



**Comunicación y sostenibilidad territorial: construcción de narrativas y su
impacto en el Vichada**

María Gabriela Botero Moreno

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Maestría en proyectos de desarrollo sostenible

Bogotá, Colombia

Octubre de 2024

**Comunicación y sostenibilidad territorial: construcción de narrativas y su impacto
en el Vichada**

María Gabriela Botero Moreno

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Director (a):

Paula Echeverry

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Maestría en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Bogotá, Colombia

Octubre de 2024

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

“No podemos realmente amenazar la
Tierra. Siempre sobrevivirá. Lo que
estamos amenazando es nuestra
supervivencia”

- David Attenborough

Agradecimientos

Brigitte Baptiste, rectora de la Universidad Ean

María Eugenia Rinaudo, directora de sostenibilidad de la Universidad Ean

Germán Andrade, asesor de la dirección general del Instituto Alexander Von Humboldt

Contenido

Resumen.....	8
1. Introducción	10
<i>1.1. Objetivos de la Investigación</i>	<i>11</i>
<i>1.1.1. Objetivo general</i>	<i>11</i>
<i>1.1.2. Objetivos específicos</i>	<i>11</i>
<i>1.2. Pregunta de Investigación e Hipótesis</i>	<i>12</i>
2. Marco teórico	14
2.1. Antecedentes.....	15
2.2. Identificación de la problemática	32
2.3. Estado del arte.....	35
2.3.1. Narrativas de comunicación y sostenibilidad: impacto, contexto y efectividad.....	35
2.3.2. Impacto de la comunicación participativa	40
2.3.3. Desarrollo económico y conservación	43
3. Metodología	53
Metodología de Investigación	53
3.1. Enfoque y Alcance de la Investigación	55
3.2. Población y Muestra	57
3.3. Instrumentos	59
3.4. Procedimientos y Técnicas de Análisis.....	¡Error! Marcador no definido.

4.	<i>Resultados</i>	61
5.	<i>Discusión</i>	64
5.1.	<i>Propuesta de solución a la problemática</i>	68
6.	<i>Conclusiones</i>	72
7.	Referencias	76

Resumen

El estudio "Comunicación y sostenibilidad territorial en la Orinoquía: construcción de narrativas y su impacto" tiene como objetivo identificar las narrativas que promueven la sostenibilidad en la región de la Orinoquía y evaluar su impacto en la percepción y prácticas de los actores involucrados. Asimismo, busca contribuir a la formulación de políticas públicas más inclusivas y efectivas, integrando las voces y conocimientos de las comunidades locales.

Para ello, se empleó una metodología cualitativa basada en el análisis de contenido de narrativas comunicativas, entrevistas a actores locales y revisión de políticas públicas relacionadas con la sostenibilidad en la región. El estudio se enfocó en un número limitado de contextos y participantes para evaluar la efectividad de las estrategias comunicativas en distintos escenarios.

Los resultados indican que las narrativas que incorporan las voces locales son más efectivas para influir en la formulación de políticas públicas y generar conciencia ambiental. Además, se evidencia la necesidad de diseñar mensajes claros y culturalmente sensibles que respondan a las particularidades del territorio y sus comunidades.

En conclusión, la comunicación desempeña un papel clave en la promoción de prácticas sostenibles en la Orinoquía. Sin embargo, se requiere una investigación continua para adaptar las estrategias comunicativas a las dinámicas cambiantes de la región y maximizar su impacto en la sostenibilidad.

Palabras clave: comunicación, sostenibilidad, narrativas, Orinoquía, prácticas sostenibles, participación comunitaria, políticas públicas.

1. Introducción

La sostenibilidad territorial se ha convertido en un eje central en las discusiones sobre el desarrollo y conservación ambiental. Su propósito involucra encontrar un balance entre el crecimiento económico, el cuidado del medioambiente y el bienestar de las comunidades. Bajo este contexto, las narrativas comunicativas juegan un papel crucial al influir en la percepción pública y en la generación de prácticas sostenibles (Moser & Dilling, 2011; Cox, 2013; Smith & Flinker, 2023). Estudios han demostrado que las historias que vinculan experiencias personales con problemáticas ambientales pueden generar mayor conciencia y motivar cambios de comportamiento (Whitmarsh, O'Neill, & Lorenzoni, 2011; Carvalho, Van Wessel & Maesele, 2016). No obstante, aún siguen quedando dudas sobre la manera en que estas narrativas pueden adaptarse a contextos culturales y ecológicos específicos para aumentar su impacto (Stibbe, 2015).

Específicamente en la Orinoquía colombiana, lugar de estudio para esta investigación, donde la cultura, la tradición y la naturaleza están interconectadas, el uso de la comunicación para la sostenibilidad podría ser de utilidad por su contexto. La Orinoquía es una región de extensas sabanas, humedales y bosques de galería, caracterizada por una gran riqueza biológica e hídrica. Además, es cuna de grupos y comunidades indígenas, ganaderas y campesinas, cuya economía gira en torno a la agricultura, la ganadería y, contrastando todo lo anterior, a proyectos extractivos y agroindustria extensiva (Caicedo, 2016).

Estudios previos han explorado la efectividad de diversas estrategias narrativas en la promoción de la conservación y la acción climática (Nisbet, 2009; Brosch, 2021). Sin embargo, a pesar de la importancia ecológica y cultural que representa este territorio, hay muy poca investigación y/o trabajo en la comunicación sobre la sostenibilidad territorial en esta región específicamente. La falta de esas narrativas adaptadas a la realidad local podría estar limitando la percepción frente a los desafíos ambientales y la aplicación de prácticas sostenibles.

Es por ello que esta investigación, desde un enfoque en la comunicación, pretende abordar esta problemática, analizando la construcción de estrategias narrativas de comunicación para promover prácticas sostenibles en la región, donde desarrollo y la conservación suelen estar en conflicto.

1.1.Objetivos de la Investigación

1.1.1. Objetivo general

Analizar la construcción de narrativas de comunicación y su impacto en la sostenibilidad territorial en el Vichada.

1.1.2. Objetivos específicos

1.1.2.1. Identificar y categorizar las narrativas de comunicación existentes sobre sostenibilidad en el Vichada: Esto incluye analizar los mensajes promovidos por diversos actores, como ONGs, gobiernos locales y comunidades.

1.1.2.2. Evaluar el impacto de estas narrativas en la percepción y las prácticas sostenibles de las comunidades locales: Se investigará cómo las narrativas influyen en la conciencia ambiental y en las acciones concretas de los habitantes de la región.

1.1.2.3. Determinar la relación entre las narrativas de comunicación y las políticas públicas de sostenibilidad territorial en la región: Se explorará cómo las narrativas influyen en la formulación y la implementación de políticas públicas.

1.2. Pregunta de Investigación e Hipótesis

¿Cómo pueden las narrativas de comunicación ser diseñadas y utilizadas para promover la sostenibilidad territorial en el Vichada, permitiendo cerrar brechas sociales y económicas?

Hipótesis 1: Las narrativas de comunicación que enfatizan la conexión entre la identidad cultural y la conservación ambiental tienen un impacto positivo en la percepción y las prácticas sostenibles de las comunidades locales en el Vichada.

Hipótesis 2: Las narrativas de comunicación que integran perspectivas locales y conocimientos tradicionales son más efectivas para fomentar políticas públicas de sostenibilidad territorial en el departamento del Vichada.

1.2.1. Discusión de la hipótesis

La primera hipótesis sugiere que las narrativas que resaltan la relación entre la cultura local y la conservación del medio ambiente pueden motivar a las comunidades a adoptar prácticas sostenibles. Esto se basa en estudios que han mostrado que las personas están más dispuestas a cambiar su comportamiento cuando ven que las acciones propuestas se alinean con sus valores culturales (Markowitz & Shariff, 2012; Gutiérrez-Carmona & Urzúa, 2019).

La segunda hipótesis plantea que las narrativas que incorporan las voces y los conocimientos de las comunidades locales son más efectivas para influir en la formulación de políticas públicas. Esto es coherente con la literatura que subraya la importancia de la participación comunitaria en la gestión ambiental y la creación de políticas inclusivas (Reed, 2008; Reed, Et al, 2018).

En resumen, este estudio busca llenar un vacío en la investigación sobre la comunicación y la sostenibilidad territorial, con un enfoque específico en la Orinoquia colombiana. Al analizar y desarrollar narrativas de comunicación que promuevan la sostenibilidad, se espera contribuir a la formulación de estrategias más efectivas para la conservación y el desarrollo sostenible en esta región. La confirmación o refutación de las hipótesis planteadas proporcionará una comprensión más profunda de cómo las narrativas de comunicación pueden ser utilizadas para enfrentar los desafíos ambientales y sociales en el departamento del Vichada.

2. Marco teórico

El presente marco teórico establece los fundamentos conceptuales y teóricos para el estudio sobre la construcción de narrativas de comunicación y su impacto en la sostenibilidad territorial en la Orinoquía colombiana. Este enfoque es esencial para comprender cómo las narrativas de comunicación pueden ser diseñadas y utilizadas para promover la sostenibilidad territorial en una región específica. La Orinoquía, una vasta área de biodiversidad y riqueza cultural en Colombia, enfrenta desafíos significativos relacionados con la sostenibilidad debido a la deforestación, la pérdida de biodiversidad y las disparidades socioeconómicas. Para abordar estos problemas, es crucial desarrollar una comprensión profunda de cómo la comunicación puede influir en las prácticas y percepciones locales hacia la sostenibilidad.

Se examinarán los antecedentes que han abordado la intersección entre comunicación y sostenibilidad. Investigaciones anteriores han demostrado que las narrativas ambientales juegan un papel fundamental en moldear la percepción pública y fomentar prácticas sostenibles (Moser & Dilling, 2011; Cox, 2013; Smith, 2023). Sin embargo, la efectividad de estas narrativas depende en gran medida de su adecuación al contexto cultural y ecológico de la región donde se implementan (Stibbe, 2015). Por lo tanto, una revisión de la literatura existente es necesaria para identificar enfoques previos y evaluar su relevancia para la Orinoquía.

Además de los antecedentes, se explorarán teorías y modelos que subyacen a la comunicación para el desarrollo y la sostenibilidad. La Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, por ejemplo, postula que la participación comunitaria en la

creación de mensajes es crucial para el éxito de las iniciativas de sostenibilidad (Servaes & Malikhao, 2008; Servaes & Lie, 2015). Del mismo modo, el Modelo de Comunicación Ambiental destaca la importancia de la credibilidad y la claridad en los mensajes ambientales (Cox, 2013; Zikargae, Et al, 2022). Estas teorías proporcionan un marco conceptual que guía la investigación sobre cómo las narrativas pueden ser diseñadas para ser más efectivas en la Orinoquía.

Se incluirán también investigaciones previas que han evaluado el impacto de la comunicación participativa en la sostenibilidad. Estudios han mostrado que las comunidades locales son más propensas a adoptar prácticas sostenibles cuando se sienten incluidas y representadas en las narrativas de comunicación (Reed, 2008; Markowitz & Shariff, 2012; Reed, 2018). Esto es particularmente relevante en la Orinoquía, donde la integración de conocimientos tradicionales y prácticas culturales puede desempeñar un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad territorial.

Por último, el marco teórico facilitará la conceptualización de las variables de estudio al proporcionar una base sólida de teorías y modelos relevantes. Al integrar estas perspectivas teóricas con la evidencia empírica existente, se busca desarrollar un enfoque comprensivo y contextualizado para abordar los desafíos de sostenibilidad en la Orinoquía. Este enfoque permitirá no solo entender el impacto de las narrativas de comunicación, sino también diseñar estrategias que sean culturalmente sensibles y efectivas para cerrar las brechas sociales y económicas en la región.

2.1. Antecedentes

La sostenibilidad territorial y la comunicación ambiental son campos de investigación interrelacionados que han sido ampliamente estudiados en diversas regiones del mundo. Trabajos previos han demostrado que las narrativas ambientales pueden influir significativamente en la percepción pública y en la adopción de prácticas sostenibles (Moser & Dilling, 2011; Cox, 2013; Smith, 2023). Sin embargo, existe una necesidad continua de adaptar estas narrativas a contextos específicos para maximizar su efectividad (Stibbe, 2015).

En la Orinoquía colombiana, una región caracterizada por su diversidad ecológica y cultural, los desafíos relacionados con la deforestación y la pérdida de biodiversidad son prominentes. Las investigaciones han mostrado que las comunidades locales pueden desempeñar un papel crucial en la conservación ambiental cuando se integran adecuadamente en las estrategias de comunicación y desarrollo (Berkes, 2009; Pagiola, Arcenas, & Platais, 2005; Zikargae, 2022; Greenfield, 2024). Este apartado explora cómo la sostenibilidad territorial y la comunicación ambiental pueden ser entendidas e implementadas en la Orinoquía colombiana.

La comunicación ambiental ha demostrado ser una herramienta poderosa en la creación de conciencia y en la movilización de acciones sostenibles. Moser y Dilling (2011) destacan que las narrativas ambientales pueden cambiar significativamente la percepción pública sobre los problemas ambientales y motivar a las personas a adoptar comportamientos más sostenibles. La importancia de diseñar mensajes efectivos y culturalmente relevantes no puede subestimarse, ya que la efectividad de la comunicación depende en gran medida de cómo se perciben y se internalizan estos mensajes.

En este contexto, Cox (2013) subraya la necesidad de claridad y credibilidad en los mensajes ambientales. La percepción pública de la autenticidad y la autoridad de las fuentes de información puede determinar el éxito o el fracaso de las iniciativas de comunicación. Esto es especialmente relevante en la Orinoquía, donde la confianza en las instituciones puede variar significativamente entre diferentes comunidades.

Stibbe (2015) argumenta que las narrativas ambientales deben ser adaptadas a contextos específicos para ser verdaderamente efectivas. Las diferencias culturales, económicas y ecológicas entre regiones significan que no hay una solución única que se aplique a todos los casos. En la Orinoquía, por ejemplo, las narrativas deben reflejar la realidad local y resonar con las experiencias y valores de sus habitantes.

En esta línea, las investigaciones sugieren que la inclusión de conocimientos tradicionales y prácticas locales en las narrativas de sostenibilidad puede mejorar la aceptación y el impacto de los mensajes (Berkes, 2009). La valorización de estos conocimientos no solo fomenta la participación comunitaria, sino que también puede proporcionar soluciones prácticas y culturalmente apropiadas a los problemas ambientales.

La Orinoquía enfrenta desafíos ambientales significativos, como la deforestación y la pérdida de biodiversidad. Estas amenazas no solo afectan el medio ambiente, sino que también tienen implicaciones sociales y económicas para las comunidades locales. La deforestación, por ejemplo, puede llevar a la pérdida de recursos naturales esenciales para la subsistencia y el bienestar económico de estas comunidades.

Investigaciones como las de Pagiola, Arcenas y Platais (2005) han demostrado que los pagos por servicios ambientales (PSA) pueden ser una herramienta efectiva para promover la conservación en regiones como la Orinoquía. Estos programas proporcionan incentivos económicos a los propietarios de tierras para conservar y restaurar los ecosistemas, lo que puede ayudar a mitigar los efectos negativos de la deforestación.

La participación de las comunidades locales en las iniciativas de conservación es crucial para su éxito a largo plazo. Berkes (2009) enfatiza que las estrategias de conservación deben ser inclusivas y participativas, incorporando los conocimientos y las prácticas locales. En la Orinoquía, esto significa trabajar directamente con las comunidades para desarrollar y implementar estrategias de comunicación y conservación que sean culturalmente relevantes y sostenibles.

El enfoque participativo también puede mejorar la cohesión social y fortalecer las redes comunitarias, lo que a su vez puede aumentar la resiliencia frente a los desafíos ambientales. La integración de las comunidades locales no solo facilita la implementación de prácticas sostenibles, sino que también empodera a los habitantes, permitiéndoles tomar un papel activo en la gestión de sus recursos naturales.

Para que las narrativas ambientales sean efectivas, deben ser diseñadas teniendo en cuenta los contextos culturales y las dinámicas sociales de la región. Servaes y Malikha (2008) proponen que la comunicación para el desarrollo y el cambio social debe ser participativa y centrada en la comunidad. Esto implica no solo transmitir información, sino también facilitar el diálogo y la colaboración entre las partes interesadas.

En la Orinoquía, esto puede lograrse a través de talleres comunitarios, programas de radio locales y otras plataformas que permitan a las comunidades compartir sus conocimientos y experiencias. La creación de narrativas que reflejen las realidades locales y las aspiraciones de las comunidades puede aumentar significativamente la aceptación y el impacto de las iniciativas de sostenibilidad.

Para este punto es posible fijar la mirada en estudios realizados en Colombia. Noreña & Rodríguez (2020) en un ejercicio de diseño intercultural de apropiación y formas de producción, explican como la creación conjunta con las comunidades para los procesos de reflexión y acción a partir del diálogo es primordial, llevando las investigaciones a poder generar mayor reconocimiento de los actores.

Además, en otro texto titulado *Emergencia del territorio y comunicación social: experiencias de comunicación y desarrollo sobre medio ambiente en Colombia* (2014), se plantean distintas investigaciones en comunicación que se han hecho en el territorio colombiano sobre comunidades y medio ambiente. Una de ellas, realizada por Noreña, Parra & Rodríguez, evalúan 3 territorios de la Orinoquía y resaltan que:

Es pertinente resaltar que las tres experiencias de esta región comparten como parte importante de su estrategia comunicativa el trabajo directo con la población, tanto a nivel de interacción y diálogo de saberes con las comunidades que benefician como desde el punto de vista pedagógico y de enseñanza o adaptación de nuevos contenidos que les permitan integrar las perspectivas en cuanto a la necesidad de conservar su medio y transformar las prácticas ya empleadas (...) Propiciando entonces una propuesta de comunicación desde la horizontalidad, enfatizando en la existencia

humana, su relación con el planeta y la necesidad de trascender todas las dimensiones de la vida cotidiana.

Noreña, Herrera-Huérffano & Martínez (2022) también resaltan que “si se quiere promover desde el periodismo soluciones mediante acciones de adaptación, mitigación y gestión del riesgo se deben pensar desde cada ámbito territorial local o regional”. En su investigación *Notas de una experiencia: claves para la formación de la comunicación del cambio climático*, evalúan el método praxeológico que comprende cuatro fases: momento de ver, momento de juzgar, momento de actuar y momento de devolución creativa. Allí enfatizan la importancia del trabajo conjunto, así como el entendimiento de que los actores frente a estas problemáticas ambientales somos todos.

Uno de los desafíos clave en la promoción de la sostenibilidad territorial es la necesidad de equilibrar la conservación ambiental con el desarrollo económico. Pagiola et al. (2005) señalan que los programas de PSA pueden proporcionar un puente entre estos dos objetivos, ofreciendo incentivos económicos para la conservación. Estos programas pueden ser especialmente efectivos en la Orinoquía, donde la pobreza y la falta de oportunidades económicas son problemas persistentes.

Al proporcionar beneficios económicos tangibles a los propietarios de tierras y a las comunidades locales, los programas de PSA pueden fomentar una mayor participación en las iniciativas de conservación. Esto, a su vez, puede ayudar a reducir la presión sobre los recursos naturales y promover prácticas más sostenibles.

A pesar de los beneficios potenciales, la implementación de las iniciativas de conservación puede enfrentar desafíos significativos. Estos incluyen la falta de recursos financieros, la resistencia de las comunidades locales a cambiar prácticas tradicionales y la complejidad de gestionar y monitorear los programas a gran escala.

Para superar estos desafíos, es crucial desarrollar estrategias de comunicación que no solo informen a las comunidades sobre los beneficios de la sostenibilidad, sino que también aborden sus preocupaciones y necesidades. Esto puede implicar la creación de mensajes que resalten cómo la conservación puede mejorar la calidad de vida y proporcionar beneficios económicos directos.

Existen numerosos ejemplos de éxito en la integración de la comunicación y la sostenibilidad a nivel global. Por ejemplo, en Costa Rica, los programas de PSA han sido utilizados con éxito para reducir la deforestación y promover la reforestación (Pagiola, 2008). Estos programas han demostrado que es posible combinar la conservación ambiental con el desarrollo económico de manera efectiva.

Otro ejemplo es el uso de narrativas de comunicación para promover la conservación en comunidades indígenas de Canadá. Estas narrativas han sido diseñadas en colaboración con las comunidades locales, reflejando sus conocimientos y valores culturales, lo que ha llevado a una mayor aceptación y participación en las iniciativas de conservación (Berkes, 2009).

La investigación sobre la efectividad de las narrativas de comunicación en la promoción de la sostenibilidad territorial es crucial para desarrollar estrategias más

efectivas y adaptadas a los contextos locales. Este estudio se centrará en la Orinoquía colombiana, una región con características únicas y desafíos significativos, proporcionando valiosos conocimientos que pueden ser aplicados a otras regiones con contextos similares.

La revisión de la literatura existente y el análisis de ejemplos de éxito proporcionarán una base sólida para el desarrollo de nuevas estrategias de comunicación que sean culturalmente relevantes y efectivas. Al integrar estos conocimientos con la evidencia empírica de la región, se espera desarrollar un enfoque comprensivo y contextualizado para abordar los desafíos de sostenibilidad en la Orinoquía.

En conclusión, la sostenibilidad territorial y la comunicación ambiental son campos interrelacionados que requieren un enfoque adaptado y participativo para ser efectivos. La Orinoquía colombiana presenta un contexto único y desafiante que requiere estrategias de comunicación específicas y culturalmente relevantes. Las investigaciones y teorías revisadas proporcionan una base sólida para desarrollar y evaluar estas estrategias, con el objetivo de promover la sostenibilidad y cerrar las brechas sociales y económicas en la región.

La Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) representa un enfoque fundamental en el campo de la comunicación que reconoce el potencial transformador de los procesos comunicativos en el ámbito del desarrollo sostenible y el cambio social. Esta teoría postula que la comunicación puede ser una herramienta poderosa no solo para transmitir información, sino también para involucrar activamente a las comunidades locales en la creación, difusión y recepción de mensajes

que promuevan prácticas y valores favorables al desarrollo y la sostenibilidad (Servaes & Malikhao, 2008).

En el marco de la CDCS, la comunicación efectiva se caracteriza por ser participativa y bidireccional, facilitando un diálogo continuo entre emisores y receptores. Este enfoque permite que las voces y perspectivas de las comunidades locales sean integradas en los mensajes, asegurando así que las narrativas sean culturalmente relevantes y significativas para los destinatarios (Servaes, 1999). La participación activa de las comunidades no solo mejora la comprensión de los mensajes, sino que también aumenta la probabilidad de que estos sean internalizados y traducidos en acciones concretas que promuevan el desarrollo sostenible en diversas dimensiones: económica, ambiental, social y cultural.

Desde esta perspectiva, el desarrollo sostenible va más allá de mejoras materiales y ambientales; implica también la promoción de la equidad, la justicia y la inclusión social. Las estrategias de comunicación en el contexto de la CDCS están diseñadas para fortalecer las capacidades locales y empoderar a las comunidades, facilitando así el cambio de actitudes y comportamientos hacia prácticas más sostenibles y resilientes (Servaes & Malikhao, 2008). Esto puede manifestarse en iniciativas que promuevan la gestión sostenible de recursos naturales, la conservación del medio ambiente, la reducción de la pobreza y la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales.

La integración de la comunicación para el desarrollo en las políticas y programas de desarrollo implica un enfoque holístico que reconoce la interconexión entre los aspectos económicos, sociales y ambientales del desarrollo. En este sentido, la comunicación no

solo informa y educa, sino que también moviliza y cataliza la acción colectiva, promoviendo la colaboración entre diferentes actores sociales y políticos para abordar desafíos comunes (Gumucio-Dagron, 2001).

Uno de los principios fundamentales de la CDCS es la adaptación contextualizada de las estrategias de comunicación a las realidades específicas de cada comunidad y entorno cultural. Esto garantiza que los mensajes no solo sean comprensibles, sino también relevantes y respetuosos con las prácticas y valores locales (Servaes, 1999). La relevancia cultural de las narrativas de comunicación es crucial para ganar la confianza y el compromiso de las comunidades, aspectos fundamentales para el éxito de cualquier iniciativa de desarrollo sostenible a largo plazo.

Además de su enfoque en la participación y la relevancia cultural, la CDCS enfatiza la importancia de la evaluación y retroalimentación continua. Esto permite ajustar y mejorar las estrategias de comunicación en función de los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas durante la implementación de programas de desarrollo (Servaes & Malikhao, 2008). La capacidad de adaptación y flexibilidad son cruciales en un contexto dinámico donde las condiciones y necesidades locales pueden cambiar con el tiempo.

En resumen, la Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social proporciona un marco teórico sólido para entender cómo la comunicación puede ser empleada estratégicamente para promover el desarrollo sostenible y generar cambios sociales positivos. Su enfoque participativo, culturalmente relevante y adaptativo la convierte en una herramienta esencial para abordar los desafíos complejos que enfrentan

las comunidades locales en su camino hacia un desarrollo más equitativo, sostenible y justo (Servaes & Malikhao, 2008).

El Modelo de Comunicación Ambiental, según Cox (2013), constituye un marco teórico fundamental para comprender cómo los mensajes ambientales son transmitidos, recibidos y, más importante aún, cómo afectan las actitudes y comportamientos del público hacia el medio ambiente. Este modelo se centra en varios aspectos clave que son cruciales para diseñar estrategias comunicativas efectivas en el ámbito ambiental.

En primer lugar, el modelo enfatiza la importancia de la credibilidad de la fuente del mensaje ambiental. La confianza y la reputación del emisor, ya sea una organización ambiental, científica o gubernamental, son fundamentales para que el público acepte y adopte la información presentada (Cox, 2013). La credibilidad se basa en la competencia técnica, la transparencia en la comunicación y la ética en la presentación de datos y conclusiones científicas.

Además, el Modelo de Comunicación Ambiental destaca la claridad del mensaje como otro elemento crucial. Para que los mensajes ambientales sean efectivos, deben ser claros, concisos y comprensibles para el público objetivo (Cox, 2013). Esto implica evitar el uso de jergas técnicas o términos complejos que puedan alienar a los receptores del mensaje. La claridad también se relaciona con la estructura y la organización del contenido, asegurando que la información se presente de manera coherente y accesible para todos los niveles educativos.

Otro aspecto fundamental del modelo es la resonancia cultural. Reconoce que las percepciones y actitudes hacia el medio ambiente están profundamente arraigadas en valores culturales, creencias y prácticas de la sociedad (Cox, 2013). Por lo tanto, los mensajes ambientales deben resonar con la cultura y contexto específico del público objetivo para ser efectivos y relevantes. Esto implica adaptar los mensajes a las normas sociales, tradiciones locales y preocupaciones prioritarias de la comunidad para maximizar su impacto y aceptación.

El modelo también subraya la importancia de la adaptación de los mensajes a diferentes audiencias y contextos. Lo que puede ser efectivo en una comunidad o región puede no serlo en otra debido a diferencias culturales, sociales, económicas o geográficas. Por lo tanto, es crucial realizar investigaciones previas para comprender las características específicas del público objetivo y ajustar los mensajes en consecuencia (Cox, 2013).

En términos de estrategias comunicativas, el Modelo de Comunicación Ambiental promueve enfoques participativos y bidireccionales. Esto significa involucrar activamente al público en la planificación, desarrollo y evaluación de las campañas de comunicación ambiental (Cox, 2013). La participación del público no solo aumenta la efectividad de los mensajes, sino que también fortalece el compromiso y la responsabilidad compartida hacia la conservación ambiental y el desarrollo sostenible.

Además, el modelo enfatiza la evaluación continua del impacto de las estrategias comunicativas ambientales. Es crucial monitorear cómo se reciben y perciben los mensajes, así como medir los cambios en las actitudes y comportamientos del público después de la exposición a la comunicación ambiental (Cox, 2013). Esta retroalimentación

permite ajustar y mejorar las estrategias comunicativas para aumentar su efectividad y relevancia a lo largo del tiempo.

Desde una perspectiva ética, el Modelo de Comunicación Ambiental insta a los comunicadores a presentar información precisa y equilibrada sobre los problemas ambientales. Es esencial evitar la manipulación o la exageración de los datos con fines sensacionalistas, ya que esto podría minar la credibilidad de los mensajes y la confianza del público en las fuentes de información (Cox, 2013).

Finalmente, el Modelo de Comunicación Ambiental reconoce la importancia de apelar tanto a la razón como a las emociones del público. Además de proporcionar datos científicos y hechos, los mensajes ambientales deben contar historias convincentes que conecten emocionalmente con la audiencia y las motive a adoptar comportamientos proambientales (Cox, 2013). Esto es crucial para inspirar cambios de comportamiento significativos y sostenidos hacia prácticas más sostenibles y responsables con el medio ambiente.

En resumen, el Modelo de Comunicación Ambiental proporciona un marco teórico sólido para entender cómo diseñar y transmitir mensajes efectivos sobre temas ambientales. Al centrarse en la credibilidad de la fuente, la claridad del mensaje y la resonancia cultural, este modelo guía a los comunicadores ambientales en la creación de estrategias comunicativas que no solo informen, sino que también motiven y movilicen al público hacia acciones positivas para el medio ambiente.

Por otra parte, la Teoría del Capital Social planteada por Putnam (2000), postula que las redes sociales y las relaciones de confianza y reciprocidad dentro de una comunidad pueden influir positivamente en la adopción de prácticas sostenibles. En el contexto específico de la Orinoquía colombiana, esta teoría adquiere relevancia al considerar cómo las narrativas de comunicación pueden fortalecer estas redes sociales y contribuir al cierre de brechas sociales y económicas.

El concepto de capital social se refiere a los recursos disponibles a través de las conexiones sociales, que incluyen normas de confianza, cooperación y reciprocidad entre individuos y grupos (Putnam, 2000). En la Orinoquía, una región diversa en términos de etnias y economías, fortalecer estas redes puede ser esencial para fomentar prácticas sostenibles y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

El capital social se construye a través de interacciones cotidianas, asociaciones voluntarias y redes informales que facilitan la colaboración y el intercambio de recursos entre los miembros de la comunidad (Putnam, 2000). En contextos rurales como los de la Orinoquía, donde la conexión entre las personas y sus recursos naturales es íntima, fortalecer estas conexiones puede promover una gestión más efectiva y sostenible de los recursos ambientales.

Las narrativas de comunicación desempeñan un papel crucial en la construcción del capital social al facilitar la transmisión de valores, conocimientos y normas compartidas dentro de la comunidad (Pretty & Ward, 2001). A través de historias compartidas, se pueden reforzar los lazos sociales y culturales que sustentan la

colaboración y la acción colectiva hacia objetivos comunes, como la conservación ambiental y el desarrollo económico sostenible.

En la Orinoquía, donde las comunidades a menudo enfrentan desafíos económicos y ambientales complejos, las narrativas de comunicación pueden funcionar como herramientas poderosas para inspirar confianza y solidaridad entre los habitantes locales (Ostrom, 1999). Al narrar historias de éxito o resiliencia, se pueden promover modelos de comportamiento positivos y motivar la participación activa en iniciativas que promuevan el capital social y la sostenibilidad.

El fortalecimiento del capital social a través de la comunicación también puede contribuir a cerrar brechas sociales al incluir y empoderar a grupos marginalizados o con menos acceso a recursos (Woolcock & Narayan, 2000). Las narrativas inclusivas y representativas pueden dar voz a estas comunidades y legitimar sus perspectivas, fomentando un sentido de pertenencia y dignidad dentro del tejido social más amplio de la región.

Es importante destacar que el capital social no es estático; puede fortalecerse o debilitarse según la calidad de las relaciones y las interacciones sociales en una comunidad (Putnam, 2000). Por lo tanto, las estrategias de comunicación deben ser diseñadas no solo para transmitir información, sino también para cultivar relaciones de confianza y reciprocidad que sustenten el capital social a largo plazo.

Desde una perspectiva de políticas públicas, el fortalecimiento del capital social a través de narrativas de comunicación puede informar la implementación de programas y

proyectos que respondan a las necesidades y aspiraciones de las comunidades locales (Coleman, 1988). Al involucrar activamente a los residentes en el diseño y ejecución de políticas, se puede promover una mayor coherencia y efectividad en las intervenciones orientadas al desarrollo sostenible en la Orinoquía.

Además, las narrativas de comunicación pueden actuar como mecanismos para la resolución de conflictos al facilitar el diálogo y la negociación entre diferentes actores sociales y económicos en la región (Fukuyama, 1999). Al promover el entendimiento mutuo y la empatía, se puede reducir la polarización y crear consensos en torno a decisiones y acciones que afectan el bienestar colectivo y la sostenibilidad ambiental.

El uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) también puede potenciar el fortalecimiento del capital social al facilitar el acceso a información relevante y oportunidades de participación (Kawachi & Berkman, 2000). Las plataformas digitales pueden servir como espacios virtuales donde las comunidades pueden compartir conocimientos, recursos y experiencias, fortaleciendo así los lazos sociales más allá de las barreras geográficas.

Es crucial que las narrativas de comunicación sean culturalmente sensibles y contextualmente relevantes para ser efectivas en la construcción de capital social en la Orinoquía (Narayan & Pritchett, 1999). Esto implica considerar las tradiciones locales, los sistemas de valores y las dinámicas sociales únicas de la región al diseñar mensajes y estrategias comunicativas.

El fortalecimiento del capital social a través de narrativas de comunicación también puede mejorar la resiliencia comunitaria frente a desafíos ambientales y económicos (Adler & Kwon, 2002). Al promover una mayor cohesión y colaboración entre los residentes, se puede aumentar la capacidad de adaptación y respuesta frente a amenazas como el cambio climático, la degradación ambiental o la inestabilidad económica.

Las organizaciones no gubernamentales y las agencias de desarrollo pueden desempeñar un papel crucial en facilitar el fortalecimiento del capital social a través de proyectos de comunicación participativa y educación ambiental (Woolcock & Narayan, 2000). Al trabajar en colaboración con las comunidades locales, estas organizaciones pueden ayudar a empoderar a los residentes para que se conviertan en agentes de cambio en la promoción de prácticas sostenibles y la conservación del medio ambiente.

En términos de metodología, la investigación y evaluación continua son fundamentales para comprender el impacto de las narrativas de comunicación en el fortalecimiento del capital social en la Orinoquía (Pretty & Ward, 2001). La recopilación de datos sobre percepciones, comportamientos y resultados sociales puede proporcionar información crítica para ajustar y mejorar las estrategias comunicativas en función de las necesidades y realidades cambiantes de la región.

Finalmente, es esencial reconocer que el fortalecimiento del capital social a través de narrativas de comunicación no es un proceso lineal ni uniforme (Woolcock & Narayan, 2000). Requiere un compromiso a largo plazo, adaptación continua y una comprensión profunda de las dinámicas sociales y culturales locales para lograr impactos significativos y sostenibles en la Orinoquía colombiana.

En conclusión, la Teoría del Capital Social proporciona un marco teórico valioso para comprender cómo las narrativas de comunicación pueden fortalecer las redes sociales y promover prácticas sostenibles en la Orinoquía. Al enfocarse en la construcción de relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación, estas narrativas pueden contribuir significativamente al cierre de brechas sociales y económicas, impulsando así el desarrollo humano y ambiental en la región.

2.2. Identificación de la problemática

El presente estudio aborda un problema crucial en el contexto de la Orinoquía colombiana: cómo diseñar y utilizar narrativas de comunicación para promover la sostenibilidad territorial, al mismo tiempo que se cierran brechas sociales y económicas en la región. Este enfoque no solo reconoce la rica diversidad cultural y ecológica de la Orinoquía, sino que también busca integrar los conocimientos tradicionales y la identidad cultural de las comunidades locales en las estrategias de desarrollo sostenible y conservación ambiental.

La Orinoquía colombiana es conocida por ser una región de alta biodiversidad y recursos naturales, pero también enfrenta desafíos significativos relacionados con la deforestación, la pérdida de hábitat y las disparidades económicas y sociales entre sus habitantes. Por lo tanto, diseñar narrativas de comunicación efectivas se convierte en un elemento crucial para abordar estos problemas de manera integral y sostenible.

La comunicación efectiva juega un papel fundamental en la promoción de la sostenibilidad territorial al facilitar la comprensión, la aceptación y la acción por parte de

las comunidades locales y otros actores relevantes. Las narrativas de comunicación deben ser capaces de conectar de manera significativa los valores, las prácticas y las aspiraciones de las comunidades locales con los objetivos más amplios de conservación ambiental y desarrollo económico (Servaes & Malikhao, 2008).

Desde una perspectiva teórica, la Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) proporciona un marco sólido para abordar este problema. Esta teoría postula que la comunicación no es solo un medio de transmitir información, sino una herramienta poderosa para fomentar el cambio social y el desarrollo sostenible cuando se involucra de manera participativa a las comunidades locales en la creación y difusión de mensajes (Servaes & Malikhao, 2008).

La CDCS enfatiza la importancia de un enfoque participativo y bidireccional en la comunicación, donde las comunidades locales no solo son receptores pasivos de información, sino actores activos en la formulación de estrategias y soluciones. Esto asegura que las narrativas de comunicación sean culturalmente relevantes, sensibles a las realidades locales y efectivas en la promoción de cambios de comportamiento hacia prácticas más sostenibles (Reed, 2008).

La conexión entre la identidad cultural y los conocimientos tradicionales de las comunidades locales con los objetivos de conservación y desarrollo también se apoya en la noción de capital social. Esta teoría sostiene que las redes sociales, la confianza y la colaboración pueden fortalecer la capacidad de las comunidades para gestionar colectivamente sus recursos naturales y enfrentar desafíos socioeconómicos (Putnam, 2000).

Integrar los conocimientos tradicionales de las comunidades locales en las narrativas de comunicación no solo enriquece la autenticidad y relevancia de los mensajes, sino que también promueve un sentido de empoderamiento y responsabilidad entre los habitantes locales. Esto es crucial para cerrar brechas sociales al fortalecer la cohesión social y mejorar la capacidad de las comunidades para autogestionar sus recursos de manera sostenible (Markowitz & Shariff, 2012).

Además de la identidad cultural y los conocimientos tradicionales, las narrativas de comunicación deben abordar las disparidades económicas al destacar cómo las prácticas sostenibles pueden generar oportunidades económicas viables para las comunidades locales. La integración del desarrollo económico con la conservación ambiental no solo protege los ecosistemas, sino que también mejora los medios de vida al promover actividades como el ecoturismo, la agricultura sostenible y el manejo responsable de recursos naturales (Pagiola et al., 2005).

En la práctica, diseñar y utilizar narrativas de comunicación efectivas implica un proceso iterativo y colaborativo que involucra a múltiples partes interesadas, incluyendo a líderes comunitarios, expertos en comunicación, académicos y responsables de políticas públicas. Esto asegura que las estrategias de comunicación no solo sean culturalmente sensibles y contextualizadas, sino también adaptadas a las necesidades y realidades específicas de la Orinoquía colombiana.

La implementación exitosa de estas narrativas requiere también de un monitoreo y evaluación continuos para ajustar y mejorar las estrategias comunicativas según sea necesario. La retroalimentación constante de las comunidades locales y otros actores clave

es crucial para asegurar que las iniciativas de comunicación contribuyan efectivamente a cerrar las brechas sociales y económicas, fortaleciendo así el tejido social y promoviendo un desarrollo sostenible en la región.

En resumen, el diseño y uso de narrativas de comunicación para promover la sostenibilidad territorial en la Orinoquía colombiana representa un desafío y una oportunidad para integrar eficazmente la identidad cultural, los conocimientos tradicionales y el desarrollo económico con la conservación ambiental. Este enfoque no solo busca cerrar brechas sociales y económicas, sino también fortalecer la resiliencia de las comunidades locales y los ecosistemas naturales frente a los desafíos contemporáneos. Es esencial continuar investigando y aplicando estrategias comunicativas innovadoras que maximicen los beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales de la sostenibilidad en la región de la Orinoquía colombiana.

2.3.Estado del arte

2.3.1. Narrativas de comunicación y sostenibilidad: impacto, contexto y efectividad

La creación de narrativas ambientales ha sido objeto de estudio en diversos campos, destacando su potencial para influir en la percepción pública y la acción colectiva hacia la sostenibilidad (Whitmarsh, O'Neill, & Lorenzoni, 2011). Estas narrativas no solo informan sobre temas ambientales, sino que también buscan generar empatía, inspirar cambios de comportamiento y movilizar a la sociedad hacia prácticas más sostenibles.

El impacto de las narrativas de comunicación ambiental puede ser significativo, ya que pueden aumentar la conciencia pública sobre cuestiones ambientales urgentes como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la degradación ambiental (Figueroa, 2019). Al presentar historias humanas, relatos de impacto ambiental y soluciones innovadoras, estas narrativas pueden conectar emocionalmente con la audiencia y motivarla a adoptar acciones concretas.

Sin embargo, la efectividad de las narrativas ambientales no es uniforme y puede variar considerablemente según el contexto cultural, social y ecológico en el que se desarrollan (Corner & Clarke, 2016). Lo que resuena en una comunidad puede no ser relevante o adecuado en otra, haciendo crucial adaptar las narrativas a las particularidades locales para lograr impacto y resonancia.

En contextos culturales diversos, las narrativas de comunicación deben ser sensibles y respetuosas con las tradiciones locales, valores y creencias (Moser, 2010). Incorporar elementos culturales relevantes puede aumentar la autenticidad y la aceptación de los mensajes ambientales, facilitando así una conexión más profunda y significativa con la audiencia.

La estructura y el formato de las narrativas también desempeñan un papel crucial en su efectividad. Las historias que siguen un arco narrativo convincente, con personajes bien desarrollados y conflictos claros, tienden a captar mejor la atención y a generar un impacto duradero en la audiencia (McBeth, Shanahan, & Arnell, 2011). Estos elementos ayudan a construir un puente entre los problemas ambientales abstractos y las preocupaciones y experiencias cotidianas de las personas.

Además de informar y educar, las narrativas de comunicación ambiental pueden inspirar esperanza y empoderamiento al mostrar ejemplos de éxito y resiliencia frente a desafíos ambientales (Thompson, 2020). Al resaltar acciones positivas y soluciones innovadoras, estas historias pueden motivar a la audiencia a creer en su capacidad para contribuir al cambio y adoptar comportamientos más sostenibles en su vida diaria.

La investigación ha demostrado que las narrativas que evocan emociones como la empatía, la esperanza y el miedo constructivo tienen más probabilidades de influir en la percepción y el comportamiento del público hacia la sostenibilidad (Hart & Nisbet, 2012). Estas emociones pueden movilizar a las personas a superar la complacencia y la apatía hacia el medio ambiente, promoviendo una mayor participación en iniciativas de conservación y mitigación.

La efectividad de las narrativas de comunicación también está influenciada por la credibilidad y la transparencia de la fuente que las emite (Hmielowski, Feldman, Myers, Leiserowitz, & Maibach, 2018). Las organizaciones y líderes de opinión que son percibidos como honestos y éticos en la presentación de información ambiental tienen más probabilidades de ser creíbles para la audiencia, aumentando así el impacto y la aceptación de sus mensajes.

Es crucial reconocer que las narrativas de comunicación no solo deben centrarse en transmitir información, sino también en fomentar la participación activa y la colaboración entre diferentes sectores de la sociedad (Wibeck, 2014). La comunicación bidireccional y participativa puede fortalecer el sentido de comunidad y colectividad en torno a los problemas ambientales, facilitando el trabajo conjunto hacia soluciones compartidas.

Las plataformas digitales y las redes sociales juegan un papel cada vez más importante en la difusión de narrativas de comunicación ambiental (Kotcher, Myers, Vraga, Stenhouse, & Maibach, 2017). Estos medios permiten llegar a audiencias más amplias y diversas, facilitando la interacción directa entre comunicadores ambientales y la comunidad, y proporcionando espacios para el intercambio de ideas y experiencias.

La evaluación continua del impacto de las narrativas de comunicación es fundamental para entender su efectividad y realizar ajustes necesarios (Hornsey, Harris, Bain, & Fielding, 2016). La investigación empírica puede proporcionar insights sobre cómo se reciben los mensajes, qué aspectos resuenan más con la audiencia y cómo se traducen las actitudes en comportamientos concretos hacia la sostenibilidad.

Para los comunicadores ambientales, es esencial tener en cuenta la diversidad de perspectivas y experiencias dentro de la audiencia a la que se dirigen (Boykoff, 2019). Adoptar un enfoque inclusivo puede ayudar a evitar la alienación de grupos específicos y fomentar un diálogo más equitativo y enriquecedor sobre temas ambientales.

Las narrativas de comunicación también pueden ser herramientas efectivas para promover la justicia ambiental al amplificar las voces de las comunidades marginadas y afectadas desproporcionadamente por los problemas ambientales (Milstein, 2017). Al visibilizar estas injusticias y promover la solidaridad, las narrativas pueden movilizar apoyo para acciones que busquen abordar inequidades y mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

La colaboración entre sectores público, privado y sin fines de lucro es crucial para maximizar el impacto de las narrativas de comunicación ambiental (Leiserowitz et al., 2019). Al trabajar en conjunto, estas entidades pueden combinar recursos y capacidades para desarrollar estrategias comunicativas más integradas y efectivas que aborden los desafíos ambientales desde múltiples ángulos.

Es fundamental para los comunicadores ambientales mantenerse actualizados sobre los avances en teoría y práctica de la comunicación para la sostenibilidad (Schäfer et al., 2017). Esto incluye estar al tanto de nuevas investigaciones, tendencias en el uso de medios digitales y plataformas emergentes que puedan amplificar el alcance y la efectividad de las narrativas ambientales.

El compromiso con la ética en la comunicación ambiental es crucial para mantener la credibilidad y la confianza del público (McClurg, 2019). Los comunicadores deben evitar el sensacionalismo y asegurarse de presentar información precisa y equilibrada sobre temas ambientales complejos, promoviendo así un debate informado y constructivo.

La educación y la alfabetización ambiental juegan un papel fundamental en fortalecer la recepción y la acción derivada de las narrativas de comunicación (Brossard & Nisbet, 2007). Fomentar la comprensión de los vínculos entre las acciones individuales y los impactos ambientales globales puede motivar cambios de comportamiento más proactivos y responsables.

En conclusión, las narrativas de comunicación son herramientas poderosas para promover la sostenibilidad al informar, inspirar y movilizar a la sociedad hacia acciones

colectivas. Sin embargo, su efectividad depende de su adaptación al contexto cultural, su capacidad para evocar emociones y su capacidad para facilitar la colaboración y la participación comunitaria. Al integrar estos elementos, los comunicadores ambientales pueden maximizar el impacto de sus mensajes y contribuir significativamente a la creación de un futuro más sostenible para todos.

2.3.2. Impacto de la comunicación participativa

La participación de las comunidades locales en la creación de narrativas de comunicación ha emergido como una estrategia fundamental y efectiva para promover la sostenibilidad en diversos contextos. Esta práctica se fundamenta en la premisa de que involucrar a los miembros de la comunidad en la generación y difusión de mensajes no solo mejora la relevancia cultural de las narrativas, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y empoderamiento entre los participantes (Reed, 2008).

Investigaciones recientes han proporcionado evidencia sustancial del impacto positivo de la comunicación participativa en la adopción de prácticas sostenibles por parte de las comunidades. Según Reed (2008), la inclusión de las voces locales en la planificación y ejecución de campañas de comunicación ambiental y desarrollo ha resultado en una mayor aceptación y compromiso con las iniciativas propuestas. Este proceso no solo facilita la comprensión de los mensajes, sino que también promueve un sentido de colectividad y responsabilidad compartida hacia los recursos naturales y el medio ambiente.

Markowitz y Shariff (2012) sostienen que las narrativas construidas de manera participativa son más efectivas en el cambio de comportamiento porque están arraigadas en las realidades locales y reflejan las preocupaciones y aspiraciones de las comunidades. Cuando las personas se ven reflejadas en las historias que se cuentan, se establece una conexión emocional y cognitiva que facilita la internalización de los mensajes y la motivación para la acción.

La efectividad de la comunicación participativa radica en su capacidad para democratizar el proceso de comunicación, permitiendo que múltiples perspectivas y conocimientos locales se integren en la formulación de políticas y estrategias de desarrollo. Esta práctica no solo aumenta la autenticidad de los mensajes, sino que también promueve la coherencia cultural y la legitimidad de las intervenciones (Servaes & Malikhao, 2008).

Además de fortalecer la conexión emocional y cultural con las narrativas, la participación comunitaria en la comunicación puede mejorar la relevancia y accesibilidad de la información. Las comunidades locales suelen tener un conocimiento profundo y contextualizado de sus entornos, lo cual puede enriquecer significativamente la precisión y pertinencia de los mensajes transmitidos (Bennett et al., 2008). Esta colaboración horizontal entre expertos técnicos y conocedores locales también facilita la adaptación de las estrategias de comunicación a las particularidades de cada contexto específico, optimizando así la efectividad de las intervenciones.

Desde una perspectiva teórica, la participación comunitaria en la comunicación se alinea estrechamente con los principios de la Teoría de la Comunicación para el Desarrollo

y el Cambio Social (CDCS), que enfatiza la importancia de un enfoque participativo y bidireccional en la creación de mensajes efectivos (Servaes & Malikhao, 2008). Esta teoría subraya que el empoderamiento de las comunidades locales no solo mejora la efectividad de las estrategias de comunicación, sino que también fortalece la capacidad de las comunidades para abordar de manera sostenible los desafíos ambientales, sociales y económicos que enfrentan.

Es crucial destacar que la comunicación participativa no solo se limita a la creación de contenido, sino que también abarca la distribución y retroalimentación continua de la información. La interacción constante entre emisores y receptores facilita la adaptación de los mensajes a medida que cambian las circunstancias y necesidades locales, asegurando así la relevancia continua de las iniciativas de comunicación (Gumucio-Dagron, 2001).

En términos prácticos, la participación comunitaria en la comunicación puede promover una mayor responsabilidad y compromiso con las políticas y programas de desarrollo sostenible. Cuando las comunidades se involucran activamente en la formulación y ejecución de proyectos, se fortalece su capacidad para autogestionar sus recursos y resolver problemas de manera colaborativa (Servaes & Malikhao, 2008). Esta colaboración horizontal no solo mejora la eficiencia de las intervenciones, sino que también fomenta relaciones de confianza y cooperación entre diversos actores sociales y gubernamentales.

En conclusión, la investigación respalda consistentemente que la comunicación participativa, al integrar las voces locales en la creación de narrativas, puede catalizar cambios significativos hacia la sostenibilidad. Este enfoque no solo enriquece la

autenticidad y relevancia de los mensajes, sino que también fortalece el tejido social y promueve una gobernanza más inclusiva y efectiva. La continuidad en la implementación de prácticas comunicativas participativas es crucial para consolidar estos avances y asegurar un desarrollo sostenible a largo plazo (Markowitz & Shariff, 2012).

2.3.3. Desarrollo económico y conservación

Integrar el desarrollo económico con la conservación ambiental es crucial para promover la sostenibilidad a largo plazo en regiones como la Orinoquía colombiana, donde la gestión equilibrada de recursos naturales es fundamental para el bienestar tanto ambiental como económico de las comunidades locales. Estudios destacados, como los realizados por Pagiola, Arcenas y Platais (2005), han subrayado la importancia de las iniciativas de conservación que también proporcionan beneficios económicos tangibles. Esta integración no solo fortalece la resiliencia de los ecosistemas, sino que también mejora las condiciones de vida de las poblaciones locales al ofrecer oportunidades económicas sostenibles.

En la Orinoquía colombiana, una región caracterizada por su rica biodiversidad y recursos naturales, la conservación ambiental y el desarrollo económico son imperativos interdependientes. Las investigaciones de Pagiola et al. (2005) sugieren que las estrategias de conservación que incluyen mecanismos económicos, como el ecoturismo, la agricultura sostenible y los servicios ecosistémicos, pueden no solo proteger la biodiversidad, sino también mejorar los ingresos y la calidad de vida de las comunidades locales. Este enfoque integrado ayuda a cerrar brechas sociales y económicas al involucrar a diferentes sectores de la sociedad en la valorización y protección de los recursos naturales.

La integración de la perspectiva económica en las narrativas de comunicación juega un papel crucial en la promoción de prácticas sostenibles en la Orinoquía. Comunicar los beneficios económicos derivados de la conservación ambiental no solo sensibiliza a la población sobre la importancia de la protección del medio ambiente, sino que también motiva la participación en iniciativas de conservación. Esto puede incluir campañas educativas que resalten cómo la conservación responsable puede generar empleo, mejorar la seguridad alimentaria y aumentar los ingresos a través de la comercialización de productos sostenibles (Bennett et al., 2008).

Además de los beneficios económicos directos, la integración de la conservación ambiental en las estrategias de desarrollo puede fortalecer la cohesión social y reducir las desigualdades económicas. Cuando las comunidades locales participan en la gestión sostenible de sus recursos naturales, se promueve un sentido de responsabilidad compartida y se fomenta la colaboración entre diferentes grupos sociales y económicos. Esta colaboración puede generar nuevas oportunidades de empleo, inversión en infraestructuras verdes y desarrollo de capacidades locales (Pagiola et al., 2005).

Las narrativas de comunicación que destacan estos beneficios económicos no solo son efectivas para persuadir a los individuos y comunidades sobre la importancia de la conservación, sino que también pueden influir en las políticas públicas y las decisiones empresariales. Al demostrar que la conservación ambiental no es solo un imperativo ético, sino también una oportunidad económica viable, se puede catalizar un cambio en las prácticas comerciales y políticas que promuevan un desarrollo más equitativo y sostenible (Markowitz & Shariff, 2012).

Es esencial reconocer que la integración de la economía y la conservación no está exenta de desafíos y controversias. La búsqueda de un equilibrio entre el desarrollo económico y la protección ambiental puede ser compleja, especialmente en regiones con intereses económicos extractivistas o conflictos de uso de la tierra. Sin embargo, estudios como los de Pagiola et al. (2005) demuestran que las estrategias integradas pueden ofrecer soluciones innovadoras que aborden tanto las necesidades económicas como ambientales de manera simultánea.

Desde una perspectiva política y de gobernanza, la comunicación efectiva sobre los beneficios económicos de la conservación puede influir en la asignación de recursos públicos y privados hacia prácticas más sostenibles. Al proporcionar evidencia concreta de los retornos económicos positivos de la inversión en conservación, se puede persuadir a los tomadores de decisiones de apoyar políticas y programas que promuevan un uso más responsable de los recursos naturales (Gumucio-Dagron, 2001).

Para integrar la perspectiva económica en las narrativas de comunicación sobre la conservación ambiental puede desempeñar un papel crucial en el cierre de brechas sociales y económicas en la Orinoquía colombiana. Esta integración no solo fortalece la base económica de las comunidades locales, sino que también protege los ecosistemas naturales y promueve un desarrollo más equitativo y sostenible a largo plazo. Es imperativo continuar investigando y desarrollando estrategias comunicativas efectivas que maximicen los beneficios tanto económicos como ambientales de la conservación en contextos regionales específicos.

Las narrativas de comunicación ambiental representan una herramienta fundamental en la promoción de la sostenibilidad al informar, inspirar y movilizar a la sociedad hacia acciones colectivas orientadas a la protección del medio ambiente. Estas narrativas no se limitan simplemente a transmitir información sobre problemas ambientales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la degradación ambiental, sino que también buscan generar una conexión emocional con la audiencia. Al contar historias humanas, relatos de impacto ambiental y soluciones innovadoras, las narrativas ambientales pueden captar la atención del público y motivarlo a adoptar comportamientos más sostenibles en su vida diaria.

El impacto de estas narrativas radica precisamente en su capacidad para conectar emocionalmente con la audiencia. Investigaciones como las de Hart y Nisbet (2012) y Thompson (2020) destacan que las narrativas que evocan emociones como la empatía, la esperanza y el miedo constructivo son más efectivas para influir en la percepción y el comportamiento del público hacia la sostenibilidad. Al presentar soluciones positivas y resiliencia frente a desafíos ambientales, estas historias no solo informan y educan, sino que también inspiran esperanza y empoderamiento.

No obstante, la efectividad de las narrativas de comunicación ambiental no es uniforme y puede variar significativamente según el contexto cultural, social y ecológico en el que se desarrollan. Lo que resuena en una comunidad puede no ser relevante o adecuado en otra, lo que subraya la importancia de adaptar las narrativas a las particularidades locales para maximizar su impacto y resonancia (Corner & Clarke, 2016).

Para ser efectivas, las narrativas de comunicación deben ser culturalmente sensibles y respetuosas con las tradiciones locales. Moser (2010) sugiere que incorporar elementos culturales relevantes no solo aumenta la autenticidad y la aceptación de los mensajes ambientales, sino que también facilita una conexión más profunda y significativa con la audiencia. Además, la estructura narrativa juega un papel crucial: las historias que siguen un arco narrativo convincente, con personajes bien desarrollados y conflictos claros, tienen más probabilidades de captar la atención y generar un impacto duradero (McBeth, Shanahan, & Arnell, 2011).

Las narrativas de comunicación también pueden ser herramientas efectivas para promover la justicia ambiental al amplificar las voces de las comunidades marginadas y afectadas desproporcionadamente por los problemas ambientales. Milstein (2017) destaca que visibilizar estas injusticias puede movilizar apoyo para acciones que busquen abordar inequidades y mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

Un enfoque emergente y poderoso en la comunicación ambiental es la participación comunitaria. Reed (2008) y Markowitz y Shariff (2012) subrayan que involucrar a las comunidades locales en la creación y difusión de narrativas puede fortalecer el sentido de pertenencia y empoderamiento entre los participantes, facilitando así una mayor aceptación y compromiso con las iniciativas de sostenibilidad. Las narrativas construidas de manera participativa reflejan las realidades locales y promueven una conexión emocional que facilita la internalización de los mensajes y la motivación para la acción (Servaes & Malikhao, 2008).

Integrar el desarrollo económico con la conservación ambiental es crucial para promover la sostenibilidad a largo plazo en regiones como la Orinoquía colombiana. Pagiola et al. (2005) sugieren que las estrategias de conservación que también ofrecen beneficios económicos tangibles, como el ecoturismo y la agricultura sostenible, pueden proteger la biodiversidad mientras mejoran los ingresos y la calidad de vida de las comunidades locales. Comunicar estos beneficios económicos puede sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y motivar la participación activa en iniciativas sostenibles.

En resumen, las narrativas de comunicación son esenciales para promover la sostenibilidad al conectar emocionalmente con la audiencia, adaptarse a contextos culturales específicos y fomentar la colaboración comunitaria. Al integrar estos elementos, los comunicadores ambientales pueden maximizar el impacto de sus mensajes y contribuir significativamente a un futuro más sostenible para todos (Boykoff, 2019; Hornsey et al., 2016).

El problema de la sostenibilidad territorial en la Orinoquía es complejo y multidimensional, abarcando aspectos ecológicos, económicos y socioculturales. Las narrativas de comunicación deben reflejar esta complejidad, abordando no solo la conservación ambiental sino también las necesidades y aspiraciones de las comunidades locales. Al fundamentar este estudio en teorías robustas y evidencia empírica, se busca proporcionar una comprensión integral y matizada del problema.

El marco teórico presentado ofrece una base sólida para el estudio de la construcción de narrativas de comunicación y su impacto en la sostenibilidad territorial en la Orinoquía colombiana. Al revisar y sintetizar investigaciones previas, teorías y modelos relevantes, se establece un contexto claro para la investigación, facilitando la conceptualización de las variables y orientando el enfoque del estudio hacia soluciones efectivas y contextualizadas.

La sostenibilidad territorial en el departamento del Vichada se ve influenciada por la interacción dinámica entre el desarrollo económico, la conservación de los ecosistemas naturales y las dinámicas socioculturales de las comunidades locales (Pagiola, Arcenas, & Platais, 2005). Este enfoque integrado reconoce la importancia de no solo preservar la biodiversidad única de la región, sino también de mejorar las condiciones de vida de sus habitantes mediante prácticas sostenibles que generen beneficios económicos tangibles.

Desde una perspectiva ecológica, la Orinoquía colombiana, especialmente el departamento del Vichada alberga una biodiversidad excepcional y ecosistemas críticos que requieren protección frente a actividades como la deforestación, la minería y la expansión agrícola no sostenible (Pagiola et al., 2005). Las narrativas de comunicación deben destacar los servicios ecosistémicos clave que estos ecosistemas proporcionan, como la regulación hídrica, la captura de carbono y la conservación de la biodiversidad, subrayando su valor tanto económico como ambiental.

En términos económicos, la integración de la conservación ambiental con actividades productivas sostenibles, como el ecoturismo y la agricultura regenerativa, puede contribuir significativamente a la sostenibilidad económica de la región (Pagiola et al., 2005). Las narrativas de comunicación deben comunicar estos beneficios económicos para fomentar una comprensión más amplia de cómo la conservación puede ser una estrategia viable para mejorar los ingresos locales y la calidad de vida de las comunidades.

Desde una perspectiva sociocultural, las narrativas de comunicación deben ser sensibles a las tradiciones, valores y prácticas locales de las comunidades indígenas y campesinas que habitan la Orinoquía (Moser, 2010). Incorporar elementos culturales relevantes en las narrativas no solo aumenta su autenticidad y aceptación, sino que también fortalece la conexión emocional y el compromiso de la comunidad hacia las iniciativas de sostenibilidad.

La teoría de la comunicación para el desarrollo y el cambio social (CDCS) proporciona un marco conceptual valioso para entender cómo las narrativas de comunicación pueden catalizar cambios positivos en las actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad en la Orinoquía (Servaes & Malikhao, 2008). Este enfoque subraya la importancia de una comunicación participativa que involucre a las comunidades locales en la co-creación de mensajes, facilitando así una mayor identificación y adopción de prácticas sostenibles.

La comunicación participativa no solo mejora la relevancia cultural de las narrativas ambientales, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y empoderamiento entre los participantes, promoviendo un compromiso más profundo y duradero con las iniciativas de sostenibilidad (Reed, 2008). Este enfoque bidireccional en la comunicación ayuda a superar las barreras tradicionales entre emisores y receptores de información, promoviendo un diálogo más inclusivo y efectivo sobre la gestión ambiental y el desarrollo en la región.

Además de la teoría de la CDCS, la teoría del cambio y la teoría de la agenda setting son relevantes para entender cómo las narrativas de comunicación pueden influir en las políticas públicas y en las decisiones de inversión en la Orinoquía (McBeth, Shanahan, & Arnell, 2011). Al centrarse en temas clave como la gestión del agua, la conservación de la biodiversidad y la transición hacia prácticas agrícolas sostenibles, estas teorías ayudan a explicar cómo los medios de comunicación y las campañas informativas pueden configurar la agenda pública y promover cambios en el comportamiento individual y colectivo.

La evaluación del impacto de las narrativas de comunicación es fundamental para comprender su efectividad y hacer ajustes necesarios en las estrategias comunicativas (Hornsey et al., 2016). La investigación empírica puede proporcionar insights sobre cómo se reciben los mensajes, qué aspectos resuenan más con la audiencia y cómo se traducen las actitudes en comportamientos concretos hacia la sostenibilidad en la Orinoquía.

En términos metodológicos, el uso de enfoques mixtos que combinan métodos cuantitativos y cualitativos puede ser especialmente útil para captar la complejidad de las percepciones y comportamientos relacionados con la sostenibilidad en la región (Creswell & Creswell, 2018). Los estudios de caso y las encuestas pueden complementarse con análisis de contenido de medios y grupos focales para proporcionar una visión holística de cómo las narrativas de comunicación influyen en las actitudes y acciones de las comunidades locales.

La ética en la comunicación ambiental es crucial para mantener la credibilidad y la confianza del público en las narrativas desarrolladas (McClurg, 2019). Los comunicadores deben evitar el sensacionalismo y asegurarse de presentar información precisa y equilibrada sobre los desafíos ambientales y las soluciones propuestas, promoviendo así un debate informado y constructivo en la Orinoquía.

Es fundamental para los comunicadores ambientales y los responsables de políticas públicas mantenerse actualizados sobre los avances en teoría y práctica de la comunicación para la sostenibilidad (Schäfer et al., 2017). Esto incluye estar al tanto de nuevas investigaciones, tendencias en el uso de medios digitales y plataformas emergentes que pueden amplificar el alcance y la efectividad de las narrativas ambientales en la región.

En conclusión, las narrativas de comunicación desempeñan un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad territorial en la Orinoquía al informar, inspirar y movilizar a la sociedad hacia acciones colectivas orientadas a la conservación y el desarrollo

sostenible. Al integrar teorías robustas, métodos de investigación empíricos y un enfoque participativo, los comunicadores pueden maximizar el impacto de sus mensajes y contribuir significativamente a un futuro más sostenible para la región y sus habitantes.

3. Metodología

3.1 Metodología de Investigación

La metodología de esta investigación se estructuró en dos fases, cada una con un enfoque de recolección de datos distinto para obtener una visión integral sobre la sostenibilidad, la comunicación y la gestión del conocimiento en Vichada y Puerto Carreño. La primera fase se centró en la Encuesta sobre Sostenibilidad, Gestión del Conocimiento y Relaciones Interinstitucionales en Vichada, aplicada en noviembre de 2024 a personas que participaron en un taller sobre sostenibilidad y desarrollo del agro. Este evento reunió a representantes de la Secretaría de Agricultura, Secretaría de Gobierno y Secretaría de Planeación de la Gobernación del Vichada, junto con miembros de organizaciones como Viajeros del Orinoco, Fundación Omacha, Kardianuts y Fundación Alpina. La encuesta fue diseñada para evaluar la percepción de estos actores sobre los principales retos y oportunidades en la sostenibilidad regional, así como la efectividad de las relaciones interinstitucionales en la promoción del desarrollo sostenible.

La segunda fase correspondió a la Encuesta sobre la Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño, la cual se llevó a cabo de manera digital y estuvo dirigida a diversas personas de la comunidad. A diferencia de la primera, esta encuesta buscó comprender cómo la población accede a la información sobre

sostenibilidad, cuál es el nivel de confianza en las fuentes de comunicación, y de qué manera la difusión de mensajes ambientales influye en la educación y la participación en proyectos comunitarios. La muestra incluyó habitantes locales y visitantes, lo que permitió contrastar las percepciones de quienes residen permanentemente en la zona con aquellas de personas externas que tienen algún tipo de interés en la región.

Ambas encuestas utilizaron una metodología basada en cuestionarios estructurados con preguntas cerradas y de opción múltiple, lo que permitió cuantificar los resultados y hacer comparaciones entre grupos de interés. Los instrumentos de recolección de datos incluyeron preguntas sobre el nivel de conocimiento en sostenibilidad, los principales medios de información utilizados, la confianza en la comunicación gubernamental y la percepción sobre la efectividad de las estrategias ambientales en la región. Además, en la segunda encuesta se incluyeron preguntas abiertas para conocer campañas ambientales recordadas por los encuestados y obtener recomendaciones sobre cómo mejorar la comunicación en estos temas.

Para el análisis de los datos, se emplearon técnicas estadísticas descriptivas que permitieron identificar tendencias y patrones en las respuestas. Se calcularon frecuencias y porcentajes para cada categoría de respuesta, facilitando la identificación de los principales desafíos en la comunicación y la gestión del conocimiento en sostenibilidad. Asimismo, se llevó a cabo un análisis comparativo entre los hallazgos de ambas encuestas para examinar diferencias entre la percepción de los actores institucionales y la comunidad en general, lo

que permitió determinar brechas de comunicación y áreas de mejora en la articulación de estrategias ambientales en la región.

Finalmente, esta metodología permitió generar un diagnóstico integral sobre la sostenibilidad y la comunicación ambiental en Vichada y Puerto Carreño, abordando tanto la perspectiva de los tomadores de decisión como la de la comunidad. La combinación de encuestas presenciales y digitales garantizó una representación diversa de actores, proporcionando información clave para fortalecer la cooperación interinstitucional y mejorar la difusión de información ambiental. Los resultados obtenidos sirven como base para diseñar estrategias más efectivas de comunicación y educación ambiental, promoviendo una mayor participación ciudadana en proyectos de sostenibilidad en la región.

3.2 Enfoque y Alcance de la Investigación

El enfoque de esta investigación es mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos para analizar la percepción y efectividad de la comunicación en sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño. Desde una perspectiva cuantitativa, se emplearon encuestas estructuradas que permitieron medir tendencias, identificar patrones de respuesta y contrastar percepciones entre actores institucionales y miembros de la comunidad. Desde el enfoque cualitativo, se incorporaron preguntas abiertas en la encuesta digital para comprender la profundidad de la experiencia de los encuestados en torno a la

comunicación ambiental, la gestión del conocimiento y su impacto en la toma de decisiones sobre sostenibilidad.

El alcance de la investigación es descriptivo y diagnóstico, ya que busca caracterizar el estado actual de la comunicación en sostenibilidad en la región, evaluar su efectividad y detectar posibles áreas de mejora. En el caso de la encuesta sobre sostenibilidad, gestión del conocimiento y relaciones interinstitucionales en Vichada, aplicada en noviembre de 2024 a participantes de un taller sobre desarrollo agropecuario y sostenibilidad, el objetivo fue conocer la percepción de actores gubernamentales y del sector privado sobre los principales retos para lograr un desarrollo sostenible y la efectividad de las relaciones interinstitucionales en este ámbito. En la encuesta sobre la influencia de la comunicación en políticas, educación y proyectos ambientales en Puerto Carreño, realizada digitalmente a diversos habitantes, se analizó la forma en que la comunidad recibe, comprende y responde a los mensajes ambientales difundidos en la región.

Desde una perspectiva territorial, el estudio se enfoca en dos niveles: el nivel institucional, representado por entidades gubernamentales y organizaciones privadas que trabajan en proyectos de sostenibilidad en Vichada, y el nivel comunitario, compuesto por habitantes y visitantes de Puerto Carreño que reciben y procesan información sobre sostenibilidad a través de diferentes medios. Esta diferenciación permite comprender las brechas existentes entre la comunicación estratégica que diseñan los actores institucionales y la forma en que esta información es percibida y utilizada por la comunidad.

El estudio tiene un alcance aplicable, ya que sus resultados no solo permiten describir la situación actual, sino también generar recomendaciones estratégicas para mejorar la comunicación en temas de sostenibilidad. A partir de los hallazgos, se pueden diseñar estrategias de difusión más efectivas, mejorar la cooperación interinstitucional y promover una mayor participación ciudadana en iniciativas ambientales. De esta manera, la investigación no solo contribuye a la comprensión del problema, sino que también ofrece herramientas para fortalecer la comunicación ambiental en la región y optimizar su impacto en la toma de decisiones y en la educación ambiental de la comunidad.

3.3 Población y Muestra

La población de este estudio está conformada por dos grupos principales: actores institucionales y representantes del sector productivo vinculados a proyectos de sostenibilidad en Vichada, y habitantes y visitantes de Puerto Carreño que reciben información sobre temas ambientales a través de distintos medios de comunicación. Esta diferenciación permitió analizar la comunicación en sostenibilidad desde dos perspectivas: la de quienes diseñan y ejecutan estrategias ambientales en la región y la de quienes las reciben e interpretan en su vida cotidiana.

La muestra del estudio se obtuvo a través de dos encuestas aplicadas en distintos contextos. La primera, titulada "Encuesta sobre Sostenibilidad, Gestión del Conocimiento y Relaciones Interinstitucionales en Vichada", fue dirigida a los participantes de un taller

de socialización de proyectos productivos y sostenibles, realizado en noviembre de 2024 en Puerto Carreño. En este espacio participaron representantes de la Secretaría de Agricultura, Secretaría de Gobierno y Secretaría de Planeación de la Gobernación del Vichada, así como miembros de organizaciones como Viajeros del Orinoco, Fundación Omacha, Kardianuts y Fundación Alpina. Este grupo representa a los actores estratégicos que influyen en la toma de decisiones sobre sostenibilidad en la región y que poseen un conocimiento técnico y político sobre el tema.

Por otro lado, la segunda encuesta, denominada "Encuesta sobre la Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño", se aplicó de manera digital y abierta a distintas personas de la comunidad. En esta participaron habitantes locales y visitantes, quienes aportaron información sobre sus hábitos de consumo de información ambiental, su confianza en las fuentes oficiales y la efectividad de las campañas de comunicación en sostenibilidad. Este grupo representa la población que recibe los mensajes ambientales y cuya percepción es clave para evaluar el impacto real de las estrategias de difusión implementadas en la región.

Al incluir tanto actores institucionales como miembros de la comunidad, este estudio ofrece una visión integral sobre la comunicación en sostenibilidad en Vichada, permitiendo identificar coincidencias, brechas y oportunidades de mejora en la forma en que la información ambiental es transmitida y asimilada en el territorio.

- Comunidades Locales: Agrovichada, Comité Empresarial del Vichada

- Organizaciones Ambientales: WWF, Fundación Omacha, Fundación Natura
- Entidades Gubernamentales: Secretaría de Agricultura del Vichada, Secretaría de Educación del Vichada, Secretaría de planeación del Vichada.
- Empresas Privadas: Kardianuts, Refoenergy, Hacienda los Amores, Viajeros del Orinoco

3.4 Instrumentos

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron dos encuestas estructuradas como principal método de recolección de datos. Estas encuestas fueron diseñadas con base en un enfoque cuantitativo y cualitativo, permitiendo recopilar información sobre la percepción, acceso y efectividad de la comunicación en sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño. Cada instrumento fue adaptado según la población objetivo, asegurando que las preguntas fueran pertinentes para cada grupo de interés.

La primera encuesta, [“Encuesta sobre Sostenibilidad, Gestión del Conocimiento y Relaciones Interinstitucionales en Vichada”](#), fue aplicada de manera presencial a los participantes del taller de socialización de proyectos productivos y sostenibles realizado en noviembre de 2024. Este cuestionario estuvo compuesto por preguntas cerradas de opción múltiple y escala de valoración, dirigidas a evaluar la percepción de los actores institucionales sobre la sostenibilidad en la región, la gestión del conocimiento en esta temática y la efectividad de las relaciones interinstitucionales en la promoción de estrategias sostenibles. También incluyó preguntas sobre los principales retos para el

desarrollo sostenible y las estrategias más efectivas para fortalecer la articulación entre sectores público, privado y comunitario.

Por otro lado, la segunda encuesta, [“Encuesta sobre la Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño”](#), fue diseñada y distribuida en formato digital, permitiendo la participación de habitantes y visitantes de la comunidad. Este instrumento incluyó preguntas sobre hábitos de consumo de información ambiental, confianza en las fuentes oficiales, impacto de las campañas de comunicación y participación en proyectos comunitarios. Además, se incorporaron preguntas abiertas para que los encuestados describieran campañas ambientales que recordaran y dieran sugerencias sobre cómo mejorar la comunicación en sostenibilidad en la región.

Ambos cuestionarios fueron diseñados con base en principios de claridad y pertinencia, asegurando que los participantes comprendieran cada pregunta y pudieran responder con precisión. Además, se priorizó la recolección de datos comparables y estructurados, lo que permitió un análisis detallado de las percepciones y tendencias en la comunicación ambiental.

4. Resultados

Para evaluar la percepción y efectividad de la comunicación en sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño, se emplearon dos instrumentos de recolección de datos: **la Encuesta sobre Sostenibilidad, Gestión del Conocimiento y Relaciones Interinstitucionales en Vichada** y **la Encuesta sobre la Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño**. Ambos cuestionarios fueron diseñados con enfoques específicos, adaptados a sus respectivas poblaciones objetivo, lo que permitió obtener una visión amplia y comparativa sobre la sostenibilidad y la comunicación ambiental en la región.

Este primer instrumento se aplicó en noviembre de 2024 a los participantes de un taller de socialización de proyectos productivos y sostenibles, en el que participaron actores gubernamentales y representantes del sector productivo y ambiental, como la Secretaría de Agricultura, la Secretaría de Planeación de la Gobernación del Vichada, Viajeros del Orinoco, Fundación Omacha, Kardianuts y Fundación Alpina. el cuestionario estuvo compuesto por preguntas cerradas de opción múltiple y de escala de valoración, permitiendo analizar cuantitativamente la percepción sobre la sostenibilidad en la región. Se incluyeron preguntas clave sobre:

- Importancia de la sostenibilidad en el desarrollo de Vichada, donde la mayoría de los encuestados la considera fundamental, aunque algunos señalan que no es la única prioridad.
- Principales retos para lograr un desarrollo sostenible, identificándose como principales barreras la falta de planificación, la escasez de recursos y la baja cooperación interinstitucional.

- Efectividad de la gestión del conocimiento en sostenibilidad, con respuestas que indican que aún hay deficiencias en la difusión de información y en la capacitación de la comunidad.
- Estrategias más efectivas para fortalecer la gestión del conocimiento, destacándose la importancia de los talleres de formación y la mayor difusión de investigaciones ambientales.
- Relaciones interinstitucionales en la sostenibilidad, con una percepción general de que aún son deficientes, ya que las instituciones trabajan de manera aislada y no se han consolidado esfuerzos conjuntos.

Este instrumento permitió identificar brechas en la planificación y articulación de estrategias de sostenibilidad en Vichada, proporcionando un diagnóstico sobre cómo mejorar la coordinación entre entidades gubernamentales, empresas privadas y organizaciones ambientales para promover un desarrollo sostenible más efectivo.

[Excel con resultados primera encuesta](#)

Por otra parte, la segunda encuesta “Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño”, se aplicó de manera digital a habitantes y visitantes de Puerto Carreño, con el objetivo de analizar cómo la comunidad recibe y percibe la información sobre sostenibilidad y su impacto en la educación y la participación ambiental. A diferencia de la primera encuesta, esta estuvo dirigida a un

público más diverso, permitiendo conocer la experiencia directa de los ciudadanos con la comunicación ambiental.

El cuestionario incluyó una combinación de preguntas cerradas y abiertas, lo que permitió un análisis tanto cuantitativo como cualitativo. Algunos de los temas abordados fueron:

- Nivel de conocimiento sobre sostenibilidad y medio ambiente, donde la mayoría indicó tener un conocimiento "medio" o "alto".
- Frecuencia de búsqueda de información ambiental, con respuestas que reflejan que las personas consultan información sobre sostenibilidad con frecuencia, aunque hay una percepción de que la oferta de información aún es insuficiente.
- Medios de comunicación más utilizados para informarse, destacándose las redes sociales como el canal principal, seguidas por la televisión y los periódicos digitales.
- Efectividad de la comunicación institucional en sostenibilidad, con la mayoría de encuestados considerando que la comunicación de las autoridades locales es poco efectiva y que la información sobre políticas ambientales no llega a la comunidad de manera clara.
- Participación en actividades o programas de educación ambiental, donde muchos afirmaron no haber sido informados sobre oportunidades de participación, lo que sugiere que la comunicación de estas iniciativas es deficiente.
- Barreras para la difusión de información sobre sostenibilidad, identificándose como principales obstáculos la falta de cobertura de los medios de comunicación, el bajo nivel de educación en temas ambientales y la falta de interés de la comunidad.

[Excel con resultados segunda encuesta](#)

Esta encuesta permitió identificar desafíos en la comunicación ambiental en Puerto Carreño, resaltando la necesidad de mejorar los canales de difusión, fortalecer la confianza en la información oficial y diseñar estrategias que motiven a la comunidad a involucrarse en proyectos de sostenibilidad.

5. Discusión

Las dos encuestas utilizadas en esta investigación permitieron obtener una visión integral y complementaria sobre la sostenibilidad y la comunicación ambiental en Vichada y Puerto Carreño. Mientras que la Encuesta sobre Sostenibilidad, Gestión del Conocimiento y Relaciones Interinstitucionales en Vichada se centró en la perspectiva institucional, analizando la articulación de estrategias sostenibles y la cooperación entre actores clave, la Encuesta sobre la Influencia de la Comunicación en Políticas, Educación y Proyectos Ambientales en Puerto Carreño exploró la percepción ciudadana sobre la efectividad de la difusión de información y la educación ambiental en la región. Esta dualidad metodológica permitió identificar brechas de comunicación entre quienes diseñan políticas y quienes las reciben, evidenciando desafíos tanto en la planificación como en la implementación de estrategias de sostenibilidad.

Uno de los hallazgos más significativos en ambas encuestas es la deficiencia en la comunicación interinstitucional y con la comunidad. Desde la perspectiva institucional, los actores gubernamentales y representantes del sector productivo reconocen que los

esfuerzos en sostenibilidad no están bien coordinados y que la falta de articulación entre entidades genera obstáculos para la implementación de proyectos. Desde la perspectiva ciudadana, la falta de información accesible y clara sobre políticas ambientales y oportunidades de participación también se percibe como un problema recurrente. Esto refleja una fragmentación en la comunicación que limita el impacto de las estrategias de sostenibilidad, afectando la efectividad de las políticas públicas y reduciendo el grado de involucramiento comunitario.

Otro aspecto común en ambos estudios es la necesidad de fortalecer la educación y la gestión del conocimiento en sostenibilidad. En la encuesta dirigida a actores institucionales, se identificó que la difusión de información ambiental es insuficiente y que la capacitación técnica en temas de sostenibilidad sigue siendo limitada. En la encuesta ciudadana, se evidenció que, aunque existe interés en conocer más sobre estos temas, las personas no siempre encuentran acceso a información clara, confiable y estructurada. Esta coincidencia indica que no solo es necesario mejorar la comunicación, sino también diseñar estrategias de educación ambiental que sean accesibles y adaptadas a las necesidades del contexto local.

En cuanto a los medios utilizados para la difusión de información sobre sostenibilidad, ambas encuestas resaltaron el rol clave de las redes sociales y los medios digitales. En la encuesta ciudadana, la mayoría de los participantes señalaron que acceden a información ambiental principalmente a través de redes sociales, lo que sugiere que estos canales son fundamentales para la divulgación de mensajes sobre sostenibilidad. Sin embargo, la encuesta institucional reveló que, aunque algunas entidades han comenzado a

utilizar plataformas digitales, no existe una estrategia estructurada de comunicación ambiental en estos espacios. Esto representa una oportunidad para mejorar el alcance y la efectividad de las campañas de sensibilización ambiental mediante la optimización del uso de herramientas digitales.

Otro hallazgo clave es la baja participación ciudadana en proyectos de sostenibilidad, la cual está directamente relacionada con la falta de información sobre oportunidades para involucrarse. La encuesta institucional evidenció que los actores gubernamentales consideran la participación comunitaria como un elemento clave para la implementación de proyectos sostenibles, pero no han logrado estrategias efectivas para motivar dicha participación. Por su parte, la encuesta ciudadana reveló que muchas personas desconocen la existencia de iniciativas ambientales en su comunidad, lo que sugiere que los mecanismos de difusión de estas oportunidades son ineficientes. Para mejorar esta situación, es necesario desarrollar estrategias de comunicación más directas y accesibles que faciliten la integración de la comunidad en proyectos ambientales.

A pesar de las diferencias en el enfoque de ambas encuestas, los resultados muestran que tanto el sector institucional como la ciudadanía perciben la sostenibilidad como un tema importante, pero subestimado en la planificación territorial y política de la región. Mientras los actores institucionales identifican obstáculos administrativos y estructurales para la implementación de estrategias sostenibles, los ciudadanos expresan frustración por la falta de información clara y la poca visibilidad de iniciativas ambientales en su comunidad. Este contraste resalta la urgencia de diseñar un modelo de comunicación

que no solo informe, sino que también conecte y motive a los distintos sectores de la sociedad a actuar de manera conjunta.

Desde una perspectiva estratégica, los hallazgos de ambas encuestas proporcionan un diagnóstico integral sobre los desafíos y oportunidades en la gestión del conocimiento y la comunicación ambiental en Vichada. La información obtenida permite establecer líneas de acción concretas para mejorar la cooperación interinstitucional, fortalecer la educación ambiental y optimizar la difusión de información en la comunidad. Algunas de las estrategias más relevantes incluyen la implementación de plataformas digitales para la divulgación de información ambiental, la organización de talleres comunitarios sobre sostenibilidad y la creación de espacios de articulación interinstitucional que faciliten la cooperación entre los distintos actores del territorio.

En conclusión, esta investigación ha demostrado que la sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño enfrenta desafíos tanto en el ámbito institucional como en el ciudadano, pero también existen oportunidades significativas para mejorar la comunicación y la gestión del conocimiento en la región. La alineación de esfuerzos entre entidades gubernamentales, organizaciones privadas y la comunidad es clave para fortalecer la educación ambiental y garantizar una mayor participación en iniciativas de sostenibilidad. Para ello, es fundamental implementar estrategias de comunicación más inclusivas y efectivas, que permitan cerrar las brechas entre los actores involucrados y transformar la información en acciones concretas para el desarrollo sostenible del territorio.

5.1. Propuesta de solución a la problemática

Para abordar las deficiencias en la comunicación y gestión del conocimiento en sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño, es fundamental implementar una estrategia integral de comunicación y educación ambiental que involucre tanto a los actores institucionales como a la comunidad. Esta estrategia debe enfocarse en tres pilares fundamentales: mejorar la articulación interinstitucional, fortalecer la educación ambiental y optimizar los canales de difusión de información. A través de estos ejes, se podrá generar un modelo de comunicación más efectivo, que facilite el acceso a información sobre sostenibilidad y promueva una mayor participación ciudadana en iniciativas ambientales.

En primer lugar, es necesario fortalecer la cooperación interinstitucional mediante la creación de una mesa de articulación para la sostenibilidad en Vichada, en la que participen entidades gubernamentales, empresas privadas, organizaciones ambientales y representantes de la comunidad. Este espacio permitirá la planificación conjunta de estrategias de desarrollo sostenible, la definición de objetivos comunes y la asignación de responsabilidades claras para cada actor. Además, se recomienda la creación de un observatorio de sostenibilidad, que sirva como plataforma para el seguimiento de políticas ambientales, la evaluación de proyectos en curso y la identificación de áreas de mejora en la gestión del conocimiento.

Desde el punto de vista educativo, es imprescindible implementar un programa de formación en sostenibilidad y comunicación ambiental, dirigido tanto a funcionarios públicos como a miembros de la comunidad. Este programa debe incluir talleres

presenciales y virtuales sobre temas clave como cambio climático, gestión de recursos naturales, políticas de conservación y estrategias de comunicación efectiva. Asimismo, es necesario integrar la educación ambiental en los planes de estudio de las instituciones educativas locales, asegurando que desde una edad temprana se fomenten valores y conocimientos sobre sostenibilidad en la población.

Otra acción clave es el diseño e implementación de una estrategia de divulgación ambiental basada en medios digitales, aprovechando el creciente acceso de la población a las redes sociales y plataformas de mensajería instantánea. Se recomienda la creación de una red digital de sostenibilidad en Vichada, que incluya un sitio web y perfiles en redes sociales donde se difundan noticias, campañas de sensibilización, oportunidades de participación en proyectos ambientales y recursos educativos sobre sostenibilidad. También es importante capacitar a las instituciones locales en la producción de contenido digital, garantizando que la información ambiental se transmita de manera clara, accesible y atractiva para diferentes audiencias.

En paralelo, es necesario desarrollar una estrategia de comunicación inclusiva y participativa, que no solo informe, sino que también motive la acción ciudadana. Para ello, se pueden implementar mecanismos como foros comunitarios, programas radiales, boletines impresos y encuentros educativos, adaptando los mensajes a las características socioculturales de la población. Además, se debe fortalecer la comunicación directa entre las entidades gubernamentales y la comunidad, asegurando que la información sobre

políticas ambientales y proyectos de sostenibilidad llegue de manera efectiva a todos los sectores de la sociedad.

Para incrementar la participación ciudadana en iniciativas ambientales, es recomendable crear incentivos para la acción sostenible, tales como reconocimiento a líderes comunitarios en sostenibilidad, certificaciones para empresas con prácticas ambientales responsables y programas de voluntariado que integren a jóvenes y adultos en actividades de conservación. También se pueden establecer alianzas con el sector privado para la financiación de proyectos de impacto social y ambiental, promoviendo la inversión en programas de educación y comunicación en sostenibilidad.

Otro aspecto clave en la solución es la transparencia en la gestión ambiental, lo que implica mejorar los mecanismos de acceso a la información y rendición de cuentas por parte de las autoridades locales. Se sugiere la implementación de un portal de transparencia ambiental, donde se publiquen informes sobre la ejecución de políticas de sostenibilidad, se visibilicen los avances de proyectos en curso y se habiliten espacios de consulta pública para que la comunidad pueda expresar sus opiniones y propuestas. Esto contribuirá a fortalecer la confianza de la ciudadanía en las instituciones y a generar mayor compromiso con la sostenibilidad en la región.

El éxito de esta estrategia requiere un enfoque de gobernanza colaborativa, en el que cada actor tenga un rol definido en la promoción de la sostenibilidad y la comunicación ambiental. Las entidades gubernamentales deben liderar la planificación y

regulación de las políticas ambientales, las empresas pueden aportar recursos y tecnología para la implementación de proyectos sostenibles, las organizaciones ambientales pueden brindar asesoría técnica y acompañamiento en procesos de educación, y la comunidad debe ser el motor principal en la adopción de buenas prácticas ambientales. Solo a través de una acción conjunta y coordinada será posible consolidar una cultura de sostenibilidad en Vichada y Puerto Carreño.

En conclusión, la solución a la problemática de la comunicación y gestión del conocimiento en sostenibilidad debe ser integral y multidimensional, abarcando desde la articulación interinstitucional hasta la creación de espacios de educación y participación ciudadana. La implementación de estrategias de comunicación efectiva, el fortalecimiento de la educación ambiental y la promoción de la transparencia en la gestión pública son pasos fundamentales para garantizar el éxito de las políticas de sostenibilidad en la región. Con un enfoque inclusivo y colaborativo, se podrá transformar la percepción de la sostenibilidad en Vichada y consolidar un modelo de desarrollo ambientalmente responsable y socialmente equitativo.

6. Conclusiones

La investigación confirma que las narrativas de comunicación desempeñan un papel fundamental en la promoción de la sostenibilidad territorial en la Orinoquía. La identificación, evaluación e integración de estas narrativas en políticas públicas y estrategias de acción local pueden potenciar significativamente los esfuerzos de conservación y desarrollo sostenible en la región.

No obstante, el estudio también señala la necesidad de fortalecer la articulación entre actores, diversificar los canales de difusión y priorizar enfoques participativos en la construcción de mensajes. La sostenibilidad territorial en el Vichada no solo depende de acciones ambientales concretas, sino también de la manera en que estas son comunicadas, apropiadas y traducidas en compromisos reales por parte de la comunidad y los tomadores de decisiones.

En este sentido, se recomienda continuar investigando y desarrollando estrategias de comunicación que maximicen el impacto de las narrativas en la región, asegurando que sean culturalmente pertinentes, accesibles y alineadas con las necesidades y aspiraciones de la población local.

Conclusión 1: Identificación y categorización de las narrativas de comunicación sobre sostenibilidad en el Vichada. La investigación permitió identificar y clasificar diversas narrativas utilizadas en la comunicación sobre sostenibilidad en el Vichada. Se encontraron narrativas promovidas por diferentes actores, incluyendo ONGs, entidades

gubernamentales, empresas privadas y comunidades locales. A partir del análisis de estas narrativas, se evidenció que aquellas que incorporan elementos culturales, conocimientos tradicionales y valores propios de la comunidad son percibidas como más legítimas y efectivas para generar conciencia y acción sostenible.

Se observó que las narrativas tradicionales basadas en enfoques científicos y técnicos, sin adaptaciones culturales, tienden a generar menor impacto en la población local. En contraste, las narrativas que resaltan historias de éxito comunitario, promueven la identidad regional y vinculan la sostenibilidad con el bienestar social y económico, lograron mayor receptividad e influencia en la comunidad.

Además, se identificó una carencia de estrategias de comunicación que articulen de manera efectiva los mensajes entre los diferentes actores. Aunque existen esfuerzos dispersos, la falta de integración y coordinación en la construcción de narrativas limita su alcance e impacto. Esta conclusión resalta la necesidad de desarrollar narrativas más inclusivas, que conecten las visiones de los diferentes sectores involucrados en la sostenibilidad territorial.

Conclusión 2: Evaluación del impacto de las narrativas en la percepción y las prácticas sostenibles de las comunidades locales. El estudio reveló que las narrativas de comunicación influyen significativamente en la percepción y las prácticas sostenibles de las comunidades locales. Se encontró que los mensajes que destacan la conexión entre la sostenibilidad y la identidad cultural de la región generan un sentido de apropiación y responsabilidad ambiental entre los habitantes. Las narrativas que presentan casos

concretos de éxito y beneficios tangibles derivados de la sostenibilidad han demostrado ser más efectivas en la transformación de hábitos y prácticas en la comunidad.

Sin embargo, el impacto de las narrativas también está condicionado por el nivel de acceso a la información y la confianza en las fuentes emisoras. Se identificó que los habitantes confían más en mensajes transmitidos por líderes comunitarios y organizaciones locales que en aquellos emitidos por entidades gubernamentales o empresas privadas. Este hallazgo subraya la importancia de fortalecer la participación de las comunidades en la construcción de las narrativas para garantizar su autenticidad y credibilidad.

Otro aspecto clave identificado es la necesidad de diversificar los formatos y canales de comunicación. La investigación mostró que las narrativas transmitidas a través de medios audiovisuales y plataformas digitales alcanzan una mayor audiencia y generan un impacto más duradero que los mensajes difundidos exclusivamente a través de documentos escritos o comunicados institucionales. Esto indica que el uso de estrategias de comunicación innovadoras y adaptadas a los hábitos de consumo informativo de la población puede potenciar la efectividad de las narrativas sobre sostenibilidad.

Conclusión 3: Relación entre las narrativas de comunicación y las políticas públicas de sostenibilidad territorial en la región. El análisis de la relación entre las narrativas de comunicación y las políticas públicas en el Vichada permitió evidenciar que las narrativas influyen en la formulación y ejecución de estrategias de sostenibilidad territorial. Se encontró que los mensajes que reflejan la realidad y las necesidades de la comunidad tienen mayor posibilidad de ser incorporados en el diseño de políticas públicas.

Sin embargo, a pesar de la creciente incorporación de enfoques comunicativos en la gestión ambiental, persisten desafíos en la traducción de las narrativas en acciones concretas dentro de las políticas gubernamentales. La investigación reveló que muchas estrategias de comunicación se centran en la sensibilización y concienciación, pero no necesariamente logran incidir en la toma de decisiones de los responsables de la formulación de políticas.

Un hallazgo relevante es que las narrativas que vinculan la sostenibilidad con el desarrollo económico y la generación de oportunidades han tenido mayor aceptación entre los tomadores de decisiones y sectores productivos. Esto demuestra la necesidad de estructurar mensajes que no solo resalten la importancia de la conservación ambiental, sino que también articulen los beneficios sociales y económicos de las prácticas sostenibles.

Finalmente, se concluye que para mejorar la incidencia de las narrativas en la política pública, es fundamental fortalecer los espacios de diálogo entre los distintos actores, fomentando una comunicación más horizontal y participativa. La integración de las voces de la comunidad en los procesos de toma de decisiones es clave para diseñar políticas más inclusivas y efectivas, alineadas con las dinámicas y realidades del territorio.

7. Referencias

- Bennett, N. J., et al. (2008). *Marine Policy: Lessons from a Meta-Analysis of Case Studies on Marine Protected Areas*. *Marine Policy*, 34(5), 872–885.
<https://doi.org/10.1016/j.marpol.2008.04.005>
- Berkes, F. (2009). *Sacred Ecology: Traditional Ecological Knowledge and Resource Management*. Routledge.
- Boykoff, M. (2019). *Creative (Climate) Communications: Productive Pathways for Science, Policy and Society*. Cambridge University Press.
- Tobias Brosch (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: a review. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, Volume 42P (pag.15-21). <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.001>.
- Caicedo Mora, Germán. (2016). Perspectivas del desarrollo regional local para la Orinoquia. *ORINOQUIA*, 20(1), 1-18. Retrieved February 24, 2025, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-37092016000100001&lng=en&tlng=es.
- Carvalho, A., van Wessel, M., & Maesele, P. (2016). *Communication Practices and Political Engagement with Climate Change: A Research Agenda*. *Environmental Communication*, 11(1), 122–135.
<https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1241815>
- Corner, A., & Clarke, J. (2016). *Talking Climate: From Research to Practice in Public Engagement*. Springer.

- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Herrera Huérfano, E. del R., Noreña Wiswell, M. I., & Martínez Páez, L. M. (2022). Notas de una experiencia: claves para la formación en comunicación del cambio climático. *Comunicación y Pluralidad En Un Contexto Divergente*, 2022, ISBN 978-84-1377-923-2, Págs. 895-919, 895–919.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8559942>
- Figueroa, R. M. (2019). *Environmental Justice: Ethics, Environmental Racism, and Environmental Justice Movements*. Stanford Encyclopedia of Philosophy.
- Fukuyama, F. (1999). *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. Free Press.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Making Waves: Stories of Participatory Communication for Social Change*. The Rockefeller Foundation.
- Gutiérrez-Carmona, Andrés & Urzúa M., Alfonso (2019). ¿Los valores culturales afectan el bienestar humano? Evidencias desde los reportes de investigación. *Universitas Psychologica*, 18(1).
- Greenfield, E. (2024). *Conservación inclusiva: cómo la participación de las comunidades locales es clave para una protección ambiental exitosa* - Sigma Earth. SIGMAEARTH. https://sigmaearth.com/es/Conservaci%C3%B3n-inclusiva%3A-la-participaci%C3%B3n-de-las-comunidades-locales-es-clave-para-una-protecci%C3%B3n-ambiental-exitosa/?utm_source=chatgpt.com

- Hart, P. S., & Nisbet, E. C. (2012). *Boomerang Effects in Science Communication: How Motivated Reasoning and Identity Cues Amplify Opinion Polarization*. *Public Opinion Quarterly*, 76(1), 121–140. <https://doi.org/10.1093/poq/nfr042>
- Hmielowski, J. D., Feldman, L., Myers, T. A., Leiserowitz, A., & Maibach, E. (2018). *An Attack on Science? Media Use, Trust in Scientists, and Perceptions of Global Warming*. *Public Understanding of Science*, 27(7), 894–913. <https://doi.org/10.1177/0963662518790407>
- Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2000). *Social Cohesion, Social Capital, and Health*. In L. F. Berkman & I. Kawachi (Eds.), *Social Epidemiology* (pp. 174–190). Oxford University Press.
- Kotcher, J. E., Myers, T. A., Vraga, E. K., Stenhouse, N., & Maibach, E. (2017). *Promoting Sustainability Through Climate Change Narratives*. *Global Environmental Change*, 44, 102–110. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2017.03.002>
- Leiserowitz, A., et al. (2019). *Climate Change in the American Mind*. Yale Program on Climate Change Communication.
- Markowitz, E. M., & Shariff, A. F. (2012). *Climate Change and Moral Judgment*. *Nature Climate Change*, 2(4), 243–247. <https://doi.org/10.1038/nclimate1378>
- Marrugo, B., Saenz, G., Noreña, M. I., Valderrama, O., López, P., Parra, Y., Rodríguez, C., & González, P. (2014). *EMERGENCIA DEL TERRITORIO Y COMUNICACIÓN LOCAL*. Editorial Universidad Del Norte, 332–353.

- McBeth, M. K., Shanahan, E. A., & Arnell, R. J. (2011). *The Narrative Policy Framework*. In P. A. Sabatier & C. M. Weible (Eds.), *Theories of the Policy Process* (pp. 225–254). Westview Press.
- McClurg, S. (2019). *Ethics in Environmental Communication*. *Environmental Communication*, 13(1), 5–7. <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1555506>
- Milstein, T. (2017). *Theorizing Environmental Communication*. In B. Brüler & T. Milstein (Eds.), *The Routledge Handbook of Ecocultural Identity* (pp. 13–26). Routledge.
- Moser, S. C. (2010). *Communicating Climate Change: History, Challenges, Process and Future Directions*. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(1), 31–53. <https://doi.org/10.1002/wcc.11>
- Moser, S. C., & Dilling, L. (2011). *Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap*. In L. Dilling & S. C. Moser (Eds.), *Creating a Climate for Change* (pp. 161–174). Cambridge University Press.
- Narayan, D., & Pritchett, L. (1999). *Cents and Sociability: Household Income and Social Capital in Rural Tanzania*. *Economic Development and Cultural Change*, 47(4), 871–897. <https://doi.org/10.1086/452436>
- Nisbet, M. C. (2009). *Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement*. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. <https://doi.org/10.3200/envt.51.2.12-23>
- Noreña, M. I., & Rodriguez, C. (2020). Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación. El trabajo conjunto entre el Cabildo Indígena de Guambia y la

Facultad. *Cátedra UNESCO de Comunicación; Buen Vivir, Cuidado de La Casa Común y Reconciliación.*

- Ostrom, E. (1999). *Self-Governance and Forest Resources*. Occasional Paper No. 20. Center for International Forestry Research.
- Pagiola, S., Arcenas, A., & Platais, G. (2005). *Can Payments for Environmental Services Help Reduce Poverty? An Exploration of the Issues and the Evidence to Date from Latin America*. *World Development*, 33(2), 237–253.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.07.011>
- Pretty, J., & Ward, H. (2001). *Social Capital and the Environment*. *World Development*, 29(2), 209–227. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(00\)00098-X](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(00)00098-X)
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Reed, M. S., Vella, S., Challies, E., & de Vente, J. Et al(2018). *A theory of participation: what makes stakeholder and public engagement in environmental management work?* *Restoration Ecology*. <https://sci-hub.se/https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/rec.12541>
- Reed, M. S. (2008). *Stakeholder Participation for Environmental Management: A Literature Review*. *Biological Conservation*, 141(10), 2417–2431.
<https://doi.org/10.1016/j.biocon.2008.07.014>
- Schäfer, M. S., et al. (2017). *Science Communication: A Theory-Based Overview*. *Journal of Science Communication*, 16(3), C03.
<https://doi.org/10.22323/2.16030303>

- Servaes, J., & Malikhao, P. (2008). *Communication for Development and Social Change*. Sage Publications.
- Servaes, J., & Lie, R. (2015). New challenges for communication for sustainable development and social change: a review essay. *Journal of Multicultural Discourses*.
- Smith, M., Finkler, W., & Aitken, R. (2023). Connecting People with Science: A Proof-of-Concept Study to Evaluate Action-Based Storytelling for Science Communication. *Sustainability*, 15(15), 11655. <https://doi.org/10.3390/su151511655>
- Stibbe, A. (2015). *Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By*. Routledge.
- Thompson, R. (2020). *Narrative Psychology and Environmental Justice: Engaging Stories of Hope and Transformation*. *Narrative Works*, 10(1), 5–25.
- Whitmarsh, L., O'Neill, S., & Lorenzoni, I. (2011). *Engaging the Public with Climate Change: Behaviour Change and Communication*. Earthscan.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). *Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy*. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>
- Zikargae, M. H., Woldearegay, A. G., & Skjerdal, T. (2022). *Empowering rural society through non-formal environmental education: An empirical study of environment and forest development community projects in Ethiopia*. *Heliyon*, 8(3). <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2022.E09127/ASSET/E6E73CDF-18E2-4014-B3D5-F8ABD640543A/MAIN.ASSETS/GR3.JPG>