 4           | 18     | 55     |    |
| 63         | 1                   | 1     | 1     | 3     | 6  | 3                | 4     | 2     | 3     | 3  | 15                 | 2      | 2      | 2      | 1  | 7                  | 3      | 3      | 2      | 2  | 2           | 12     | 40     |    |
| 64         | 2                   | 2     | 2     | 1     | 7  | 2                | 2     | 2     | 1     | 1  | 8                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 4                  | 1      | 1      | 1      | 1  | 1           | 5      | 24     |    |
| 65         | 5                   | 5     | 5     | 4     | 19 | 5                | 5     | 5     | 5     | 5  | 25                 | 3      | 3      | 4      | 3  | 13                 | 4      | 3      | 4      | 3  | 3           | 17     | 74     |    |
| 66         | 5                   | 5     | 5     | 5     | 20 | 5                | 5     | 5     | 5     | 5  | 25                 | 5      | 3      | 4      | 4  | 16                 | 5      | 4      | 4      | 4  | 4           | 20     | 81     |    |
| 67         | 2                   | 1     | 2     | 2     | 7  | 2                | 3     | 2     | 2     | 3  | 12                 | 3      | 2      | 3      | 4  | 12                 | 4      | 2      | 3      | 3  | 3           | 15     | 48     |    |
| 68         | 4                   | 4     | 4     | 4     | 16 | 5                | 4     | 4     | 5     | 5  | 23                 | 2      | 4      | 3      | 3  | 12                 | 5      | 5      | 5      | 5  | 5           | 25     | 76     |    |
| 69         | 3                   | 2     | 3     | 4     | 12 | 4                | 3     | 4     | 4     | 4  | 19                 | 4      | 5      | 4      | 3  | 16                 | 4      | 3      | 5      | 4  | 4           | 20     | 67     |    |
| 70         | 2                   | 1     | 2     | 2     | 7  | 4                | 2     | 3     | 2     | 3  | 14                 | 3      | 3      | 5      | 4  | 15                 | 1      | 1      | 1      | 2  | 1           | 6      | 42     |    |

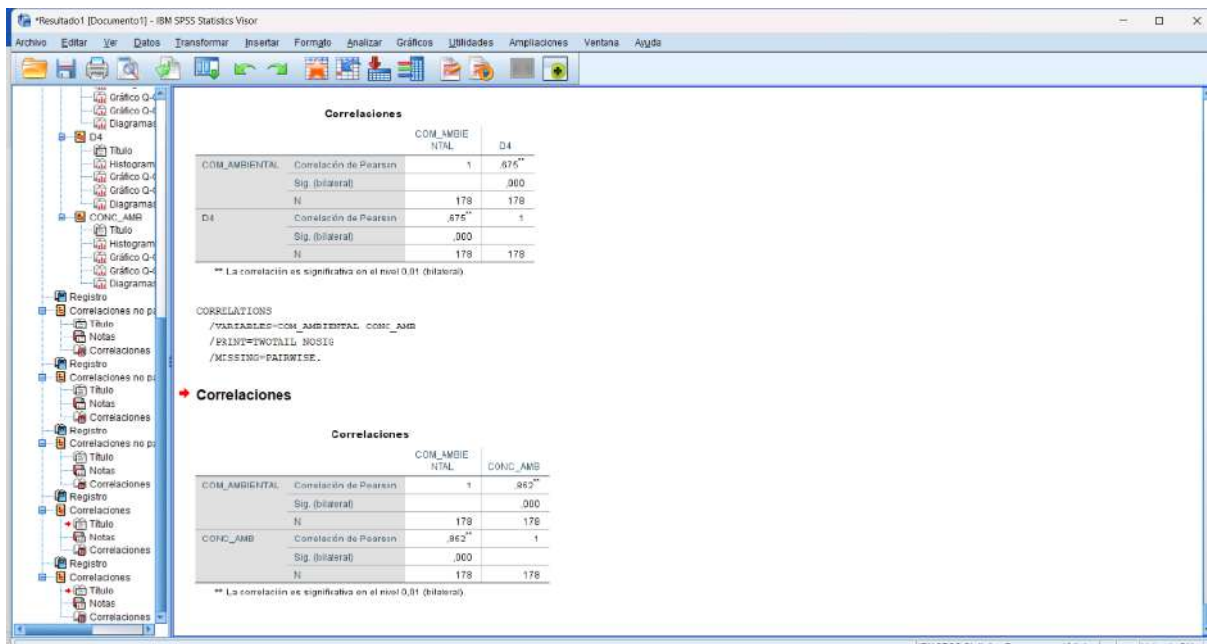
|     |   |   |   |   |    |   |   |   |   |    |    |   |   |   |    |    |   |   |   |   |   |    |    |
|-----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|----|---|---|---|----|----|---|---|---|---|---|----|----|
| 71  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2  | 15 | 4 | 4 | 3 | 4  | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 | 63 |
| 72  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5  | 5 | 5 | 5 | 20 | 5  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 | 57 |
| 73  | 1 | 2 | 2 | 2 | 7  | 3 | 3 | 4 | 3 | 5  | 15 | 3 | 3 | 2 | 3  | 11 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 35 |
| 74  | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3  | 16 | 4 | 2 | 4 | 2  | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 71 |
| 75  | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3  | 1  | 1 | 1 | 1 | 1  | 4  | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  | 27 |
| 76  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 2 | 2 | 2 | 3  | 11 | 5 | 5 | 5 | 5  | 20 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 | 70 |
| 77  | 2 | 1 | 2 | 2 | 7  | 3 | 4 | 3 | 3 | 2  | 13 | 3 | 4 | 4 | 3  | 14 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 16 | 52 |
| 78  | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2  | 12 | 3 | 4 | 1 | 2  | 10 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 6  | 38 |
| 79  | 5 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5  | 23 | 3 | 3 | 3 | 4  | 15 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 21 | 73 |
| 80  | 1 | 1 | 1 | 1 | 4  | 1 | 1 | 1 | 2 | 1  | 6  | 1 | 1 | 1 | 1  | 4  | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7  | 21 |
| 81  | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 21 | 5 | 5 | 4 | 5  | 19 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 71 |
| 82  | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2  | 11 | 4 | 4 | 3 | 4  | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 8  | 32 |
| 83  | 5 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2  | 16 | 4 | 5 | 5 | 5  | 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 20 | 70 |
| 84  | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2  | 12 | 3 | 2 | 3 | 3  | 11 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 12 | 52 |
| 85  | 1 | 1 | 1 | 1 | 4  | 2 | 2 | 2 | 2 | 3  | 11 | 3 | 3 | 3 | 4  | 15 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8  | 36 |
| 86  | 2 | 1 | 2 | 1 | 6  | 3 | 3 | 2 | 4 | 2  | 14 | 3 | 3 | 2 | 2  | 10 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 14 | 44 |
| 87  | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2  | 11 | 5 | 3 | 3 | 2  | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 57 |
| 88  | 2 | 2 | 2 | 2 | 8  | 3 | 3 | 5 | 5 | 5  | 20 | 3 | 4 | 4 | 3  | 14 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 17 | 59 |
| 89  | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1  | 6  | 5 | 5 | 5 | 4  | 19 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 15 | 55 |
| 90  | 5 | 2 | 1 | 2 | 8  | 3 | 4 | 4 | 5 | 4  | 15 | 5 | 5 | 5 | 4  | 19 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 15 | 60 |
| 91  | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3  | 17 | 5 | 4 | 4 | 4  | 17 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 17 | 61 |
| 92  | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 17 | 4 | 3 | 3 | 5  | 19 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 62 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 9  | 1 | 2 | 1 | 2  | 6  | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 13 | 43 |
| 94  | 2 | 2 | 2 | 1 | 7  | 2 | 3 | 2 | 2 | 2  | 11 | 3 | 2 | 2 | 2  | 8  | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 | 38 |
| 95  | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2  | 15 | 2 | 3 | 2 | 2  | 9  | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 12 | 45 |
| 96  | 2 | 1 | 2 | 1 | 6  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 9  | 2 | 2 | 3 | 3  | 10 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 7  | 32 |
| 97  | 2 | 2 | 2 | 2 | 8  | 2 | 2 | 3 | 3 | 2  | 12 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 20 | 48 |
| 98  | 5 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4  | 16 | 5 | 4 | 5 | 5  | 19 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 11 | 63 |
| 99  | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4  | 14 | 4 | 4 | 3 | 4  | 13 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 14 | 57 |
| 100 | 2 | 3 | 2 | 2 | 8  | 2 | 2 | 2 | 1 | 2  | 9  | 2 | 3 | 2 | 2  | 8  | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 8  | 36 |
| 101 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9  | 1 | 2 | 3 | 2 | 1  | 8  | 2 | 1 | 1 | 1  | 5  | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 15 | 38 |
| 102 | 2 | 2 | 4 | 2 | 10 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1  | 7  | 1 | 2 | 1 | 2  | 6  | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 14 | 37 |
| 103 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3  | 12 | 3 | 4 | 2 | 4  | 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 52 |
| 104 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2  | 7  | 2 | 3 | 2 | 2  | 9  | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 8  | 34 |
| 105 | 5 | 4 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4  | 16 | 5 | 4 | 5 | 5  | 19 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 15 | 63 |
| 106 | 2 | 3 | 2 | 2 | 8  | 2 | 4 | 3 | 4 | 3  | 17 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 18 | 55 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4  | 21 | 5 | 5 | 4 | 5  | 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 63 |
| 108 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7  | 4 | 3 | 4 | 4 | 2  | 17 | 4 | 4 | 5 | 5  | 15 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 | 64 |
| 109 | 3 | 2 | 2 | 4 | 11 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3  | 17 | 3 | 4 | 3 | 2  | 12 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 13 | 53 |
| 110 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 14 | 2 | 2 | 1 | 2  | 7  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 61 |
| 111 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 6  | 1 | 1 | 1 | 1  | 5  | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 16 | 32 |
| 112 | 3 | 2 | 2 | 3 | 10 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 17 | 3 | 3 | 3 | 2  | 11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 54 |
| 113 | 3 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4  | 16 | 5 | 4 | 5 | 5  | 19 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 16 | 48 |
| 114 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5  | 24 | 5 | 5 | 5 | 5  | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 83 |
| 115 | 2 | 3 | 2 | 2 | 8  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 13 | 3 | 2 | 3 | 2  | 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 55 |
| 116 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1  | 8  | 4 | 4 | 4 | 3  | 19 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 54 |
| 117 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2  | 8  | 4 | 5 | 3 | 5  | 17 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 15 | 55 |
| 118 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3  | 14 | 3 | 2 | 3 | 3  | 11 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8  | 40 |
| 119 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5  | 24 | 5 | 4 | 4 | 5  | 19 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 16 | 74 |
| 120 | 4 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4  | 16 | 5 | 4 | 5 | 5  | 19 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 12 | 43 |
| 121 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4  | 21 | 5 | 5 | 5 | 5  | 20 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 12 | 72 |
| 122 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2  | 11 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7  | 38 |
| 123 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 23 | 4 | 5 | 5 | 5  | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 79 |
| 124 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 10 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 8  | 32 |
| 125 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3  | 14 | 2 | 5 | 4 | 3  | 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 68 |
| 126 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4  | 23 | 5 | 5 | 5 | 5  | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 82 |
| 127 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9  | 1 | 1 | 1 | 1 | 2  | 8  | 3 | 1 | 1 | 2  | 7  | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 15 | 38 |
| 128 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3  | 12 | 1 | 2 | 2 | 2  | 9  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 | 46 |
| 129 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3  | 11 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 15 | 50 |
| 130 | 3 | 2 | 1 | 2 | 8  | 2 | 2 | 1 | 1 | 1  | 7  | 1 | 2 | 2 | 2  | 7  | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 15 | 37 |
| 131 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7  | 2 | 2 | 1 | 1 | 1  | 8  | 1 | 1 | 2 | 1  | 5  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5  | 24 |
| 132 | 3 | 4 | 3 | 2 | 12 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3  | 13 | 4 | 2 | 3 | 3  | 12 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 15 | 52 |
| 133 | 5 | 4 | 3 | 2 | 8  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 15 | 2 | 2 | 3 | 1  | 8  | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 43 |
| 134 | 1 | 2 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4  | 20 | 5 | 3 | 5 | 4  | 17 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 20 | 74 |
| 135 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 24 | 5 | 5 | 5 | 5  | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 83 |
| 136 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 10 | 3 | 3 | 3 | 4  | 12 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 8  | 44 |
| 137 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 11 | 1 | 1 | 1 | 1  | 4  | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 11 | 36 |
| 138 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 23 | 3 | 2 | 3 | 4  | 12 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 70 |
| 139 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6  | 3 | 2 | 2 | 3 | 2  | 12 | 1 | 1 | 2 | 1  | 5  | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 8  | 31 |
| 140 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2  | 13 | 2 | 2 | 2 | 2  | 8  | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 14 | 50 |
| 141 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5  | 23 | 4 | 4 | 3 | 4  | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 | 80 |
| 142 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4  | 1 | 1 | 1 | 1 | 2  | 6  | 1 | 1 | 1 | 1  | 4  | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 14 | 29 |
| 143 | 3 | 4 | 4 | 4 | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 10 | 5 | 5 | 5 | 4  | 19 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 15 | 57 |
| 144 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3  | 17 | 4 | 4 | 5 | 5  | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 54 |
| 145 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5  | 24 | 5 | 4 | 4 | 4  | 19 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 19 | 80 |
| 146 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 6  | 1 | 2 | 2 | 1  | 7  | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 6  | 23 |
| 147 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4  | 2 | 1 | 1 | 2 | 2  | 8  | 1 | 1 | 1 | 2  | 5  | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 | 29 |
| 148 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 16 | 4 | 3 | 3 | 3  | 15 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 19 | 67 |
| 149 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 13 | 4 | 4 | 4 | 4  | 16 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 10 | 56 |
| 150 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4  | 15 | 5 | 3 | 3 | 3  | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 |    |

## Anexo 06.

### Imágenes del procesamiento estadístico







IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 6 de 6 variables

|    | COM_AMBIE | D1    | D2    | D3    | D4    | CONC_AMB | V1 | V2 | V3 | V4 | V5 | V6 | V7 | V8 | V9 | V10 | V11 | V12 |
|----|-----------|-------|-------|-------|-------|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|
| 1  | 64.00     | 14.00 | 16.00 | 12.00 | 15.00 | 57.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 2  | 59.00     | 20.00 | 12.00 | 12.00 | 17.00 | 61.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 3  | 72.00     | 17.00 | 17.00 | 12.00 | 17.00 | 63.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 4  | 84.00     | 14.00 | 20.00 | 15.00 | 24.00 | 73.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 5  | 54.00     | 8.00  | 16.00 | 13.00 | 15.00 | 52.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 6  | 46.00     | 14.00 | 22.00 | 9.00  | 13.00 | 58.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 7  | 79.00     | 16.00 | 21.00 | 23.00 | 21.00 | 78.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 8  | 79.00     | 16.00 | 21.00 | 13.00 | 17.00 | 64.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 9  | 47.00     | 12.00 | 15.00 | 9.00  | 13.00 | 48.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 10 | 57.00     | 13.00 | 14.00 | 19.00 | 12.00 | 49.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 11 | 69.00     | 8.00  | 12.00 | 4.00  | 7.00  | 31.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 12 | 59.00     | 4.00  | 15.00 | 7.00  | 17.00 | 43.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 13 | 59.00     | 12.00 | 16.00 | 15.00 | 16.00 | 59.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 14 | 22.00     | 11.00 | 6.00  | 5.00  | 6.00  | 29.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 15 | 21.00     | 6.00  | 6.00  | 5.00  | 8.00  | 26.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 16 | 54.00     | 5.00  | 14.00 | 9.00  | 14.00 | 41.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 17 | 31.00     | 8.00  | 16.00 | 10.00 | 8.00  | 42.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 18 | 61.00     | 16.00 | 22.00 | 13.00 | 11.00 | 62.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 19 | 41.00     | 5.00  | 17.00 | 10.00 | 11.00 | 43.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 20 | 39.00     | 8.00  | 5.00  | 8.00  | 7.00  | 28.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 21 | 87.00     | 17.00 | 25.00 | 18.00 | 21.00 | 81.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 22 | 42.00     | 7.00  | 15.00 | 8.00  | 7.00  | 37.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 23 | 55.00     | 15.00 | 24.00 | 11.00 | 18.00 | 68.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 24 | 39.00     | 7.00  | 7.00  | 4.00  | 8.00  | 26.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 25 | 46.00     | 13.00 | 9.00  | 9.00  | 13.00 | 44.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |
| 26 | 59.00     | 15.00 | 13.00 | 10.00 | 19.00 | 57.00    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo. Único: ON

## Anexo 07.

### Imágenes del juicio de expertos

#### VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario de conciencia ambiental

#### JUICIO DE EXPERTO:

3. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
4. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

#### Escala de valoración:

2. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

| Nº | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems en lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Ronald Luis Ramos Pacheco
- DNI : 15615274
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años

  
 RONALD LUIS RAMOS PACHECO  
 DPOE NIPO HUACHO  
 Reg. CIP Nº 121168

## VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario de comunicación ambiental

**JUICIO DE EXPERTO:**

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

**Escala de valoración:**

1. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

| N° | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems en lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Ronald Luis Ramos Pacheco
- DNI : 15615274
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años

  
**RONALD LUIS RAMOS PACHECO**  
**INGENIERO QUÍMICO**  
**Reg. CIP N° 121168**

### VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario de Comunicación ambiental.

**JUICIO DE EXPERTO:**

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

**Escala de valoración:**

1. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

| N° | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems es lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Edwin Guillermo Gálvez Torres
- DNI : 15592688
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años

  
Ing. Edwin G. Gálvez Torres  
INGENIERO QUÍMICO  
Reg. CIP N° 19927

## VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario de Conciencia ambiental.

**JUICIO DE EXPERTO:**

3. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
4. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

**Escala de valoración:**

2. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

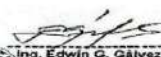
| N° | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems en lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Edwin Guillermo Gálvez Torres
- DNI : 15592688
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años

  
 Ing. Edwin G. Gálvez Torres  
 INGENIERO QUÍMICO  
 Reg. CIP N° 19927

## VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario comunicación ambiental

### JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

### Escala de valoración:

1. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

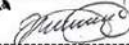
| N° | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems en lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Haydee del Rosario Ramos Pacheco
- DNI : 15612688
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años


 Univ. Nac. José F. Sánchez Carrión  
  
 Dra. Haydee del Rosario Ramos Pacheco  
 DOCENTE

## VALIDACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTO

**TÍTULO:** " Comunicación y conciencia ambiental en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2025"

**INSTRUMENTOS A EVALUAR:** Cuestionario conciencia ambiental

### JUICIO DE EXPERTO:

3. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
4. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio según su opinión respecto al cuestionario.

### Escala de valoración:

2. Muy malo, 2. Malo, 3. Regular, 4. Bueno, 5. Muy bueno.

| N° | CRITERIOS                                                                      | VALORACIÓN |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---|---|---|---|
|    |                                                                                | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | <b>Claridad:</b><br>Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible    |            |   |   | X |   |
| 2  | <b>Objetividad:</b><br>Permite medir hechos observables                        |            |   |   | X |   |
| 3  | <b>Actualidad:</b><br>Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología         |            |   |   | X |   |
| 4  | <b>Organización:</b><br>Presentación ordenada                                  |            |   |   | X |   |
| 5  | <b>Suficiencia:</b><br>Comprende los aspectos en cantidad y claridad           |            |   |   | X |   |
| 6  | <b>Pertinencia:</b><br>Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos          |            |   |   | X |   |
| 7  | <b>Consistencia:</b><br>Permite conseguir datos basados en modelos teóricos    |            |   |   | X |   |
| 8  | <b>Coherencia:</b><br>Hay coherencia entre los variables, indicadores e ítems  |            |   |   | X |   |
| 9  | <b>Metodología:</b><br>La estrategia responde al propósito de la investigación |            |   |   | X |   |
| 10 | <b>Aplicación:</b><br>Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente |            |   |   | X |   |

| Consideraciones generales                                                       | Generalidad |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|---|---|---|
|                                                                                 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Las instrucciones se entienden y orientan para lograr responder el cuestionario |             |   |   |   | X |
| La secuencia de los ítems en lógica                                             |             |   |   |   | X |
| La cantidad de ítems es la adecuada                                             |             |   |   |   | X |

**Validación:** 55/65 = 85.62 %

**Observaciones:** Instrumento aplicable

- Apellidos y Nombres del Juez Experto : Haydee del Rosario Ramos Pacheco
- DNI : 15612688
- Especialidad del Juez Experto : Ciencias Ambientales
- Grado del Juez Experto : Doctor
- Años de experiencia : 15 años


 Univ. Nac. José F. Sánchez Carrión  
  
 Dra. Haydee del Rosario Ramos Pacheco  
 DOCENTE