

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



Revista digital para promover la cultura ambiental destacando el no uso de plásticos

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

Gisela Veronica Veramendi Soto

ASESOR

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2024

**Revista digital para promover la cultura ambiental destacando el no
uso de plásticos**

PRESENTADA POR
Gisela Veronica Veramendi Soto

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR

Teodocia Zavala Palacios
PRESIDENTE

Karl Frederick Torres Mirez
SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
VOCAL

Dedicatoria

Para Rossana, quien siempre me ha demostrado amor,
para Mayra, quien siempre me ha dado su apoyo
y para María José, a quien amo tanto.

Agradecimientos

A mi mamá, Rossana, por hacer lo imposible para salir adelante.
A mi papá, Felipe, por darme la oportunidad de estudiar.
A mi asesora, Cecilia, por guiarme en esta investigación.
Gracias.

Avance 1

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE
INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	creativecommons.org Fuente de Internet	1%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	eprints.ucm.es Fuente de Internet	1%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Trabajo del estudiante	1%
7	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.scribd.com Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos	21
Resultados y discusión	23
Conclusiones	31
Recomendaciones.....	32
Referencias	39
Anexos.....	43

Resumen

La presente investigación titulada *Revista digital para promover la cultura ambiental destacando el no uso de plásticos* se desarrolló con el fin de proponer una revista digital que cuente con información periodística sobre cultura ambiental. Como objetivos específicos se buscó describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental, determinar la estructura de la revista digital siguiendo las características del periodismo digital y establecer el diseño de la revista digital. Para ello, se utilizó la metodología propositiva-descriptiva y, se aplicaron los instrumentos cuestionario y entrevistas a profundidad. Como resultados se obtuvo que los alumnos entrevistados no tienen suficiente información sobre el tema, pero están dispuestos a contribuir en con el cuidado del medio ambiente. Asimismo, se determinó que la propuesta de revista tiene como características la hipertextualidad, vídeos, fotos, infografías y espacios para interactuar. Por último, se estableció que el nombre de la revista será “Hojambiental”, con tipografía Sans Serif y colores verde, blanco y gris.

Palabras clave: Periodismo digital, Revista digital, Cultura ambiental.

Abstract

The present investigation entitled *Digital magazine to promote environmental culture highlighting the non-use of plastics* was made in order to propose a digital magazine that has journalistic information on environmental culture. As specific objectives, it sought to describe the current situation regarding knowledge of environmental culture, determine the structure of the digital magazine following the characteristics of digital journalism, and establish the design of the digital magazine. For this, the propositive-descriptive methodology was used and the questionnaire instruments and in-depth interviews were applied. As a result, it was obtained that the interviewed students do not have enough information about environmental culture, but they are willing to contribute to the care of the environment. Likewise, it was determined that the magazine include hypertextuality, videos, photos and spaces to interact. Lastly, it was established that the name of the magazine will be “Hojambiental”, with *Brusher* typography and green, white and gray colors.

Keywords: Digital journalism, Digital magazine, Environmental culture.

Introducción

En la actualidad, la cultura ambiental es un tema clave para asegurar la prosperidad del planeta. Reducir el consumo de plástico, disminuir la tala de árboles, ahorrar energía, entre otras, son acciones precisas para el cuidado del medio ambiente. De este modo, los medios de comunicación más que importantes, son necesarios, pues tienen la cualidad de poder difundir temas de gran relevancia para la sociedad. Asimismo, Fernández, Gaitán, Lozano, Piñuel y Teso (2018) aseguran que se debe reforzar las secciones de periodismo ambiental y promover la especialización de los periodistas en esta rama.

De igual manera, gracias a la era digital, los comunicadores pueden tener su propio medio y, con este, difundir información relevante y de interés para conectar mejor con el público. Puerta (2019) asegura que, en los últimos años, los periodistas apuestan por un proyecto personal, frecuentemente en el medio digital donde tienen la oportunidad de experimentar nuevos formatos, estilos y herramientas. Tal es el caso de la revista digital ‘Corazón Azul’ donde no solo brinda artículos, sino también vídeos, infografías y audios para informar sobre inocuidad, calidad, estrategia y gestión sostenible para la industria, el comercio y el consumidor.

Por otra parte, la producción de plástico, a nivel mundial, ha aumentado en 900% en tan solo 40 años. Para el 2020, la producción llegó a un total de 500 millones de toneladas. La gran mayoría de estos elementos de un solo uso, terminan en los mares y océanos y cada año llegan, aproximadamente, 12 millones de toneladas de plástico y de sus residuos. Cada uno de ellos demora 500 años en descomponerse y no solo contaminan los mares, sino también a las especies que habitan en ellos. (Greenpeace, 2018)

Gobiernos de países de América Latina y El Caribe han entendido la gravedad del problema del plástico de un solo uso y lanzaron leyes para reducirlo. Antigua y Barbuda, en 2016, fue el primer país en prohibir las bolsas plásticas. Un año después, Colombia siguió los mismos pasos y logró reducir el uso de bolsas en un 35%; además, se impuso un impuesto por su uso. En Panamá, las bolsas de polietileno están vetadas y Chile, en 2018, erradicó las bolsas de un solo uso y las biodegradables. Por otro lado, Costa Rica impulsó una estrategia para lograr eliminar el uso de bolsas en el 2021; y Ecuador, inició en 2018 una estrategia para que en la isla Galápagos no se venda y use plástico de ningún tipo (botellas, sorbetes, bolsas). (Organización Naciones Unidas Medio Ambiente, 2018)

En Perú, se aprobó la ley de reducción de plástico en el año 2018, la cual obliga a supermercados, almacenes y negocios en general reemplazar las bolsas de plástico por bolsas

biodegradables o reutilizables en un plazo de tres años. De igual manera, se generó el impuesto de S/ 0.10 en 2019 a personas naturales o jurídicas que adquieran bolsas de plástico. Además, en tres años quedará prohibida la fabricación interna de plásticos de un solo uso. (El Comercio, 2018)

En Chiclayo, colegios y universidades están informando cada vez más sobre calidad ambiental, tal es el caso de la sección “Ciudad Ideal” del periódico *Ciudad20* de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo o las campañas de concientización y reciclaje del colegio San José. Sin embargo, son pocos los que logran sobresalir del sitio en el que se desarrollan.

Si bien los gobiernos e instituciones generan leyes y propuestas para disminuir la contaminación e impulsar la sostenibilidad, persiste el problema en que no hay la suficiente difusión de información para que la población asimile el gran daño que causa el plástico y lo necesario que es dejar de usarlo.

Instituciones como el Ministerio del Ambiente, de Educación y de Producción se han comprometido a generar proyectos de educación y sensibilización desde que la ley de reducción de plásticos fue vigente, pero las campañas se observan en el centro de la ciudad y no en las zonas más afectadas por la contaminación y desinformación. Sin embargo, existen cuentas en redes sociales donde se informa, educa y sensibiliza respecto al tema. Tal es el caso del estudio británico ‘Hello Hubbub’ o la cuenta peruana de Instagram ‘Por donde empiezo Perú’, donde publican posts sobre sostenibilidad y reciclaje.

Al tratar de informar a la comunidad y proponer soluciones, se puede formular el siguiente problema: ¿cómo será una revista digital para promover la cultura ambiental destacando el no uso de plásticos?

Por consiguiente, la presente investigación es importante para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo porque desarrollará ramas importantes de la carrera como periodismo digital y periodismo ambiental. Además, impulsa a los estudiantes de Comunicación a profundizar en estos temas y proponer nuevas soluciones al problema.

El trabajo tiene relevancia social porque permitirá difundir temas sobre cultura ambiental y tratará en profundidad la reducción de plásticos. También es relevante para la universidad, pues está ligado a la línea de ‘calidad ambiental’, la cual diseña y establece pautas con la finalidad de generar soluciones para la minimización, control, tratamiento de la contaminación ambiental que afecta a la población.

De igual manera, la investigación es práctica, pues se puede aplicar los conocimientos adquiridos en la teoría sobre periodismo y revista digital. Además, de ponerse en práctica, la investigación informará a la población sobre cultura ambiental.

La realización del trabajo genera nuevos conocimientos sobre cultura ambiental y contribuye como solución al problema mundial sobre el uso de plástico.

Por otro lado, la investigación tiene como objetivo general proponer una revista digital para promover la cultura ambiental destacando el no uso de plásticos. Y, como objetivos específicos:

- Describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental.
- Determinar la estructura de la revista digital siguiendo las características del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.
- Establecer el diseño de la revista digital teniendo en cuenta la tipografía, el color y el posicionamiento de la información general.

Revisión de literatura

En Ecuador, Narváz (2018) realizó la investigación “Periodismo ambiental y calidad periodística: análisis de la cobertura de medios escritos y nativo-digitales sobre minería responsable”, la cual tuvo como objetivos específicos: establecer conceptualmente la relación entre minería y periodismo, y analizar la cobertura periodística en temas ambientales. Asimismo, la investigación fue de tipo explicativa-descriptiva. Los sujetos participantes fueron las revistas ecuatorianas “Vistazo” y “Plan V”. El autor utilizó los instrumentos análisis y entrevista a profundidad. La investigación concluyó que en las revistas digitales sobre minería faltan parámetros para poder decir que la redacción es periodística y que, en ambas revistas, no se evidencia un buen ejercicio periodístico, pues hubo poca cobertura frente algunos conflictos generados por la minería.

Cevallos (2019) en su investigación “El periodismo digital y las tecnologías de la información y la comunicación” tuvo como objetivos específicos: determinar los antecedentes teóricos, metodológicos y fundamentos legales; identificar el proceso evolutivo en la construcción de recursos digitales; explicar el modo en que influyen las tecnologías de la información en las plataformas radiofónicas y seleccionar momentos clave de los cambios del contenido difundido en la emisora Wilar RTV y WQ Radio. Además, la investigación fue de tipo descriptiva; y fueron usados la entrevista, a expertos en Comunicación, y el cuestionario, a trabajadores de la radio, como instrumentos. El autor concluyó que se requirió de procesos

para la digitalización de la información y, de esta manera, los medios tradicionales tuvieron que acoplarse a la era digital para poder así poder complementar y llegar a más público.

Ramírez (2021) realizó la investigación “Proceso de creación del portal de noticias digital Lucidez.pe”. Esta tuvo como objetivos específicos: describir la evolución del diario y sus características diferenciadoras, evaluar el impacto que tuvo en el público y en el debate nacional tras las decisiones asumidas en el proceso de creación de la plataforma y evaluar el proceso de obtención de financiamiento para el portal y el impacto de la relación con el público para conseguir auspicios. Asimismo, el autor usó el cuestionario a periodistas expertos como instrumento. Las conclusiones de este trabajo indicaron que si bien Lucidez.pe se ha mantenido en el panorama periodístico nacional, deben optimizar la elaboración y publicación del contenido multimedia.

Periodismo digital

El periodismo digital o ciberperiodismo se define como la disciplina que se emplea en el ciberespacio para investigar, elaborar y difundir mensajes informativos. Es considerado la actividad profesional de conseguir información y difundirla en la web. Asimismo, puede ser considerado la supervivencia de los medios de comunicación informativos, pues el medio impreso se vende cada vez menos. Hoy en día, las personas consumen medios digitales por la inmediatez que estos ofrecen, la profundidad que brinden sus temas y la retroalimentación del medio. (Rivera, 2017).

Según Aparicio (2020) la popularización del internet y las redes sociales ha provocado ciertas modificaciones por parte de los lectores en el consumo de información; por lo que los periodistas enfrentan el reto de adaptarse a las nuevas exigencias de su audiencia.

Asimismo, el periodismo digital se caracteriza por la inmediatez, la velocidad de la propagación de la información mediante las redes sociales, además de la interactividad con los usuarios y la hipertextualidad que permite acceder a otros contenidos para poder ampliar el contexto de la información (Jiménez y Nicolás-Sans, 2023).

Por lo tanto, el periodismo digital logra informar a mayor cantidad de personas, es más dinámico y está en constante actualización.

Características

El Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación (2018) marca que el lenguaje periodístico tiene como características las 3”C”: concreto, claro y conciso. En el periodismo digital, estas tres características se mantienen, pero surgen unas nuevas: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

Hipertextualidad

Salaverría (2018) señala que esta característica se refiere a la capacidad de integrar textos dentro de otros. Al redactar un nuevo contenido para la web, se llega a lograr lo que se quiere decir, pero también pueden adicionarse enlaces que profundicen el tema. Comparada con la información estática que brinda la prensa, la hipertextualidad en los medios digitales ha enseñado a los usuarios como navegar respecto a un tema que les interese, ofreciéndole nuevos enlaces para ahondar su lectura.

Multimedialidad

El periodismo en la web permite que el lector combine información dada en texto, imagen y audio. El resultado de tal mezcla es profundizar sobre el tema consultado, pues no solo leerá diferentes textos, sino también el medio ayudará a la comprensión del tema con audios, videos, gráficos, etc. De esta manera, el lector tendrá la información complementada con diferentes recursos que le brinde la página en la que se encuentra navegando (Salaverría, 2018).

El periodismo en la web permite circular en una realidad presentada como caótica, donde se pueden construir múltiples recorridos; estructurar textos en red: hipertextos; asociar distintos elementos, a través de hipervínculos; integrar elementos de vídeo, audio, imágenes y texto (Abuín y García, 2018).

Interactividad

Salaverría (2018) afirma que esta característica se refiere a la facilidad que tiene el usuario para interactuar, participar y colaborar con la noticia. Es un elemento esencial en el periodismo digital, ya que permite saber al emisor del mensaje como el público interpreta la información.

Abuín y García (2018) afirman que la interactividad permite al usuario la reorganización y jerarquización de los mensajes periodísticos. Además, introduce el concepto de receptores interactivos y los clasifica como: el mismo lector del periódico impreso, el lector que lo consigue muy tarde y el usuario que busca un nuevo medio de comunicación capaz de satisfacer la demanda de los elementos que integran la convergencia digital y comunicacional. El usuario que indaga en medios digitales puede relacionarse con otros públicos interesados en el mismo tema, puede opinar y muchas veces refutar. También decide qué leer, si seguir en la misma nota o ir a otra, decide qué ver primero, etc.

Difusión de medios digitales

Para Martínez-Sanz & Arriba-Urrutia (2019) el uso de redes sociales para los periodistas es un factor clave para la distribución y consumo de noticias. Además, los periodistas se enfrentan al uso de internet y de las redes sociales como herramientas difusoras de información. Sin

embargo, para los medios de comunicación proporcionar información ya no es suficiente pues también deben ofrecer espacios de comunicación y socialización con sus públicos.

Los smartphones son la herramienta principal de un periodista contemporáneo, gracias a la eficiencia, comodidad y eficacia que estos ofrecen. Con ellos, puede informarse rápidamente un acontecimiento y no necesariamente lo cuenta un periodista. Broersma y Eldridge (2019, como se citó en Martín-García, Buitrago y Aguaded, 2022) afirman que la relación de los periodistas con la ciudadanía ha cambiado radicalmente con el asentamiento de las redes sociales; ya que en estas plataformas se puede informar sin siquiera pasar por la página web oficial del medio.

Asimismo, las redes sociales deben ser un vehículo de obtención de ingresos para la subsistencia del medio; pues, en un contexto donde los ingresos generados por la audiencia son o pueden llegar a ser tan importantes como los procedentes de la publicidad (Westlund y Ekström, 2018, como se citó en Martín-García, Buitrago y Aguaded, 2022).

Periodismo ambiental

A medida que el tiempo avanza, es necesario que el periodismo profundice e informe sobre la situación actual del cambio climático y todo lo que implica temas ambientales como sostenibilidad, biodiversidad o energías renovables. Iberdrola (2020), asegura que los medios de comunicación deben usar su potencial para crear una población concienciada con la salud del planeta, el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático. Asimismo, define periodismo ambiental como la especialización periodística se encarga de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente, especialmente de los impactos de la actividad humana sobre su entorno, tratando de despertar una conciencia ecológica entre la población.

En Semana Sostenible (2018), el experto en ambientalismo Gustavo Wilches Chau, afirma que los periodistas son los encargados de traducir el lenguaje hermético de la comunidad científica, que evita que los asuntos ambientales tengan mayor resonancia. Además, declara que en las comunicaciones está la clave para lograr un cambio.

El periodista ambiental y director de EFEverde, Arturo Larena, comenta que el periodismo ambiental requiere de más espacio para impulsar una cultura científica, donde los profesionales deber estar especializados para poder transmitir temas complejos ambientales. Asimismo, afirma que el reto es consolidar ese espacio y hacer un periodismo útil que responda a las demandas e inquietudes de una sociedad que cada vez está mas preocupada por la sostenibilidad (Morales, 2021, 10m35s).

Revista digital

Para definir una revista digital, es necesario saber el significado de una revista tradicional. Emma Llensa (2017) la define como “secuencia de contenidos que tratan de un mismo tema y son publicados periódicamente”. De igual manera, son objetos físicos y compartibles que necesitan una distribución física (almacenes, quioscos, etc.). Dicho esto, la revista digital es la secuencia de contenidos que tratan de un mismo tema, publicados digitalmente que permite al usuario interactuar con el medio según su gusto y tiempo.

La revista digital es una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica y en un flujo UX (experiencia de usuario), capaz de permitir que este interactúe y se interconecte mediante redes sociales. Asimismo, suelen utilizar multimedia o elementos interactivos que explotan el medio en el que se encuentran. Un plus del medio digital es que cuentan con estadísticas, las cuales permiten conocer mucha más información acerca del lector y sus hábitos de lectura. De igual manera, apostar por una revista digital tiene como ventajas la fácil y mundial distribución, pues puede ser a través del correo electrónico y la inmediatez que esta tiene para llegar a sus usuarios (Lemus, 2019).

Puerta (2019) asegura que las revistas digitales son una nueva visión para los periodistas, pues antes estaban ligados a un medio de comunicación y no lograban vivir sin él. Sin embargo, en los últimos años, esos periodistas apuestan por un proyecto personal, frecuentemente en el medio digital. Asimismo, afirma que en las revistas digitales debe primar la calidad de los recursos multimedia y el buen texto, ya que tiene como rival el medio impreso.

Alvarado y García (2019) afirman que en las revistas digitales se puede llevar a cabo aquella práctica periodística que produce textos que inducen a la reflexión y el análisis, pudiendo utilizar para ello figuras literarias tratando de ofrecer información rigurosa y de calidad.

Estructura

Al momento de diseñar una revista digital, se debe tener en cuenta el feed que el medio digital tendrá. Es decir, en qué orden se cargarán los contenidos y cómo estarán ubicados los elementos que el medio tenga a disposición del usuario. Lemus (2019) asegura que en la revista digital todo el tema visual resulta fundamental, desde el logotipo, los colores y las fotografías hasta la diagramación. Asimismo, afirma que el tipo de formato elegido es importante para el usuario, ya que con este se determina el tipo de lectura que el usuario tendrá y la manera de navegar. Lemus recomienda que el sitio web tenga coherencia, con un menú lógico, amigable e intuitivo; y, además, que haya buen uso de palabras claves para poder agrupar los contenidos.

Puerta (2019), afirma que para la estructura de una revista digital debe tenerse en cuenta la accesibilidad sitio, la ergonomía como una tipografía legible, el diseño gráfico y el uso de recursos multimedia; y la calidad de los textos. Asimismo, recomienda que al entrar a la página web de la revista digital, el usuario pueda encontrar, de manera rápida y sencilla, un botón para poder suscribirse con su correo electrónico.

Géneros periodísticos utilizados

En un estudio realizado por Alvarado y García (2019), donde analizan tres revistas digitales que son un éxito en Latinoamérica, llegan a la conclusión que en lo que coinciden es que usan géneros híbridos para la redacción de sus textos, donde predominan la entrevista a profundidad, la crónica y el reportaje.

Según Salaverría (2017), los siguientes géneros son los más utilizados en medios digitales. Con ellos se puede lograr un medio digital más eficiente y aceptado por el público.

La noticia

La esencia de la prensa escrita es la noticia. En internet, ocupa un puesto muy importante también, pues si los medios digitales se encuentran en la web, es para mantener informados a los usuarios. La noticia digital se diferencia de la escrita por los elementos multimedia que use el periodista para profundizar la curiosidad del lector, usando las herramientas digitales a su alcance. Asimismo, la actualización constante es una característica innata de la prensa digital, pues se logra informar de manera inmediata e instantánea al usuario (Salaverría, 2017).

Para redactar noticias en prensa, se sigue ciertos criterios que también debe tenerse en cuenta para la prensa digital, como un titular llamativo y tener una entrada breve que responda las cinco W's en el lead, para así, enganchar al lector (Iranzo y Latorre, 2019). Sin embargo, Salaverría (2017) comenta que para que el lector abra el link que se ha difundido por redes sociales, se debe tener en cuenta un pequeño texto atractivo, llamado 'teaser', que atraerá la atención del lector y lo llevará al medio digital. Las demás reglas para redactar noticias informativas siguen siendo las mismas; se considera igual los subtítulos, ladillos, sumarios, etc.

La crónica

Género que se aprecia por combinar información e interpretación. Es el relato de una historia de actualidad, la narración de los hechos se enriquece con el análisis, interpretación y visión profesional del periodista. La redacción de la crónica tiene como características: el lead, desarrollo del enfoque y el porqué, presentación de los protagonistas, desarrollo de los acontecimientos, contexto y final (Salaverría, 2017).

Una de las características de la crónica es que puede enfocarse en hechos pequeños, simples y cotidianos y embellecerlos para entretener al lector, además de informar. Es un género periodístico que se cuenta a través de la narración, pues usa recursos literarios. Además, el periodista puede escoger el estilo y estructura que su crónica tendrá (humorística, dramática, suspenso, etc.) (Carrillo, 2020).

Razo (2019), el periodista David Izazaga menciona a la crónica como “el mejor género del mundo”, pues en el género se cuentan historias y es uno de los más libres al momento de escribir. Además, las personas se pueden identificar con lo que se cuenta.

El reportaje

Salaverría (2017) asegura que el reportaje es el género emblemático para la interpretación, algunas veces es más informativo y otras, más narrativo. Analiza los procesos, causas, consecuencias de los acontecimientos de actualidad. Responde las preguntas cómo, por qué y para qué. Es un género que aprovecha los recursos multimedia que brinda internet, lo beneficia las fotografías y gráficos, sin estos, sería un texto poco atractivo para el lector. De igual manera, un texto de notable extensión arraiga la característica de la hipertextualidad; y goza de una vida más larga y útil que otros géneros que suelen ser efímeros.

A su vez, Razo (2019), el periodista Jorge Covarrubias afirmó que el reportaje es el género rey del periodismo porque se basa en hechos y no en apreciaciones personales. Se debe hacer una investigación exhaustiva para tener como resultado un reportaje de calidad.

La columna

Los columnistas se han aproximado muy poco al periodismo digital. Sin embargo, muchos de ellos han incursionado en los weblogs personales. Esto se da porque el género no aprovecha las herramientas digitales que ofrece internet. La característica del periodismo digital que más se aprecia en el género de opinión digital es la interactividad, pues los lectores, debaten con el escritor (Salaverría, 2017).

Para el periodista Jorge Gómez (Razo, 2019) la columna de opinión no es solo opinar, sino construir una explicación de una realidad dada, a partir de una postura ideológica y de la postura de la persona como tal.

Herramientas digitales

Las revistas digitales destacan por difundir un conjunto de temas relacionados entre sí, de manera agradable para el lector. Por lo tanto, las herramientas y recursos digitales que se

utilizan para complementar la información dada generan una “economía de lectura digital” (Palau-Sampio y Sánchez-García, 2020).

Infografías

Esta herramienta da significado a la información a través del lenguaje visual y el texto, ayudan a entender mejor los datos y aumentan la visibilidad el contenido. En la infografía el contenido, la historia, el diseño y la conexión con el texto deben tener coherencia y ser llamativos para el agrado del lector. Las funcionalidades que la infografía periodística posee son inmensas, pues explican conceptos, muestran cronologías e informan de manera agradable (Hernández, 2020).

Vídeos

Permite que el lector contextualice los hechos y profundice los conocimientos acerca del hecho que desea conocer o informar. La labor de un periodista digital es lograr un video de buena calidad con el objetivo que adentre en la mente del lector y sea de fácil entendimiento. Debe complementar los relatos, noticias escritas para generar un vínculo con el medio digital que el usuario haya escogido para informarse. Asimismo, esta herramienta permite adaptar contenido ya creado a este formato y abre las puertas a nuevas audiencias, pues las nuevas generaciones consumen más videos que textos, ya que son más digeribles (IEBS Digital School, 2020).

Fotografías

Las fotografías sirven para descansar la mente del lector después de un largo texto. Asimismo, contextualiza los hechos narrados. La fotografía permite narrar historias mediante las imágenes, proyectar las emociones del momento y lograr concienciar sobre un tema o una noticia en específico. Todo esto se logra de una manera objetiva e imparcial, pues es una característica del periodismo. De igual manera, la fotografía periodística se centra en la inmediatez para difundir acontecimientos actuales y de interés común; y puede lograr mostrar la realidad de un hecho contado con mucha más profundidad (Too Many Flash, 2021).

Cultura ambiental

Para la definición de cultura ambiental, es necesario definir medio ambiente. Juste (2022) lo define como conjunto de elementos físicos, químicos, biológicos, sociales y culturales con los cuales los seres humanos interactúan.

La Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (2022) define cultura, o educación ambiental, como el proceso que le permite a las personas investigar sobre temáticas ambientales, involucrarse en la resolución de problemas y tomar medidas para mejorar el medio ambiente. Tener una cultura ambiental tiene como componentes la conciencia, sensibilidad y conocimiento de los desafíos ambientales; actitud y participación para motivar y mejorar la calidad de vida del planeta; y habilidades para identificar y contribuir a resolver los desafíos ambientales.

Cervantes, Gómez y Olguín (2019) afirman que es la ciencia que investiga la relación del hombre con su medio ambiente, donde está implícito el conjunto de estilos, costumbres y condiciones de vida de una sociedad con una identidad propia, basada en tradiciones, valores y conocimientos.

Situación actual

En la actualidad, la cultura ambiental es un tema de mucha relevancia a nivel mundial, pues la contaminación cada día destruye más lugares, extingue especies de flora y fauna y afecta a la salud de las personas alrededor del mundo. El plástico es uno de los principales problemas de la contaminación, pues es un material de fácil adquisición y bajo costo que conlleva a un consumo despreocupado y poco regulado. La catástrofe de la contaminación por plásticos es un peligro visible que está afectando a todas las comunidades del mundo. Cada año, se producen más de 400 millones de toneladas de plástico, de los cuales la mitad se conciben para una vida útil de un solo uso. Y menos del 10% se recicla. Aproximadamente, entre 19 y 23 millones de toneladas de desechos de plásticos terminan cada año en lagos, ríos y mares. Los residuos que son desechados al mar generan unos microplásticos, que son partículas de menos de 5mm de diámetro, los cuales perjudican la salud humana y de los animales y contaminan todo tipo de ecosistemas (ONU, 2023).

En los últimos años, el aumento de la acidificación de los océanos y la contaminación por plásticos es uno de los principales desafíos ambientales a los cuales la sociedad tiene que enfrentarse. Sin embargo, existen más problemas importantes a tener en cuenta para la sobrevivencia del planeta, entre ellos está el aumento del nivel del mar y la erosión costera, la deforestación y pérdida de la biodiversidad, la contaminación del aire y la escasez del agua. Todos estos problemas mencionados tienen como consecuencia el cambio y fenómenos climáticos extremos (González, 2023).

Según Greenpeace (2018), solo se ha logrado reciclar un 9% del plástico producido mundialmente, 12% se ha incinerado y el 79% ha acabado en el medio ambiente.

Por otra parte, la producción de plástico se disparó de 2 millones de toneladas en 1950 a 348 millones de toneladas en 2017. Se espera que para el 2040, se duplique su capacidad. Esta producción masiva, actualmente, tiene impacto directo en el cambio climático, la fertilidad y actividad hormonal. Así como en el perjuicio de más 800 especies marinas y costeras. Por esta razón, distintas organizaciones y congresos han creado políticas en cada país para la preservación del medio ambiente. Falta la educación y concientización por parte de las poblaciones para la reducción y no uso de plástico (ONU, 2022).

La organización no gubernamental GreenPeace promueve tres pasos básicos conocidos como la regla de las 3R para disminuir la producción de residuos y contribuir con ello a la protección y conservación del medio ambiente. Esta regla pretende cambiar los hábitos de consumo, haciendo una comunidad responsable y sostenible. Se basa en la reducción, reutilización y reciclaje de residuos y plásticos. La primera de las tres erres es reducir, la cual se refiere a disminuir el consumo tanto energético como de bienes materiales; la segunda es reutilizar, la cual se enfoca en alargar la vida útil de un producto; la tercer es reciclar, se basa en tratar los desechos con el fin de obtener nuevos productos para así evitar el daño medioambiental que conlleva su eliminación (Borrás, 2020).

Reducción y no uso de plástico

Eliminar la contaminación por productos plásticos constituye un objetivo importante del Decenio de las Naciones Unidas sobre la restauración de los Ecosistemas. Una de las acciones recomendadas por la ONU (2021) es pasar de utilizar estos elementos de un solo uso a un multiuso, pues cuanto más se reutiliza un producto, menor es el impacto ambiental que este genera. Por ejemplo, las bolsas, botellas, vasos, vajillas y envases de plástico de un solo uso pueden ser reutilizados o redestinados. Sin embargo, los consumidores no deben asumir toda la carga de disminuir el impacto de los plásticos desechables, la producción de estos debe ser sostenible y los políticos y minoristas también deben ser hacerse responsables para generar más conciencia social.

Actualmente, el mundo desecha en los océanos cerca de once millones de toneladas plástico cada año. Por ello, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente ha creado el Compromiso Global por la Nueva Economía de los Plásticos e invita a todos los países a nivel mundial a comprometerse con acciones nacionales ambiciosas para crear una economía circular para este material. En este modelo los plásticos no llegan a convertirse en desechos y, por lo tanto, la contaminación que causan se reduce notablemente. Países como Canadá, Colombia, Grecia e Italia se han unido a este compromiso y buscan disminuir la producción de este en un 55% (Naciones Unidas, 2022).

A nivel mundial, las acciones para reducir plástico son cada vez más. En España, a principios del 2018 se creó la campaña “Desnuda la Fruta”, con la intención de denunciar el abuso de plástico en la venta de algunos alimentos, como las frutas y verduras. Otros países se han comprometido para reducir el uso de plásticos y disminuir la basura marina; optando por acciones como prohibir el uso de bolsas plásticas. De hecho, países y ciudades han prohibido el uso de unos plásticos en específico, por ejemplo, Seattle, el uso de sorbetes y Vancouver, los vasos de café y recipientes de poliestireno. Más de 30 países han prohibido el uso de bolsas a nivel nacional y, casi todos ellos, cobran un impuesto por su uso. Sin embargo, las medidas tomadas por otros fabricantes ya están haciéndose más conocidas y masivas. Se han lanzado alternativas para los sorbetes, en vez de ser de plástico, ahora son de metal; los cuales son lavables. También, es más conocido el uso de bolsas de tela para las compras. Ahora, hay cepillos de dientes con mango de bambú, estos duran igual que los cepillos hechos a base de plástico; además, al ser desechados y tirados al mar, sirven de alimento para los peces, sin contaminarlos (Naciones Unidas, 2021).

Teorías científicas

Teoría de la difusión de innovaciones

Esta afirma que la adopción de una innovación es un proceso de distintas etapas, donde la percepción de la situación produce un resultado, haciendo que el entorno tome la decisión de adoptar o rechazar la innovación. El proceso se divide en cinco etapas: conocer la información, percibir, observar y experimentar, decidir si se adopta o rechaza la innovación, implementarla y confirmar lo decidido; lo cual llevará a la comunicabilidad de la innovación, es decir, si puede ser difundida a otras personas (Rogers, 1962, como se citó en Morales, 2020).

Teoría de la clasificación de los cibermedios

Afirma que la red está poblada por una cantidad enorme de publicaciones. Por lo tanto, muchos medios se apartan de los patrones editoriales netamente periodísticos para atender otros tipos de intereses propios de la comunicación institucional, la publicidad o la propaganda. Defiende el criterio tipológico que informa, distingue los cibermedios realmente periodísticos de aquellos que no lo son (Salaverría, 2016).

Teoría de los usos y gratificaciones

Esta asegura que la audiencia tiene motivaciones que las dirigen a tomar decisiones. De igual manera, el público es activo, toma la iniciativa y manda sobre el medio que consume y no al revés; los consumidores tienen juicios de valor respecto a los juicios emitidos (Katz, Blumler y Gurevitch, 1974, como se citó en Hernández, 2018).

Las bases teóricas presentadas, respaldan la investigación, pues en las tres se afirma que el periodismo debe mantener informado a toda la población con la realidad, sin alterarla. Asimismo, comprueban que si un medio digital es completamente agradable e informa con la verdad, la población lo aceptará y lo adoptará en su día a día para mantenerse informado.

Materiales y métodos

Para obtener una comprensión más completa y profunda sobre cultura ambiental y periodismo digital, la investigación fue de tipo mixta. Por un lado, cualitativo, pues se inició el proceso examinando los hechos en sí y revisando estudios previos para después generar una propuesta que sea consistente con lo observado anteriormente, asimismo, se describió el comportamiento de las personas respecto al uso de plástico y estudió el quehacer cotidiano de ellas. Por otro lado, cuantitativo, porque se hizo uso del instrumento cuestionario y se recolectó y analizó datos. Para Hernández-Sampieri (2018) en este tipo de investigación implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos y se utiliza evidencia de datos numéricos, verbales, textuales y visuales para entender problemas en las ciencias. Al integrar ambos en la presente investigación, se ofrece una comprensión más completa del problema estudiado, permitiendo explorar las experiencias humanas sobre hábitos y uso de plásticos y los patrones estadísticos, para así, enriquecer la validez y fiabilidad del estudio.

Por otro lado, el método usado en la investigación fue descriptivo, pues según Hernández-Sampieri (2018), en esta se pretende especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Se recolectan datos y reportan información de diversos conceptos. Asimismo, la investigación fue de tipo propositiva, pues Soto (2020) afirma que consiste en elaborar un diagnóstico preciso de la realidad que se desea intervenir y luego elaborar una propuesta que permita solucionar el problema detectado.

El escenario que se tuvo en cuenta para iniciar la investigación fue la ciudad de Chiclayo, Perú; pues la recolección de datos (libros, revistas, documentos y tesis); y la recogida de información (entrevistados, encuestados y validadores) empezaron en esta región. Sin embargo, al ser una propuesta digital, el producto no se puede reducir a tan solo una localidad, pues al subirlo a la web, personas de distintas partes del mundo tendrán acceso a la investigación.

Por otro lado, en la investigación se aplicaron los siguientes instrumentos: cuestionario y entrevista a profundidad. Con el primero, se logró describir la situación actual respecto a los conocimientos de cultura ambiental, el cual es el primer objetivo. En cambio, con el segundo, se pudo determinar la estructura de la revista digital y establecer su diseño, los cuales son el segundo y tercer objetivo respectivamente. Bernal (2016) asegura que el cuestionario es un conjunto de preguntas para recabar información sobre el problema de investigación, este permite estandarizar el proceso de recopilación de datos. Por otra parte, afirma que la entrevista a profundidad consiste en una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistado y el realizador de la investigación; se logra, a través de preguntas y respuestas, una construcción de significados respecto a un tema.

Lo sujetos considerados para aplicar el primer instrumento fueron alumnos del primer ciclo del 2019-II de las carreras Ingeniería Industrial e Ingeniería Civil de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Esta muestra no probabilística fue escogida por las características de la presente investigación, pues, al describir el comportamiento de las personas respecto al uso de plásticos, se quiso saber cuáles son los conocimientos, hábitos y prácticas de quienes, al momento de la encuesta aplicada, empezaban sus vidas universitarias en las principales carreras en llevar cursos sobre calidad ambiental e investigar y proponer mejoras al respecto. De esta manera, se pudo guiar esta propuesta a un público más joven interesado en el tema. Por otro lado, los sujetos a quienes se aplicó el instrumento entrevista a profundidad fueron dos expertos en periodismo digital: Miguel Villegas Morillo, editor de la revista SOMOS; y César-Javier Palacios, periodista ambiental en el medio digital 20minutos; y dos expertos en cultura ambiental: Lucio Llontop Mendoza, ingeniero químico; y las creadoras de la página ambiental “Por donde empiezo Perú”.

Las preguntas planteadas en el cuestionario y en las entrevistas a profundidad fueron propuestas a expertos en temas de cultura ambiental y periodismo digital, quienes las revisaron, corrigieron y mejoraron para poderlas aplicar. Los participantes que guiaron y validaron la investigación fueron el ingeniero ambiental Pablo Molinero Durand y el periodista Henry Morales.

La recolección de datos de la investigación constó en formular doce preguntas sobre calidad ambiental y doce preguntas sobre periodismo a cuatro especialistas: dos en periodismo digital y dos en cultura ambiental. Asimismo, se estableció un cuestionario de diez preguntas abiertas para realizar a los sujetos participantes. Las preguntas elaboradas tanto para las entrevistas como para el cuestionario contribuyeron de manera relevante a la investigación.

Todos los datos recogidos en las entrevistas y en el cuestionario, fueron analizados y se interpretaron de manera que quedaron los testimonios y respuestas que se adecuaron al proyecto. Luego, con la información recogida, se formularon las conclusiones que responderán a cada objetivo planteado.

Con esta investigación se quiso dejar en claro los conceptos de revista digital y realizar una revista que sea entendible y de fácil acceso para el público. De igual manera, se espera que sirva de referencia para futuras investigaciones respecto a periodismo digital y cultura ambiental y que logre dar solución a la problemática planteada.

Finalmente, esta investigación cumplió con los principios éticos que requiere un trabajo profesional, pues se respetó los derechos de autoría citando cada fuente que ha sido utilizada y, además, no hubo plagio de información. Se citó y referenció empleando el formato APA 7° edición. Por otro lado, los instrumentos utilizados en la presente investigación fueron validados por profesionales en las carreras de Periodismo e Ingeniería Industrial.

Resultados y discusión

Los resultados deben ser presentados siguiendo el orden de las etapas planteadas en la metodología o la secuencia de los objetivos específicos. Debe ser una redacción clara, precisa y concisa de los hallazgos significativos y los comportamientos especiales de las variables estudiadas. Debe incluir tablas, gráficos y figuras que no deben exceder de 15.

Resultados de las entrevistas a especialistas en Periodismo

El cuestionario realizado a expertos en periodismo digital y en periodismo ambiental, responder a los objetivos: determinar la estructura de la revista digital siguiendo las características del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad; y establecer el diseño de la revista digital teniendo en cuenta la tipografía, el color y el posicionamiento de la información general.

1. ¿Cuál es la principal característica del periodismo digital?

De las principales características, una es la inmediatez y la rapidez para llegar al público; y la presencia activa en el lugar de la noticia. También, la posibilidad de poder ser evaluados o medidos con números y métricas exactas, pues permiten ver por dónde va la audiencia.

2. El periodista digital, ¿informa o profundiza?

Depende de tipo de publicación, pues el periodista necesita hacer ambas cosas. Informar y profundizar en la información es lo necesario para publicar una nota.

3. ¿Por qué optar por la versión online en estos tiempos?

El mundo, los tiempos y las comunicaciones han cambiado. Ahora que existen los medios digitales, gran parte de la población opta por prender su smartphone y enterarse lo que sucede en el mundo.

4. ¿Por qué el público logra leer periodismo en línea?

La población está inclinada a consumir información web por la generación masiva que es nativa digital. Tiene una relación casi “matrimonial” con el celular. Además, la web es fácil, gratis, cómoda y cuenta con el apoyo de imágenes, videos e infografías.

5. ¿Cuál es la importancia de las redes sociales para los medios digitales?

Es fundamental, pues con las redes sociales se llega a tener más alcance. Además, es una ventana para entender y escuchar las preferencias del público.

6. Según su experiencia, ¿cuál es el elemento primordial en una página web periodística?

Es saber captar la atención del lector desde el primer momento. De igual manera, la profundización en la información y como el periodista la complementa con fotos, videos, infografías, iterativo, etc.

7. ¿Cuál es el formato (diseño, periodicidad, extensión) ideal para una revista digital?

En diseño, debe ser muy gráfica, con fotos y videos. En periodicidad, debe ser mínimo semanal, pues se corre el riesgo de quedar obsoleta en poco tiempo. Y, en extensión, depende de las fuentes que tenga la nota.

8. ¿La revista digital debe cumplir con la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad? ¿Alguna debe sobresalir más?

No es necesario dar más importancia a una característica frente a otra. Lo ideal es adaptar el contenido a los tres conceptos para captar la atención del lector y ofrecerle una experiencia interesante.

9. ¿En estos tiempos es necesario profundizar en el periodismo ambiental?

En estos tiempos de avance de cambio climático, un periodismo ambiental de calidad es más importante que nunca, es una necesidad para el público y una obligatoriedad para el periodista.

10. ¿Qué géneros periodísticos son recomendables para informar sobre cultura ambiental?

La crónica, el reportaje y la entrevista.

11. ¿Qué estilo y formato es adecuado para una revista digital?

La navegación debe ser fácil para el público. Si texto, imagen, audio, video están en perfectas condiciones, el medio funciona.

12. ¿Qué acciones puede tomar un comunicador respecto a la reducción de plástico?

Como comunicadores se debe tratar de trasladar el mensaje de la manera más sensible, práctico y directo para la gente y tener iniciativas para informar respecto a este problema.

La estructura de una revista digital, según los expertos en periodismo digital y ambiental, debe adaptarse a las características del periodismo digital para captar la atención del lector; profundizar en la información y complementarla con fotos, videos e infografías; la información debe contar con varias fuentes; la periodicidad debe ser, al menos, semanal y deben sobresalir los géneros periodísticos: crónica, entrevista y reportaje. Respecto al diseño, la revista digital debe ser muy gráfica, con fotos y videos de buena calidad, atractiva para los jóvenes y de fácil interacción.

Resultados de las entrevistas a especialistas en Cultura Ambiental

Con las preguntas realizadas a expertos en cultura ambiental se lograron los objetivos: describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental y determinar la estructura de la revista digital.

1. ¿Qué problemas ambientales considera usted prioritarios?

Entre los problemas ambientales a considerar están los residuos sólidos, líquidos y gaseosos que genera el ser humano en su día a día. Asimismo, gran relevancia tienen las industrias, tales como: la petrolera, la industria de la moda y la producción animal.

2. ¿Cómo considera usted a un ciudadano ambientalmente responsable?

Es aquel que está informado de los problemas que están ocurriendo hoy alrededor de la crisis climática e intenta disminuir los residuos usados día a día y cambiar sus hábitos y estilo de vida. Al igual que contagia y educa a los demás a hacerlo.

3. ¿Cuál es el concepto de cultura ambiental?

Es la educación en valores ambientales y actitudes positivas hacia el medio ambiente, buscar un equilibrio entre la sociedad y la naturaleza y ver la manera de disminuir el impacto que causa, pues cada acción del día genera residuos.

4. ¿Hay suficiente difusión de información respecto a cultura ambiental?

Si bien los jóvenes están más interesados en el tema y es un tema mucho más común en la sociedad, todavía no hay suficiente información.

5. Con la problemática actual, ¿qué medida es necesaria tomar respecto al uso excesivo de plástico?

Practicar las tres R que enseñan desde la primaria: rechazar el plástico de un solo uso, reutilizar y reciclar. Y en el día a día trata de reducir al máximo su uso.

6. ¿Qué tanto ha alcanzado el mundo con tal de solucionar esta problemática?

Varias investigaciones han comprobado que el mundo está pasando por una crisis climática. Gracias a ello, los gobiernos se están involucrando, se crean tratados donde países se comprometen a lograr objetivos, se crean nuevas formas para revertir el impacto en el mundo y cada vez hay más personas que son conscientes respecto a la problemática y están más interesadas en marcar cambios.

7. ¿Cuál es la mejor manera de concientizar a la población respecto al uso de plástico?

Educando a todos los niveles. Empezando desde casa, en el colegio, institutos, universidad y hasta en el ambiente laboral. Además, también uno puede pasar la voz a sus allegados sobre maneras de reducir el plástico y así generar una comunidad consciente.

8. ¿Por qué es necesario que tanto empresas como personas naturales tomen cartas en el asunto respecto al uso excesivo de plástico en el mundo?

Porque es una crisis global y se tiene que combatir por ambos frentes. Las empresas al ser quienes más contaminan deben dejar de producir a escala tan alta, cambiando por alternativas más amigables con el planeta. Y, de esta manera, obligan al consumidor ser un poco más responsable y replantearse el uso excesivo de plástico al que está acostumbrado.

9. ¿De qué manera un comunicador puede aportar al problema de reducción de plástico?

El comunicador tiene muchas más herramientas que un ingeniero o arquitecto porque saben llegar a la gente. El poder de comunicar información sobre medio ambiente es bastante poderoso. Actualmente, la información suele no estar digerida y es muy difícil de

encontrar. Un comunicador cuenta con el conocimiento y herramientas para utilizar tal información, procesarla de manera atractiva y apoyar con la concientización.

10. ¿Cómo aportaría un medio que solo se enfoque en informar sobre cultura ambiental?

Aportaría mucho. La gran mayoría de medios dedicados a lo mismo, no son atractivos para las personas por como diagraman y comunican la información. Además, es rentable ya que la mayoría de jóvenes están inmersos en la era digital.

11. ¿Qué tan eficiente son los medios digitales como medio para concientizar y educar sobre cultura ambiental?

Son muy eficientes. Logran ser una ventana para dialogar, discutir puntos de vista, difundir información y dar a conocer actividades por desarrollar. Siempre y cuando el mensaje sea animado y no muy pesado, los medios digitales son formidables.

12. ¿Qué temas son necesarios tratar para profundizar en cultura ambiental?

Empezar por lo que se puede hacer desde casa con consejos para ahorrar todo tipo de energía, agua y generación de residuos. Es importante educar e informar sobre como podemos disminuir nuestra contaminación. Asimismo, es necesarios hablar sobre la industria petrolera, la tala indiscriminada, la minería ilegal, el consumo de carne, entre otros temas que generan la crisis climática.

Resultados de las encuestas realizadas a alumnos

El siguiente cuestionario fue realizado a 70 alumnos de primer ciclo de Ingeniería Civil e Ingeniería Industrial de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Con las preguntas realizadas se logró el objetivo: describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre Cultura Ambiental.

Pregunta 1: ¿Sabes el impacto de tus acciones en el medio ambiente?

De los 70 encuestados 65 respondieron que sí saben el impacto de sus acciones en el medio ambiente. Un total de 28 respondió que la basura es lo que más daño causa, 25 que los plásticos que usamos a diario son los más contaminantes, 5 consideraron que las fábricas contaminan más, 2 coincidieron que el extremo uso de papel afecta al planeta y 2 creyeron que los vehículos y la electricidad son el mayor contaminante. Asimismo, 5 alumnos no conocían el impacto de sus acciones.

Pregunta 2: ¿Crees que el uso de plástico en algunos productos está de más?

De los 70 encuestados, 68 respondieron que el uso de plástico está de más en algunos productos. Al preguntarles porqué, 24 respondieron que puede ser reemplazado por otro

material, 21 consideraron que algunos productos no necesitan estar protegidos con plástico, 8 pensaron que contamina, 2 que no debería ser usado porque no es biodegradable y 13 no supieron explicarlo. Por otra parte, 2 encuestados no consideraron el uso de plástico innecesario.

Pregunta 3: ¿Sabes el impacto que causa el uso de plástico en el mundo?

En las encuestas, 55 personas respondieron que sí saben el impacto del plástico en el mundo. De estas, 29 consideraron que el mayor impacto es la contaminación que genera; 12 pensaron que al no degradarse generan gran daño; 10 coincidieron que afecta a los animales marinos y 4, que el plástico es causante del calentamiento. Del mismo modo, 15 encuestados no conocían el impacto del plástico en el medio ambiente.

Pregunta 4: ¿Conoces cuáles son las 3 R de reciclaje?

De un total de 70 encuestados, 39 sabían el significado de las 3R de reciclaje. De estos, 27 conocían las 3: reusar, reducir, reciclar; 8 solo sabían dos y 4 contestaron mal. Asimismo, 31 encuestados no supieron el significado de las 3R.

Pregunta 5: ¿Qué entiendes por cultura ambiental?

De los 70 encuestados, 32 definió que Cultura Ambiental es cuidar el planeta, 12 no sabían cuál es el significado, 11 aseguraron que se refiere a los valores de cada uno respecto al medio ambiente y 9 sostuvieron que es la educación y protección sobre nuestro planeta.

Pregunta 6: ¿Rechazas los sorbetes y bolsas cuando te los ofrecen?

Un total de 42 personas de los 70 encuestados rechazan los sorbetes y bolsas cuando se los ofrecen. De ellos, 15 rechazan estos productos porque los consideran innecesarios, 13 piensan que contamina, 6 quieren generar cambios en el planeta, 5 lo hacen porque el plástico no se degrada y 3 porque piensan que así respetan al ambiente. De igual modo, 28 personas aún aceptan estos materiales porque están acostumbrados a su uso.

Pregunta 7: ¿Conoces las alternativas que existen para no usar plástico?

De los 70 encuestados, 42 personas conocían las alternativas que hay para no usar plástico. De ellas, 31 conocían las bolsas de tela o las biodegradables; 7 consideraban que la alternativa es reutilizar el plástico que tienen; 2 coincidían en que el uso del vidrio es una buena alternativa y 1 habló sobre el cepillo de bambú. Un total de 28 personas no conocen las opciones para dejar de usar plástico.

Pregunta 8: ¿Estás dispuesto a cambiar tus hábitos respecto al uso de plástico?

De los 70 encuestados, 61 están dispuestos a cambiar sus hábitos para no usar plástico. De ellos, 17 lo harán para contribuir a la mejora del medio ambiente; 17 para mejorar la calidad de vida los habitantes; 15 para mantener habitable el planeta para futuras

generaciones; 8 lo hacen porque piensan que ya es hora de cambios; 3 para cuidar a los animales y 1 porque la carrera que estudia lo amerita. Asimismo, 5 contestaron que cambiarán sus hábitos en algunos años porque necesitan tiempo para adecuarse y 4 que no están dispuestos a cambiar porque están acostumbrados al uso de plástico.

Pregunta 9: ¿Conoces algún medio digital que se dedique a informar sobre cultura ambiental?

De las 70 personas encuestadas, 57 no conocían ningún medio digital que se dedique a informar sobre Cultura Ambiental. Asimismo, 13 personas conocían algunos medios como: noticieros y revistas (6), redes sociales (4), *Discovery Channel* (3).

Pregunta 10: ¿Qué otros problemas ambientales te parecen importantes?

De los 70 encuestados; 19 consideraron que la deforestación es el problema más grave del planeta, 15 no sabían qué otros problemas hay, 10 pensaba que el calentamiento global, 8 la contaminación del aire, 7 consideraban que el uso excesivo del agua es un tema importante, 5 pensaba que las sustancias químicas alrededor de planeta es lo que degenera más, 2 consideraban que la contaminación sonora y 2 coincidieron que un grave problema para el medio ambiente es la minería ilegal.

Discusión

Objetivo uno: Describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental.

Los expertos en Cultura Ambiental, el Ingeniero Lucio Llontop Mendoza y las creadoras de “Por donde empiezo Perú”, afirman que los conocimientos sobre el tema son pocos ya que no hay suficiente difusión de información respecto a esto. Sin embargo, aseguran que cada vez hay más acceso a la información y que los jóvenes están más interesados en el cuidado del medio ambiente. A su vez, de los 70 estudiantes encuestados, 28 no conocía el impacto de sus acciones en el medio ambiente; pero estaban dispuestos a cambiar sus hábitos respecto al uso de plástico.

Estos resultados se evidenciaron con la postura de la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (2022) donde afirman que la cultura ambiental es un proceso que permite a las personas investigar e involucrarse en temáticas ambientales y en tomar medidas para mejorar la calidad de vida del planeta. Además, de esta manera, adquirirán conocimientos y habilidades para identificar y contribuir a resolver los desafíos ambientales.

Asimismo, nueve de los 70 alumnos encuestados conocen el significado de cultura ambiental y coincidieron con la definición de los entrevistados expertos en el tema: “cultura ambiental es

la educación y actitud de las personas para proteger el medio ambiente, buscar un equilibrio entre la sociedad y naturaleza y disminuir el impacto ambiental”.

La definición brindada por los estudiantes coincide con la de Cervantes, Gómez y Olguín (2019), quienes definen cultura ambiental como la relación del hombre y su estilo, costumbres y condiciones de vida que repercuten con el trato a su medio ambiente.

Objetivo 2: Determinar la estructura de la revista digital siguiendo las características del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Los expertos en periodismo digital, Miguel Villegas Morillo y César-Javier Palacios, afirman que el elemento primordial en una página web periodística es captar la atención del lector mediante los diversos medios que ofrece la web. Asimismo, aseguran que debe mostrarse diversos contenidos multimedia como imágenes, vídeos, infografías y audios para que el lector quede completamente satisfecho y no busque más información en otras páginas.

Jiménez y Nicolás-Sans (2023) aseguran que aparte de la inmediatez que brinda el periodismo digital, la hipertextualidad es una de las grandes características pues permite al lector ampliar el contexto de la información. Además, Lemus (2019) afirma que el uso de elementos multimedia pueden ser explotados en los medios digitales.

A su vez, los entrevistados en periodismo digital aseguran que las redes sociales son complementarias con una página web periodística. El periodista Miguel Villegas afirma que facilitan la comunicación e interactividad con el público, pues es una ventana para escuchar lo que piensa la gente y saber sus gustos; también opina que es un vehículo para que sus publicaciones tengan mayor alcance. Por su parte, César-Javier Palacios, comenta que las redes sociales son fundamentales, pues los ciudadanos llegan al contenido por enlaces que se comparten en ellas.

Para Lemus (2019) un plus de los medios digitales es que cuentan con estadísticas, las cuales permiten conocer mucha más información del lector y sus hábitos de lectura. Por otro lado, Martínez-Sanz & Arriba-Urrutia (2019) afirman que el uso de redes sociales para los periodistas es un factor clave para la distribución y consumo de noticias. Además, los medios de comunicación no solo deben proporcionar información, también deben ofrecer espacios de comunicación y socialización con sus públicos.

Objetivo tres: Establecer el diseño de la revista digital teniendo en cuenta la tipografía, el color y el posicionamiento de la información general.

Respecto al diseño de la revista digital, los entrevistados Miguel Villegas y César-Javier Palacios coinciden que la periodicidad debe ser, por lo menos, diaria. Aseguran que se debe actualizar la página con nuevos contenidos para que no quede obsoleta en poco tiempo, pues

las personas demandan información nueva todos los días; en caso no sea así, cambian de medio digital. Por otra parte, Miguel Villegas asegura que la revista, por tratar sobre medio ambiente, debe ser muy gráfica y visual, las fotos deben ser el elemento primordial; afirma que se debe mostrar lo que se ha querido crear. Por último, los dos entrevistados coinciden que en una revista digital sobre cultura ambiental, para incluir multimedialidad, los géneros más flexibles para hacerlo son: crónica, entrevista y reportaje.

Esta información brindada por los especialistas en periodismo digital coincide con las recomendaciones de Lemus (2019) al momento de crear una revista digital. Afirma que todo el tema visual resulta fundamental, desde el logotipo, los colores y las fotografías hasta la diagramación. Asimismo, recomienda que el sitio web tenga coherencia, con un menú lógico, amigable e intuitivo; y, además, que haya buen uso de palabras claves para poder agrupar los contenidos. Por otro lado, Puerta (2019), asegura que para la estructura de una revista digital debe tenerse en cuenta la accesibilidad al sitio, la ergonomía como una tipografía legible, el diseño gráfico y el uso de recursos multimedia; sin dejar de lado la interacción con el usuario para que pueda suscribirse tan solo al entrar a la página de la revista.

Alvarado y García (2019), quienes analizaron tres revistas digitales exitosas en Latinoamérica, coinciden que los géneros periodísticos digitales que más destacan en este formato son la entrevista a profundidad, la crónica y el reportaje. Asimismo, Razo (2019) menciona a la crónica como “el mejor género del mundo”, pues en él se pueden contar historias y es uno de los más libres al momento de escribir; además, las personas se pueden identificar con lo que se cuenta.

Por otra parte, las creadoras de “Por donde empiezo Perú”, Lucio Llontop Mendoza, Miguel Villegas Morillo y César-Javier Palacios aseguran que un comunicador tiene las herramientas necesarias para procesar la información sobre cultura ambiental y acomodarla de manera atractiva para lograr concientizar y sensibilizar a la población.

Conclusiones

Los conocimientos sobre cultura ambiental reflejan que la mayoría de personas no dominan por completo el concepto de cultura ambiental, pues no lo asocian a la educación y protección del medio ambiente, sino al respeto, valor o cuidado del planeta. Los resultados determinan que se desconoce el significado de las 3R, que son recicla, reusa y reduce. Asimismo, consideran que la deforestación es el mayor problema ambiental en la actualidad, pero no el uso excesivo de plásticos. Es importante destacar que los encuestados no conocen algún medio

de comunicación que se dedique tan solo a información sobre cultura ambiental. Sin embargo, todos están dispuestos a cambiar sus hábitos para lograr un ambiente más sano.

La estructura de la revista digital se basa en las características del periodismo digital. En primer lugar, la hipertextualidad se ve reflejada en los links que llevarán a la fuente de información de cada infografía, fotografía y nota. En segundo lugar, la multimedialidad se hace presente al usar vídeos, audios y fotografías para complementar la información. Y, por último, la interactividad tiene lugar en las redes sociales donde el usuario puede seguir la página de la revista y dejar mensajes.

El diseño establecido de la revista digital con nombre “Hojambiental” tiene tipografía, sin serifa, *Text me one* en las publicaciones y *Brusher* en el logotipo. Los colores usados en toda la revista son blanco, verde y gris y, debajo del logo, se puede visualizar la información general en las opciones del menú: inicio, quienes somos, secciones y contacto.

Recomendaciones

Los resultados de los instrumentos aplicados lograron demostrar que los jóvenes tienen poca información sobre cultura ambiental. Los estudiantes encuestados no cuentan con conocimientos al respecto, pero todos están comprometidos por lograr cambios para mejorar la calidad de vida en el mundo. Por ello, los expertos en periodismo digital y en cultura ambiental afirmaron que una revista digital aporta al cambio positivo.

El nombre de la revista propuesta es ‘Hojambiental’, esta tiene como tema fijo la cultura ambiental: impacto ambiental, soluciones, prevenciones, datos curiosos sobre el medio ambiente, entrevistas a expertos; así también, se informará los temas ambientales más controversiales con el objetivo de concientizar y promover esta cultura.

Características

La revista digital se llamará ‘Hojambiental’ con el objetivo de que al escuchar o leer el nombre, se pueda reconocer que se trata de un tema ambiental. El uso de la palabra “hoja” hace referencia a las revistas convencionales, pues son de papel.

El logotipo de la revista digital tiene como fuente la letra *Brusher* y una pequeña hoja en la esquina inferior derecha para recalcar que se trata de un producto ecológico. Asimismo, en el logotipo se especificará que es una revista digital, con la fuente de letra sin serifa *Text me one* que será la misma que se usará en las publicaciones de la revista digital. El tamaño de letra será #28 para los títulos de las publicaciones y para el texto será #14.

Por otro lado, los colores característicos de la revista serán el blanco, verde y gris. Cada uno con el código: #FDFFF2, #3F5910 y #82804E, respectivamente. Estos colores se usarán en el logo y en el diseño de la página. Asimismo, el color gris será usado en el color de fuente de las publicaciones de la revista digital.



El color del fondo será alternado en las publicaciones de la revista para no cansar la vista del lector; también serán usados en las redes sociales de la revista. Los colores son los mismos en ambos diseños.

Por otra parte, se debe recalcar que, al ser una revista digital, los contenidos deben ser mínimo diarios. Por lo tanto, 'Hojambiental' realizará una publicación al día alternando las secciones que la caracterizarán.

Diseño

La estructura de la web de 'Hojambiental' se divide en cinco partes. Primero, se verá el logo y debajo las opciones del menú: inicio, quiénes somos, secciones y contacto; a un costado se encontrarán los íconos de las redes sociales de 'Hojambiental' para que el usuario pueda entrar directamente a la que escoja.



En segundo lugar, se encontrará la última publicación de la revista; se podrá ver una gran fotografía y el título de igual tamaño. En tercer lugar, se podrá ver las demás entradas en orden de fecha publicadas; asimismo, todas las entradas tendrán una fotografía que haga referencia al tema tratado. En cuarto lugar, habrá una sección de “contacto” donde se verá el correo electrónico de la página ‘Hojambiental’, el número de celular exclusivo de la revista y nuevamente las redes sociales. Por último, habrá un formulario de suscripción, donde los usuarios pondrán su correo electrónico para recibir notificaciones de las nuevas publicaciones.



¿CÓMO HACER COMPOSTA?
Empieza desde casa

El logotipo de la revista digital tiene como fuente la letra Brusher y una pequeña hoja en la esquina inferior derecha para resaltar que se trata de un producto ecológico. Asimismo, en el logotipo se especificará que es una revista digital, con la fuente de letra sin serif. Text me one que será la misma que se usará en las publicaciones de la revista digital. El tamaño de letra será #28 para los títulos de las publicaciones y para el texto será #14.

ISLAS DE PLÁSTICO
Nuevas medidas para evitarlas

El logotipo de la revista digital tiene como fuente la letra Brusher y una pequeña hoja en la esquina inferior derecha para resaltar que se trata de un producto ecológico. Asimismo, en el logotipo se especificará que es una revista digital, con la fuente de letra sin serif. Text me one que será la misma que se usará en las publicaciones de la revista digital. El tamaño de letra será #28 para los títulos de las publicaciones y para el texto será #14.

ESPECIES MARINAS
En riesgo por contaminación

El logotipo de la revista digital tiene como fuente la letra Brusher y una pequeña hoja en la esquina inferior derecha para resaltar que se trata de un producto ecológico. Asimismo, en el logotipo se especificará que es una revista digital, con la fuente de letra sin serif. Text me one que será la misma que se usará en las publicaciones de la revista digital. El tamaño de letra será #28 para los títulos de las publicaciones y para el texto será #14.

CONTACTO
hojambiental@contacto.com
987-654-321
f x i

Formulario de suscripción

Dirección de email

Enviar

Asimismo, la cantidad máxima de párrafos por publicación son de 9 a 10, cada uno de 7 a 8 líneas. Todas contarán con titular y subtítulo. Si la publicación trata varios subtemas, se permitirán los intertítulos o ladillos.

Por otra parte, la hipertextualidad se puede observar al ver y leer los contenidos de ‘Hojambiental’. Por ejemplo, en una infografía sobre los efectos más dramáticos del aumento

del Co2, se podrá observar debajo de la publicación un link que llevará a la fuente de información. Asimismo, habrá links que llevarán al usuario a las galerías y redes sociales de quienes se usaron las fotografías.

La multimedialidad es característica fundamental de ‘Hojambiental’, pues todas y cada una de las publicaciones tendrán más de un archivo multimedia. Cada publicación será acompañada por una fotografía que haga referencia al tema y, además, una infografía o vídeo que pueda profundizar el tema tratado. Asimismo, las entrevistas a expertos en cultura ambiental que se harán en ‘Hojambiental’ serán grabadas en audio y vídeo para poder compartirlas en la web.

Respecto a la interactividad, se propone que ‘Hojambiental’ tenga tres redes sociales para poder interactuar con los usuarios y leer sus opiniones y recomendaciones: Facebook, Twitter e Instagram. En estas tres redes, se publicarán las entradas de la web y, además, diariamente se subirán publicaciones como encuestas sobre el tema que los usuarios desean saber, presentación de los próximos entrevistados, y también se compartirá otro contenido respecto a cultura ambiental de otras páginas en la red social.

Secciones

La revista digital ‘Hojambiental’ contará con cinco diferentes secciones en las cuales cada una tendrá un género periodístico resaltante. Por otra parte, ‘Hojambiental’ tendrá como característica el uso de los géneros periodísticos: reportaje, entrevista y crónica. Estos se alternarán en cada sección de la revista. Asimismo, los tres géneros se complementarán con recursos gráficos.



Tabla 1*Secciones de la revista digital*

Secciones	Género periodístico	Temas
Vida ambiental	Crónica	Historias inspiradoras sobre personas, empresas y comunidades que eligen un camino sin plásticos.
Tips ambientales	Entrevista	Expertos dan consejos y recomendaciones para quienes empiezan una vida alejada del uso de plásticos.
Alternativas sostenibles	Reportaje	Por cada volumen de la revista, se escogerá una alternativa para dejar el plástico y diversas fuentes hablarán de su uso y adquisición.
Impacto ambiental	Reportaje y entrevista	Información sobre el impacto del plástico en los ecosistemas, salud, vida marina.
Comunidad ambiental	Entrevista	Expertos y líderes de opinión hablan acerca de la importancia de reducir el consumo de plástico.

Frecuencia y contenidos

La revista digital ‘Hojambiental’ será publicada quincenalmente. El primer volumen tendrá los siguientes contenidos:

Tabla 2*Contenidos primer volumen*

Sección	Contenido
Vida ambiental	Tema: Una vida sin sorbetes Género periodístico: Crónica Recurso: Fotografías
Tips ambientales	Tema: Cómo empezar a hacer compostas Género periodístico: Entrevista Recurso: Infografía
Alternativas sostenibles	Tema: Las bolsas de tela Género periodístico: Reportaje Recurso: Fotografía, audio y video
Impacto ambiental	Tema: Plásticos en el mar del Perú Género periodístico: Entrevista Recurso: Infografía, fotografías y audio
Comunidad ambiental	Tema: Activistas anti plásticos Género periodístico: Entrevista Recurso: Fotografías y audios

Difusión y distribución

La revista digital ‘Hojambiental’ será difundida por las redes sociales Instagram, Facebook y X donde se publicará regularmente nueva información. Asimismo, también será difundida a través de correo electrónico para quienes deseen suscribirse y recibir información sobre nuevos volúmenes y artículos destacados.

Por otro lado, el plan estratégico para difundir la revista es a través de publicidad digital en las redes sociales mencionadas. De igual manera, para una distribución orgánica, se propone participar en eventos y conferencias realizadas por instituciones educativas donde se pueda promocionar la revista y establecer contacto con profesionales interesados en cultura ambiental. Asimismo, colaborar con organizaciones ambientales, empresas sostenibles donde se pueda intercambiar y promocionar conjuntamente ambos contenidos.

Presupuesto

El siguiente presupuesto está armado en base a la creación y al primer volumen de la revista digital. Los aspectos a considerar son: diseño web, diseño gráfico del logo, infografías y publicaciones en redes sociales; el dominio, que incluye el web hosting y certificado de seguridad; publicidad digital en redes sociales; y, por último, los pagos de los periodistas independientes que escriban publicaciones para la revista y a los encargados del contenido audiovisual.

Tabla 3

Presupuesto creación y primer volumen

Creación de la revista	Cantidad	Valor (S/)	Total (S/)
Dominio	1	S/ 200.00	S/ 200.00
Diseño web	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Diseño gráfico	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Diseño infografías	2	S/ 80.00	S/ 160.00
Diseño redes sociales	5	S/ 50.00	S/ 250.00
Contenidos	5	S/ 150.00	S/ 750.00
Audiovisual	5	S/ 150.00	S/750.00
Distribución	3	S/ 100.00	S/300.00
Subtotal			S/ 2960.00

Referencias

Abuín Vences, N. y García Rosales, D. (2018). Hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización como parámetros de eficacia comunicativa en los sitios web de los partidos políticos españoles. *Communication & Society*, 32(1). 351-367. <https://bit.ly/48EbbEM>

Agencia de protección Ambiental de Estados Unidos. (4 de noviembre de 2022). *La importancia de la educación ambiental*. <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>

Aparicio, R. (2020). A contracorriente. Los medios digitales independientes de periodismo ambiental en México. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 53, 1-22. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.53.1-22>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. PEARSON.

Borrás, C. (15 de diciembre de 2020). *Las 3R: reducir, reutilizar y reciclar*. Ecología Verde. <https://www.ecologiaverde.com/las-3r-reducir-reutilizar-y-reciclar-315.html>

Carrillo, A. (2020). *Otras maneras de mirar, nuevas formas de contar: crónica narrativa transmedia, ¿un híbrido del siglo XXI?* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Córdoba]. Repositorio Digital Universitario – Biblioteca Oscar Garat.

Cervantes, R., Gómez, X. y Olguín, M. (2019). Cultura ambiental y técnicas de enseñanza. El caso de una secundaria general de Cd. Victoria, Tamaulipas. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 10(19). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i19.544>

Cevallos, D. (2019). *El periodismo digital y las tecnologías de la información y la comunicación* [Tesis de licenciatura]. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Emma Llensa (2017). *Publicaciones digitales: definiciones de revista digital*. <https://emmallensa.com/definiciones-revista-digital/>

Fernández, R., Gaitán, J., Lozano, C., Piñuel, J. y Teso, G. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios*. Fundación Alternativa. <https://fundacionalternativas.org/publicaciones/comunicacion-para-la-sostenibilidad-el-cambio-climatico-en-los-medios/>

Goikoetxea, U. y Ramírez, T. (2019). Revistas Jot Down, Anfibia y Panenka: tres formas audaces de entender el periodismo narrativo digital en plena crisis de papel. *Revista Latina de Comunicación Social*, s/v(74), 692-715. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1352>

González, C. (13 de enero de 2023). *Una mirada a los desafíos ambientales globales en 2023*. Sostenibles. <https://sostenibles.org/2023/01/13/una-mirada-a-los-desafios-ambientales-globales-en-2023/>

Greenpeace. (2018). *Un millón de acciones contra el plástico* [Archivo PDF]. <https://bit.ly/3B7GjOI>

Hernández, L. (18 de diciembre de 2020). *Infografía periodística, el elemento visual más efectivo para informar sobre la pandemia*. IJNET. <https://bit.ly/3LJvc3t>

Hernández, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. UOC.

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Jiménez, C. y Nicolás-Sans, R. (2023). Periodismo deontológico vs periodismo digital ¿Las dos caras de la misma moneda? *Revista internacional de cultura visual*, 15(1), 3-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4623>

IEBS Digital School (5 de febrero de 2020). *Videonoticias, el contenido audiovisual que domina las redes sociales*. <https://bit.ly/41cudhP>

Iberdrola (30 de enero de 2020). *Periodismo ambiental: la mejor forma de concienciar sobre el cambio climático*. <https://www.iberdrola.com/cultura/periodismo-ambiental>

Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación. (24 de enero de 2018). *Claves para aprender a redactar una noticia*. <https://bit.ly/3NCiXZ9>

Iranzo, A. y Latorre, T. (2019). *La noticia: manual práctico de redacción*. Publicacions de la Universitat Jaume I. <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia149>

Juste, I. (30 de mayo de 2022). *Qué es el medio ambiente: definición y resumen*. Ecología Verde. <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

Lemus, Z. (2019). *Revista digital*. [Archivo PDF]. <https://www.calameo.com/read/00585078850cf648da611>

Martín-García, A., Buitrago, A. y Aguaded, I. (2022). La voz del periodismo en las redes sociales: cartografía y funciones del community manager de medios informativos como nuevo actor de la comunicación periodística. *Profesional de la información*, 31(3), 3-6. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.03>

Martínez-Sanz, R. y Arribas-Urrutia, A. (2021). El rol de las redes sociales para futuros periodistas. Manejo, uso y comportamiento de estudiantes y profesores universitarios de Ecuador. *Cuadernos.info*, (49), 146-165. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.49.27869>

Morales, M. (Anfitrión). (28 de octubre de 2021). Hablemos de periodismo ambiental (N° 8) [Episodio de Podcast]. En *Planeta Trending*. Spotify.

Morales, A. (2020). Comunicación participativa para el desarrollo e intraemprendimiento en una institución tecnológica pública. *Paseo de las aves*, 8(4), 149-159. <https://doi.org/10.36105/stx.2020n4.08>

Naciones Unidas. (8 de abril de 2021). *Lanzan iniciativa mundial para acabar con la basura marina y limpiar los océanos*. <https://news.un.org/es/story/2021/04/1490582>

Naciones Unidas. (11 de febrero de 2022). *Diez nuevos países se suman al compromiso para reducir el plástico que llega a los océanos*. <https://bit.ly/3nGIIndA>

ONU Programa para el medio Ambiente. (23 de noviembre de 2021). *Cómo reducir el impacto de los plásticos de un solo uso*. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/como-reducir-el-impacto-de-los-plasticos-de-un-solo-uso>

ONU Programa para el Medio Ambiente. (2 de marzo de 2022). *Día histórico en la campaña para combatir la contaminación por plásticos: naciones se comprometen a elaborar un acuerdo jurídicamente*. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/dia-historico-en-la-campana-para-combatir-la>

ONU Programa para el Medio Ambiente. (30 de enero de 2023). *El día mundial del medio ambiente 2023 se centrará en las soluciones a la contaminación por plásticos con Cote d'Ivoire como país anfitrión*. <https://bit.ly/41c2hKZ>

Palau-Sampio, D. y Sánchez-García, P. (2020). Recursos digitales en la narrativa periodística de actualidad: usos y limitaciones del hipertexto, el multimedia y a interactividad. *Communication & Society*, 33(2), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>

Puerta, A (2019). Crónica latinoamericana: las revistas, hábitat natural del periodismo bien hecho. *Revista chilena de literatura*, s/v(99), 317-340. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22952019000100317>

Ramírez, G. (2021). *Proceso de creación del portal de noticias digital Lucidez.pe* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Lima.

Razo, D. (12 de mayo de 2019). *Expertos opinan sobre géneros periodísticos en la era de medios digitales*. Tecnológico de Monterrey. <https://bit.ly/3LJoCtW>

Rivera, P. (2017). *Propuesta de un boletín digital para la difusión de las actividades de responsabilidad social de la Red Internacional de estudiantes por la Paz (Red ESPAZ)* [Tesis de licenciatura no publicada]. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica* [Archivo PDF]. <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/479/>

Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista mediterránea de Comunicación*, 8(1), 19-32. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>

Salaverría, R. (2018). Digital Journalism: 25 years of research. Review Article. *El profesional de la información*, 28(1), 3-5. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Semana Sostenible. (25 de julio de 2018). *El reto de hacer periodismo ambiental en Latinoamérica*. <https://www.semana.com/actualidad/articulo/el-reto-de-hacer-periodismo-ambiental-en-latinoamerica/41169/>

Soto, A. (2020). *Investigación diagnóstica propositiva*[Archivo PDF]. <https://es.scribd.com/document/463690804/INVESTIGACION-DIAGNOSTICA-PROPOSITIVA>

Too Many Flash. (8 de abril de 2021). *Fotografía periodística: todo lo que debes saber del fotoperiodismo [Guía para principiantes]*. <https://toomanyflash.com/fotografia-periodistica-fotoperiodismo/>

Anexos

CUESTIONARIO

Con el siguiente cuestionario se busca describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental.

1. ¿Sabes el impacto de tus acciones en el medio ambiente?

Sí	No
----	----

¿Cuáles consideras que contaminan más?

2. ¿Crees que el uso de plástico en algunos productos está de más?

Sí	No
----	----

¿Por qué?

3. ¿Sabes el impacto que causa el uso de plástico en el mundo?

Sí	No
----	----

¿Cuál es?

4. ¿Conoces cuáles son las 3 R de reciclaje?

Sí	No
----	----

¿Cuáles son?

5. ¿Qué entiendes por cultura ambiental?

6. ¿Rechazas los sorbetes y bolsas cuando te los ofrecen?

Sí	No
----	----

¿Por qué?

7. ¿Conoces las alternativas que existen para no usar plástico?

Sí	No
-----------	-----------

¿Cuáles?

8. ¿Estás dispuesto a cambiar tus hábitos respecto al uso de plástico?

Sí, ahora	Sí, en algunos años	No
----------------------	------------------------------------	-----------

¿Por qué?

9. ¿Conoces algún medio digital que se dedique a informar sobre cultura ambiental?

Sí	No
-----------	-----------

¿Cuáles?

10. ¿Qué otros problemas ambientales te parecen importantes?

ENTREVISTA 1

Fecha:

Hora:

Entrevistados

- Periodista digital Miguel Villegas Morillo.
- Periodista ambiental César-Javier Palacios.

Objetivos

- Determinar la estructura de la revista digital siguiendo las características del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.
- Establecer el diseño de la revista digital teniendo en cuenta la tipografía, el color y el posicionamiento de la información general.

Preguntas

1. ¿Cuál es la principal característica del periodismo digital?
2. El periodista digital, ¿informa o profundiza?
3. ¿Por qué optar por la versión online en estos tiempos?
4. ¿Por qué el público logra leer periodismo en línea?
5. ¿Cuál es la importancia de las redes sociales para los medios digitales?
6. Según su experiencia, ¿cuál es el elemento primordial en una página web periodística?
7. ¿Cuál es el formato (diseño, periodicidad, extensión) ideal para una revista digital?
8. ¿La revista digital debe cumplir con la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad? ¿Alguna debe sobresalir más?
9. ¿En estos tiempos es necesario profundizar en el periodismo ambiental?
10. ¿Qué géneros periodísticos son recomendables para informar sobre cultura ambiental?
11. ¿Qué estilo y formato es adecuado para una revista digital?
12. ¿Qué acciones puede tomar un comunicador respecto a la reducción de plástico?

ENTREVISTA 2

Fecha:

Hora:

Entrevistados

- Creadoras de *Por dónde empiezo Perú*
- Ingeniero ambiental Lucio Llontop Mendoza.

Objetivo

- Describir la situación actual respecto a los conocimientos sobre cultura ambiental.

Preguntas

1. ¿Qué problemas ambientales considera usted prioritarios?
2. ¿Cómo considera usted a un ciudadano ambientalmente responsable?
3. ¿Cuál es el concepto de cultura ambiental?
4. ¿Hay suficiente difusión de información respecto a cultura ambiental?
5. Con la problemática actual, ¿qué medida es necesaria tomar respecto al uso excesivo de plástico?
6. ¿Qué tanto ha alcanzado el mundo con tal de solucionar esta problemática?
7. ¿Cuál es la mejor manera de concientizar a la población respecto al uso de plástico?
8. ¿Por qué es necesario que tanto empresas como personas naturales tomen cartas en el asunto respecto al uso excesivo de plástico en el mundo?
9. ¿De qué manera un comunicador puede aportar al problema de reducción de plástico?
10. ¿Cómo aportaría un medio que solo se enfoque en informar sobre cultura ambiental?
11. ¿Qué tan eficiente son los medios digitales como medio para concientizar y educar sobre cultura ambiental?
12. ¿Qué temas son necesarios tratar para profundizar en cultura ambiental?