

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña “Sé Un Héroe” para sensibilizar acerca de la comercialización ilegal de animales silvestres en la Amazonía ecuatoriana

Lisbeth Daniela Alvarado Rivera

Paula Isabel Benavides Valencia

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 15 de mayo de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña “Sé Un Héroe” para sensibilizar acerca de la comercialización ilegal de
animales silvestres en la Amazonía ecuatoriana**

Lisbeth Daniela Alvarado Rivera

Paula Isabel Benavides Valencia

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 18 de mayo de 2022

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Lisbeth Daniela Alvarado Rivera

Código: 00208930

Cédula de identidad: 2350046021

Nombres y apellidos: Paula Isabel Benavides Valencia

Código: 00209444

Cédula de identidad: 1721101440

Lugar y fecha: Quito, mayo, 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

AGRADECIMIENTO

A aquellos que durante toda esta aventura nos apoyaron e impulsaron a lograr esta meta y combatir los distintos retos que enfrentamos en el proceso.

- Con cariño
Lis y Paula

RESUMEN

El tráfico de vida silvestre ocupa el tercer puesto dentro de los negocios de carácter ilegal en el mundo. Ecuador al ser parte del grupo de países megadiversos sufre cada año con esta trágica realidad que pone en riesgo la vida de aproximadamente 9000 especies. El resultado de esta comercialización indiscriminada repercute de manera negativa en la humanidad, pues la extracción de la fauna silvestre de su ecosistema altera todo un proceso biológico que destruye cadenas de mando de los seres vivos. El enfoque social y ambiental del presente trabajo se centra en definir alternativas de comunicación que promuevan el turismo sostenible y a su vez, reduzcan gradualmente esta problemática en la Amazonía ecuatoriana. Por medio del uso de herramientas bioeconómicas que fomenten el desarrollo del bienestar ambiental y social. Nuestra premisa se validará usando el método cuantitativo, mismo que servirá de pauta para concluir con este proceso.

Palabras claves

Comunicación, turismo sostenible, comercialización ilegal, especies en extinción, bioeconomía.

ABSTRACT

Wildlife trafficking is the third largest illegal business in the world. Ecuador, being part of the group of megadiverse countries, suffers every year with this tragic reality that endangers the lives of approximately 9000 species. The result of this indiscriminate commercialization has a negative impact on humanity, since the extraction of wildlife from its ecosystem alters an entire biological process that destroys chains of command of living beings. The social and environmental focus of this work is centered on defining communication alternatives that promote sustainable tourism and, in turn, gradually reduce this problem in the Ecuadorian Amazon. Using bioeconomic tools that promote the development of environmental and social welfare. Our premise will be validated using the quantitative method, which will serve as a guideline to conclude this process.

Keywords

Communication, sustainable tourism, wild animals, bioeconomy. illegal traffic.

TABLA DE CONTENIDOS

<i>Introducción</i>	10
<i>1 Capítulo 1</i>	15
1.1 Amazonía ecuatoriana	15
1.2 Animales silvestres y comercialización.....	18
1.3 Apartado legal.....	20
<i>2 Capítulo 2</i>	22
2.1 Transmisión de patógenos	22
2.2 Turismo Responsable	23
2.3 Amazonía y Ecoturismo	25
<i>3 Capítulo 3</i>	27
3.1 La comunicación ambiental y turismo sostenible	27
<i>4 Capítulo 4: Campaña de comunicación “Sé Un Héroe”</i>	32
4.1 Presentación de campaña.....	32
4.2 Metodología de investigación.....	34
4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña.....	37
4.3.1 Nombre	37
4.3.2 Logotipo y justificación.....	37

	9
4.3.3 Slogan.....	38
4.3.4 Concepto.....	38
4.3.5 Colores.....	38
4.3.6 Mapa de públicos.....	40
4.3.7 Fases	40
4.3.8 Matriz de objetivos	41
4.3.9 Planificación digital de la campaña	44
4.3.10 Ejecución de la campaña	60
5 Conclusiones.....	66
6 Referencias	68

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Fases de la campaña Sé Un Héroe</i>	41
<i>Tabla 2 Matriz de objetivos Sé Un Héroe</i>	44
<i>Tabla 3 Indicadores de los post del @quito_zoo</i>	50
<i>Tabla 4 Indicadores de las historias del @quito_zoo</i>	52
<i>Tabla 5 Indicadores de los post del @se_unheroe</i>	56
<i>Tabla 6 Indicadores de las historias del @se_unheroe</i>	60
<i>Tabla 7 Gestión de medios Sé Un Héroe</i>	62
<i>Tabla 8 Gestión de auspiciantes Sé Un Héroe</i>	63
<i>Tabla 9 Cronograma Evento "Zoolidarízate y Sé Un Héroe"</i>	64
<i>Tabla 10 Presupuesto Campaña Sé Un Héroe</i>	65

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Imagen 1 logo de Sé Un Héroe 2022</i> _____	38
<i>Imagen 2 línea gráfica campaña Sé Un Héroe</i> _____	39
<i>Imagen 3 Mapa de públicos campaña Sé Un Héroe</i> _____	40

INTRODUCCIÓN

Parte del equilibrio del planeta se centra en la labor que cumple el Amazonas, debido a que es la selva tropical más grande del mundo. Se destaca por su biodiversidad a nivel mundial debido a que alberga a un cuarto de las especies del planeta. Junto a ello, es de vital importancia debido a que absorbe más CO₂ del que expulsa, regulando así el calentamiento climático. La Amazonía ecuatoriana cuenta con una de las diversidades más grandes del planeta. Esto se evidencia por cada grupo de especies que hay por kilómetro cuadrado. Los mamíferos, anfibios y reptiles ocupan una densidad de 0,001 especies Km² y las aves tienen una densidad de 0,004 especies por Km². Por lo tanto, la pérdida de estos servicios ecosistémicos ocasionará un desequilibrio ambiental y en el peor de los casos podría llevar a su completa desaparición. “La Amazonía ecuatoriana es donde más se evidencia la pérdida y fragmentación de hábitats, la cacería indiscriminada o los “factores intrínsecos”, teniendo como incidencia la reducción de población de las especies y su extinción” (Valdez, 2015). Es de suma importancia, comprender que cuando una especie se extingue, ocasiona graves consecuencias como la desaparición de otros animales y así también, la sobrepoblación de otras especies, generando posibles plagas. Esto sucede debido a que la cadena alimenticia se ve interrumpida.

El efecto domino que causa la extinción de especies perjudica al suelo, el aire, el agua y los seres humanos, pues dependen de la biodiversidad del planeta. Por lo tanto, para nosotras Paula Benavides y Lisbeth Alvarado la importancia de evitar la comercialización de animales silvestres en la Amazonía ecuatoriana es para prevalecer los ecosistemas; que a su vez cumplen un papel importante en la purificación de aire, tratamiento de suelos y

proveedor de alimentos. El trabajo es un enfoque ambiental y social, pues al realizar un cambio en el presente se evitarán repercusiones futuras que afecten el modo vida de los seres vivos. Por ello, el turismo responsable es una herramienta que permite combatir con la problemática ya expuesta y así preservar el mundo en el que vivimos. Asimismo

“Ecuador necesita proteger su biodiversidad y al mismo tiempo generar un equilibrio en lo social a través de la conservación y del manejo consciente de los recursos naturales. El turismo es de las pocas actividades productivas en las que se pueden obtener ingresos, beneficiar a las comunidades y al mismo tiempo conservar el medio ambiente. En la última década el país no ha logrado posicionarse a escala internacional. Si bien hubo campañas promocionales han sido de corto plazo, sin un horizonte definido” (Carrillo, 2017).

La comunicación es clave en el desarrollo de la solución de esta problemática, debido a que, como planificador social una comunicación asertiva nos permite mantener una negociación clave con los receptores y así generar cambios de comportamiento. Por lo tanto, es una herramienta bidireccional que nos posibilita cumplir nuestro objetivo de conseguir lo que necesitamos. La comunicación emisor - medio - receptor se asume como un factor común que facilita una comprensión recíproca entre las partes.

Por otro lado, los objetivos de desarrollo sostenible que se vinculan con la problemática son la acción por el clima y la vida de los ecosistemas terrestres, porque al promoverse un turismo responsable en base a erradicar la comercialización de animales silvestres se obtiene como resultado una preservación de la fauna y los ecosistemas amazónicos ecuatorianos. Asimismo, la salud y bienestar es un cambio a futuro porque se

evitaría que se altere y perjudique la calidad de vida de los humanos y animales. Debido a que “la Organización Mundial de la Sanidad Animal (OIE) indica que el 75% de las enfermedades infecciosas emergentes, que afectan al ser humano, son de origen animal. El comercio ilegal o tráfico de animales silvestres incrementa el riesgo de transmisión de enfermedades zoonóticas (Romero, 2020).

Finalmente, el impacto ambiental y social que tiene este trabajo investigativo se centra en promover un ambiente de paz y armonía entre los humanos y la naturaleza pues Ecuador al ser un país megadiverso tiene una posición vulnerable para la caza de animales, y para su posterior comercialización.

1 CAPÍTULO 1

1.1 Amazonía ecuatoriana

La región Amazónica es la selva tropical más grande del mundo, siendo así una de las regiones con mayor biodiversidad. Representa al “menos el 10% de la biodiversidad mundial: 40.000 especies de plantas, 10.000 especies de árboles, 2.500 especies de peces y 2,5 millones de insectos, 427 mamíferos, 378 reptiles y más de 400 anfibios, 3.000 especies de especies de agua dulce” (Fonseca, 2017). Junto a ello, está constituida por 8 países de Sudamérica, entre ellos Ecuador que “tiene una extensión aproximada de 7,4 millones de km²” (Cepal & Patrimonio Natural, 2013).

Según El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés). “el Amazonas representa a nivel mundial un yacimiento de recursos ecológicos, no sólo para las comunidades indígenas y locales, sino también para el resto del mundo, además regula el clima local y mundial” (Fonseca, 2017). Es decir, el foco de atención que representa este territorio radica en la importancia ecológica a nivel mundial, debido a tres factores: estabilidad climática, biodiversidad, papel geopolítico y cultural.

Una transformación debido a la deforestación en la selva amazónica es la disminución de las precipitaciones debido a que genera “una quinta parte del agua que llega a los océanos” (Jordao, 2019). “Según un estudio del instituto estatal de investigación INPA, un árbol de 10 metros de diámetro puede soltar más de 300 litros de agua a la atmósfera en forma de vapor al día” (Costa, 2020). El papel de los árboles de los bosques tropicales amazónicos tiene el objetivo de enfriar la Tierra por medio de la evaporación de

grandes cantidades de agua. Por tanto, una disminución en su volumen no solo afecta a las áreas del territorio amazónico sino también al planeta en general. La Universidad de Columbia junto a la Nasa en un estudio realizado sobre el clima determinan que el Amazonas difunde 8 millares de toneladas de vapor de agua, siendo considerada una bomba-biótica de humedad. De igual manera, la selva amazónica es clave para el planeta Tierra, pues “El Amazonas contiene de 90 a 140 mil millones de toneladas métricas de carbono, según la WWF” (Asmelash, 2019). Por tanto, el Amazonas, al ser considerado un sumidero de carbono, la destrucción del mismo pone en riesgo la atmósfera y el progresivo crecimiento del efecto invernadero.

El patrimonio cultural y su importancia geopolítica que constituye la selva amazónica tiene una afectación global. La pérdida de esta maravilla natural, por consecuencia de la degradación o desaparición, comprende un empobrecimiento para la humanidad. Las comunidades indígenas ancestrales que habitan en esta región engloban también, un bagaje histórico que debe ser protegido para la preservación de la cultura, pues de lo contrario se genera un desajuste social. Teniendo en cuenta los recursos que provee el Amazonas tanto para los países en vías de desarrollo como para los países industrializados es crucial dentro de la economía de los mismos. “La reducción del área de estos espacios, o en el peor de los casos, la eliminación de su estado de protección, son un enemigo silencioso que cada vez genera mayores impactos en la Amazonía. Actualmente la cobertura de las áreas protegidas del bioma amazónico es superior al 50 %. Sin embargo, muchas de estas áreas están en riesgo debido a la debilidad legislativa para su conservación” (Fonseca, 2017). Los continuos cambios legislativos que realizan los países

soberanos de esta región tienen como objetivo dar paso a nuevas actividades dentro de las áreas protegidas amazónicas. Es decir, estas regiones son una fuente de poder que día a día se encuentra en riesgo de ser destruida. Los intereses económicos que giran a su alrededor muy pocas veces tienen un plan de protección ambiental. Un ejemplo de las batallas hegemónicas entre los países amazónicos se relata en el libro “El Paraíso en venta” de Javier Martínez Sastre, donde se narra la historia del dilatado proceso de apropiación de la cuenca del río Curaray de jurisdicción ecuatoriana desarrollada desde la mitad del siglo XX hasta los comienzos del siglo XXI. Se deslumbran los intereses burocráticos, administrativos y de poder de los Gobernantes de la época. No cabe duda que la importancia que tiene este territorio es debido a los límites que tiene con el Yasuní y las reservas petroleras que este contiene. Luego de varios años de lucha por parte de las comunidades indígenas de dichos territorios contra los gobiernos lograron salvar las tierras de la actividad humana y del muy notorio capitalismo dominante.

Esta lucha de poder y ansias que ha demostrado el ser humano tener sobre la naturaleza da como resultado más de una afectación en los ecosistemas del planeta. La fauna tiene un rol importante dentro del equilibrio ecológico pues cada uno de ellos cumple una función determinante dentro de su ecosistema. La pérdida o extinción de especies supone la muerte de otras pues existe una conexión y dependencia entre ellas. “Es un desastre sin precedentes que supone inmensas alteraciones de la cadena trófica —o alimenticia—, el proceso de transferencia de sustancias nutritivas a través de los diferentes seres vivos” (Rivas, 2018). En consecuencia, a esta destrucción e intervención abusiva de la cadena trófica, finaliza con una afectación en la sobrepoblación de otras especies,

generando posibles plagas y patógenos que afectan a los Homo sapiens incluido. La transmisión de patógenos como la zoonosis es debido a varias actividades humanas ilícitas, tal como la comercialización de animales silvestres.

1.2 Animales silvestres y comercialización

Ecuador se encuentra dentro del grupo de los 17 países megadiversos del mundo situación que facilita la comercialización ilegal de especies. El tráfico de vida silvestre es considerado el tercer negocio ilícito en el mundo, el cual “mueve globalmente cerca de USD 23 000 millones anuales” (El Comercio, 2019). En los últimos doce años “las autoridades ecuatorianas han rescatado del circuito del tráfico más de 9000 especímenes silvestres amenazados. Las autoridades han establecido que la mayoría de estos animales fueron principalmente extraídos de Napo, Sucumbíos y Orellana, provincias del norte de la Amazonía ecuatoriana” (Riofrío, 2019). Esta problemática pone en riesgo la vida silvestre de muchas especies, provocando su muerte o posicionándolos en el top de la lista de animales en peligro de extinción. El resultado es la afectación inmediata a los ecosistemas de países como Ecuador, Bolivia, Perú, Colombia, Brasil, Venezuela, Surinam y Guyana. Por ejemplo, en el 2020, uno de los casos de maltrato animal y comercialización ilícita fue el de “una cría de chorongó de dos meses de edad. Llegó ese mes con parálisis en la mitad de su cuerpo incluyendo ambas patas ... tenía un perdigón dentro del cuerpo y sufrió fracturas al caerse” (El Universo, 2020). Este caso al igual que muchos otros, son resultado de la caza indiscriminada que año a año reduce el número de especies que ya se encuentran en peligro de extinción. Esta situación es alarmante y repercute no solo en la vida de aquellos animales capturados sino en todo un ecosistema que se ve alterado por la actividad

humana ilegal. Varios de estos animales al ser extraídos de su hábitat natural o tener algún contacto con la domesticación sufren el riesgo de no volver a su hogar, pues pierden sus habilidades de sobrevivencia como la caza para su alimentación. Resultado de esto se los condena a una muerte segura o vivir bajo cautiverio el resto de su vida. “En la Amazonía, sólo 40 por ciento del total de la fauna recuperada vuelve a la libertad” informó el Wildlife Conservation Society.

Estas redes de comercialización ilegal son dirigidas y controladas por grandes mafias que “mueven millones de dólares, mucho más que el presupuesto de la Policía y el Ministerio del Ambiente y Agua juntos”, mencionó el director del Hospital de la Fauna Silvestre Tueri USFQ, Diego Cisneros-Heredia. La gran mayoría de estas especies capturadas son sacadas del país y llevadas en su gran mayoría a Estados Unidos, sin embargo, el proceso de extracción es complejo y muchas veces termina con la muerte de estas especies. “Solo uno de cada diez animales traficados sobrevive y nueve mueren en el trayecto” (El Universo, 2020). De igual manera, la dificultad de acceso que representan las rutas de tráfico ilegal complica la participación de las autoridades de protección animal y el traslado de los ejemplares. El resultado de ello son las drásticas medidas que han tomado los cazadores para traficar a las especies. Por ejemplo “a los loros y monos los duermen con pastillas y los embalan en rollos de papel higiénico” para su traslado terrestre, marítimo o aéreo internacional.

El cinismo y manipulación que existe detrás de estas redes de tráfico animal se centran en un sistema de ganancia económica que solo beneficia a los líderes de las mafias, pues un ejemplo de ello es el costo que tiene un Guacamayo en el exterior oscila entre los

\$5.000, sin embargo, quien lo captura solo recibe desde \$10, (El Universo, 2020).

Asimismo, debemos tener en cuenta que muchos de estos cazadores se ven obligados por las mafias pues su vida se ha puesto en riesgo.

1.3 Apartado legal

Si bien es cierto la Amazonía cuenta con un sistema legal que tiene intenciones de proteger la vida silvestre, no son lo suficientemente radicales para eliminar a las mafias que gobiernan dichos territorios. La región amazónica bajo la soberanía de los ocho países tiene un sistema jurídico que varía dependiendo del gobierno del momento. Estos sistemas se encuentran dentro de un marco donde, ONGs, comunidades, administrativos del gobierno y los mismos ciudadanos son capaces de trabajar para conservar las áreas verdes de importancia mundial. Estas leyes están compuestas en seis factores correspondientes a los temas de legislación ambiental de la selva Amazónica que son las Áreas Protegidas, Leyes Generales del Medio Ambiente, Poblaciones y Territorios Indígenas, Agricultura, Energía y Minas, y Leyes Forestales.

Desde agosto del 2014 se determinó bajo la legislación que cualquier persona en estado natural que realice caza, pesca, captura y tráfico de manera indiscriminada e ilícita y que a su vez se beneficie con los mismo, tendrá que enfrentar de uno a tres años de prisión. En la Política Nacional para la Gestión de la Vida Silvestre en Ecuador en el Acuerdo Ministerial 29 del 2017 con estado de vigencia actual, se consideran al numeral 7 del artículo 3 de la Constitución de la República del Ecuador.

“Se establece como deber primordial del Estado ecuatoriano la protección del patrimonio natural y cultural del país [...] el art. 14 reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados” (Constitución de la República del Ecuador, 2017).

Por tanto, la selva amazónica debe ser entendida en su totalidad como un patrimonio universal de la humanidad basado en tratados donde las naciones de todo el mundo luchan en su preservación y protección de esta fuente vital de los seres humanos.

2 CAPÍTULO 2

2.1 Transmisión de patógenos

Desde inicios de la vida humana, las personas han combatido con varias enfermedades provenientes de los animales debido a varias causas, una de ellas es la comercialización ilegal de animales silvestres. Con el pasar de los años esta tendencia se ha posicionado como una de las formas de transmisión de patógenos más comunes debido a las condiciones en que suceden estos eventos. Por lo tanto, en el siguiente capítulo se tratará sobre la zoonosis y cómo evitarla por medio de herramientas como el turismo sostenible, que busca concientizar dicha problemática.

En las últimas décadas, se ha evidenciado las consecuencias derivadas de la alteración a los ecosistemas naturales causados por los seres humanos. Los resultados se observan en el alto porcentaje de disminución de biodiversidad. Esta alteración facilita la transmisión de patógenos y aumenta el riesgo de creación de pandemias. El desgaste de los ecosistemas y la pérdida de su biodiversidad aumenta la probabilidad de nuevas pandemias provenientes de la zoonosis (Palou, 2020). Un ejemplo de este aumento en la propagación de enfermedades víricas que se transmite de animales a las personas es el COVID-19, al igual que el MERS, el Ébola, la Salmonella, el SARS y entre otras enfermedades.

La directora ejecutiva de la agencia de la ONU explica que, si continuamos “explotando la vida silvestre y destruyendo los ecosistemas, podemos esperar un flujo constante de las enfermedades que pasan de los animales a los seres humanos en los años por venir” (United Nations Environment Programme and International Livestock Research

Institute, 2020). Junto a ello, la directora expone que las pandemias afectan gravemente nuestra vida y economía. Las personas de bajos ingresos resultan ser más vulnerables y sufren más los efectos de la pandemia. Es por ello, que para prevenir brotes futuros se recomienda ser proactivos en el cuidado del ecosistema en el que habitamos.

Los animales silvestres de compañía son una práctica que ha ido aumentando a nivel mundial. Su comercialización tanto legal como ilegal incrementan el riesgo de infección derivados de agentes biológicos únicos de su entorno, volviéndolos potenciales medios de contagio de enfermedades emergentes. “Aves psitácidas, reptiles y roedores se encuentran entre los tipos de animales que frecuentemente se asocian a casos clínicos en sus dueños” (Barreto, Castillo-Ruiz & Retamal, 2016). Por lo tanto, para disminuir y prevenir el riesgo de futuros brotes de enfermedades de agentes biológicos, se debe evitar la comercialización y crianza de estos animales basado en una capacitación del cuidado a los ecosistemas biodiversos y turismo responsable.

2.2 Turismo Responsable

Inconscientemente y sin darnos cuenta como turistas podemos participar de esta descorazonadora práctica de la explotación de animales silvestres que empobrece nuestro planeta y ocupa, después de las armas y las drogas, el puesto tres en el crimen organizado a nivel mundial según National Geographic. Compra de souvenirs o fotografías con animales silvestres te convierte en un cómplice del tráfico ilegal de los mismos. Este factor es debido a la desinformación que los turistas tienen sobre la procedencia de un producto y la vida que hay detrás de los animales de las estampas de recuerdo. “Miles de turistas que

desconocen lo que implican sus acciones son partícipes de la segunda mayor causa de pérdida de biodiversidad en el mundo, tras la destrucción de hábitat” (Garay, 2018).

De igual manera, la comercialización de la fauna silvestre con fines domésticos no es el único propósito que mueve este inhumano negocio. Sino también, el flujo de dinero que hay detrás de los productos elaborados a cambio de su vida. Por lo tanto, basado en el turismo responsable y sostenible es importante hacernos las siguientes preguntas antes de comprar o pagar por un servicio que involucre la presencia o uso de estos animales silvestres. “¿Necesito realmente comprar este producto? ¿De qué está hecho? ¿De dónde proviene (granja o salvaje)? ¿Permite el país que estoy visitando la venta y exportación de ese producto? ¿Necesito permisos u otros documentos de este país o mi país de origen para llevarme este objeto a casa?” (Fondo Mundial para la Naturaleza, 2018). Asimismo, WWF presenta 10 reglas de oro para los turistas y viajeros que desean aprovechar y disfrutar de los ecosistemas de una manera sostenible, sin afectar la fauna y flora del lugar. Consisten en evitar la compra de productos o servicio de proveniencia animal o vegetal tales como, las joyas, bisutería, ropa, productos alimenticios, medicinales y para uso de compañía como son las tortugas marinas, el coral, el marfil, el jaguar, los reptiles, los loros, las cacatúas, los guacamayos, el caviar y la madera. Junto a ello, es importante entender que a pesar de que los productos o servicios de origen animal se encuentren en venta no significa que sea legal su compra.

La respuesta a esta pérdida de biodiversidad y recursos naturales se centra en el turismo sostenible, el cual busca generar actividades respetuosas con la naturaleza, cultura y sociedad. Constituida por valores que permiten disfrutar del ecosistema y la comunidad.

A su vez, se debe considerar al turismo sostenible como una herramienta para gestionar los bienes y servicios ambientales de tal manera que satisfagan las necesidades sociales, económicas y estéticas, sin alterar los procesos ecológicos vitales del planeta (Organización Mundial del Turismo, 1998). Asimismo, la OMT comparte tres aristas de sostenibilidad en las que el sector turístico debe basar sus acciones. La primera es la conservación de los recursos medioambientales, la segunda es respetar la autenticidad sociocultural y la tercera es garantizar una solidez económica de largo plazo. Esta visión turística responsable incluye tres actividades que potencian la cooperación del ser humano y la naturaleza, tales como, turismo comunitario, ecoturismo y etnoturismo.

2.3 Amazonía y Ecoturismo

La importancia de impulsar el turismo responsable en Ecuador se debe a las condiciones de riesgo que nos alertan a retomar las actividades de desarrollo sostenibles que involucren la cooperación entre el ser humano y la naturaleza. The Nature Conservancy (TNC) y La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) definen al ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza y cultura; que promueve la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Unión Internacional para la Naturaleza, 2017).

La potencia que ofrece Ecuador para el ecoturismo se basa en sus recursos naturales y culturales. Actualmente, en el Plan Nacional para el Buen Vivir señala al turismo sostenible como una estrategia de largo plazo que constituirá un nuevo modo de desarrollo

bioeconómico. Hoy en día “el turismo es el quinto sector por ingresos después del petróleo, banano, camarón y derivados del petróleo. A diferencia de ellos, este es un sector de servicios que no depende de los precios internacionales constituye un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador” (Heredia, 2014).

Las ventajas del turismo ecológico en Ecuador se centran en proteger el medio ambiente por medio de las instalaciones sostenibles que son creadas para no afectar los ecosistemas y sus alrededores, siendo su principal objetivo la participación y colaboración con comunidades locales en la demostración de su cultura y estilo de vida; las comunidades de la región amazónica se ven beneficiadas. Al mismo tiempo, el turista disfruta de una experiencia inolvidable, ya que cuenta con la suerte de involucrarse en la profundidad de la selva mientras cuenta con servicios de hotelería de alta calidad. La importancia de que las comunidades nativas tengan conocimiento del valor del ecoturismo como conservación de la cultura y recursos naturales, es de ímpetu necesidad para revalorizar su ecosistema y su potencial que tiene como fuente de ingresos, (Varga, 2007, pg. 43). Ecuador es considerado un “pequeño gigante” desde la perspectiva geográfica y biodiversa, debido a la gran variedad de zonas climáticas, flora y fauna que engloba en el territorio. En consecuencia, es valorado dentro de una lista de los países con mayor biodiversidad concentrada en el mundo, lo que lo posiciona como un potencial prospecto para aprovechar el ecoturismo, puesto que, sin la existencia de la selva y abundancia de animales no puede existir actividad de ecoturismo.

3 CAPÍTULO 3

3.1 La comunicación ambiental y turismo sostenible

La década de los noventa para Ecuador y el mundo estuvo marcada por varios sucesos trascendentales que dieron inicio a nuevas ideologías sociales, nuevos campos de investigación y nuevas áreas de trabajo. Uno de estos resultados de la vida moderna se constituye en la comunicación ambiental como respuesta a la crisis ecológica de la época. Misma que se define como un generador de cambios en las actitudes habituales de los seres humanos respecto al consumo de recursos desde una visión de desarrollo sostenible. Para comprender las estrategias y premisas que se encuentran detrás de la comunicación ambiental, es importante conceptualizar las disciplinas que engloban esta rama emergente de investigación, es decir, de la comunicación y del medio ambiente.

La comunicación es el proceso que utilizamos los seres humanos para transmitir y recibir información. Es usado como una vía para entendernos con los demás, lograr cambios y alcanzar propósitos. Por lo tanto, mediante la comunicación se ha alcanzado la construcción de sociedades que a su vez engloban ideologías, tradiciones y formas de vida que en conjunto tienen como principal objetivo compartir. (Cobley, 2008). Por otro lado, el concepto de medio ambiente consiste en la interacción y conexión de todos los seres vivos y no vivos de la naturaleza. Asimismo, comprende un conjunto de integrantes, químicos físicos y biológicos que influyen en la vida del ser humano. “El medio ambiente es el espacio en el que se desarrolla la vida de los distintos organismos favoreciendo su interacción. En él se encuentran tanto seres vivos como elementos sin vida y otros creados por la mano del hombre” (BBVA, 2021).

Entonces, la comunicación sucede cuando existe un emisor y receptor que establecen una conexión en un momento y espacio. Esta disciplina abarca diferentes tintes y ramas de investigación y una de ellas es la comunicación ambiental, misma que nace a principios de 1970 con Anthony Downs (1972) en un examen de las carreras públicas de problemas sociales, incluido el medio ambiente como problema social, y el estudio de David Sachsman (1976) sobre informes ambientales. Sin embargo, es en la década de 1990 que se consolida esta disciplina, pues es aquí cuando estas tendencias se fusionaron por primera vez en un enfoque distintivo en los medios y el entorno, (Hansen, 2019). Junto a ello, en este tiempo, el Observatorio de la Sostenibilidad, advirtió que si la humanidad continúa consumiendo los recursos ambientales al mismo ritmo y velocidad se van a necesitar “dos planetas adicionales para satisfacer nuestra voracidad” (González, 2012). Diez años después, esta premisa fue validada por El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) debido al evidente traspaso de los límites de consumo de recursos del planeta que conducen a situaciones de irreversibilidad ambiental.

Por lo tanto, la comunicación ambiental nace como instrumento esencial para identificar y aplicar soluciones sostenibles en la conducción de la gestión ambiental del planeta. El objetivo es construir cambios ecológicos en la realidad de las sociedades. A menudo las referencias de la comunicación ambiental enseñan y transmiten a las sociedades el concepto de la crisis ambiental e incentivan a tomar acción. Sin embargo, estas alusiones sólo se traducen a consensos teóricos de esta disciplina emergente. En Latinoamérica se evidencia esta situación, pues dentro de las políticas de desarrollo de los países no se encuentran como prioridad las estrategias de producción sostenible. En Ecuador la

comunicación ambiental se reduce a un uso amarillista, “eminente denunciativa, con caracteres de dramatismo, y con escasísima discusión de alternativas de soluciones para los problemas presentados” (Encalada, p.56, 1995). No obstante, esta disciplina va más allá de la teoría, sino que también impulsa el surgimiento de actitudes y valores ambientalistas con el objetivo de fomentar planes estratégicos de acción para combatir las problemáticas actuales.

Por lo tanto, la labor de la comunicación ambiental es crucial en el desempeño de creación de estrategias y proyectos de turismo sostenible, que contribuyan al crecimiento y desarrollo del país. “La industria turística ha experimentado en la última década una eclosión de tal magnitud que la ha ubicado en un lugar prominente del entramado socioeconómico de muchos países” (Piñeiro-Naval, Serra & Mangana, 2017). En Ecuador, la actividad turística ocupa el tercer puesto en fuentes de ingresos no petroleras para la economía del país. Sin embargo, un enorme desafío que enfrenta el país con respecto a esta área, es la dificultad que tiene para atravesar las barreras de los intereses políticos y del sector privado, así como las redes de contrabando y narcotráfico que controlan la movilidad económica del mismo. No obstante, frente a esta problemática se encuentra la bioeconomía, como una solución sustentable que países desarrollados ya han puesto en marcha para combatir con una producción inconsciente y masiva de los recursos naturales. Por tanto, la bioeconomía nace de la unión de conceptos de la biología y economía que abarca los avances tecnológicos en los sectores productivos tradicionales. Es decir, el objetivo es trabajar bajo la premisa de una producción y utilización de recursos biológicos renovables y servicios económicos que den como resultado bioproductos y bioenergía. Asimismo, este

elemento es esencial para un cambio en el sistema político, social, económico y ambiental de un país, puesto que, mediante este se obtiene un alto nivel de productividad y una mayor sostenibilidad. Junto a ello, la bioeconomía en América Latina se encuentra en un proceso político y económico de construcción como respuesta a una tendencia reflejada en varios países industrializados. En los últimos años se ha evidenciado un alto potencial de crecimiento de este concepto debido a su presencia competitiva en el mercado mundial.

Junto a ello, un estudio realizado por la BBC sobre las oportunidades de desarrollo socioeconómico que tiene Ecuador, para convertirse en un país bioeconómico, consiste en enfrentar las barreras de crecimiento económico ya expuestas. Asimismo, esta herramienta se enfoca en combatir desafíos con una connotación basada en el bienestar ambiental y social, como es la protección de los recursos de origen biológico, la equidad e inclusión social y el cambio climático. La bioeconomía representa para Ecuador una salida a los modelos extractivos e invasivos hacia los recursos naturales.

Por consiguiente, la bioeconomía debe garantizar un modelo estratégico pleno que sustituya con márgenes de ingresos mayores a la economía petrolera. El diagnóstico actual de Ecuador “se detalla como una de las deficiencias que tiene la actividad turística en el país es la falta de planificación estratégica en el área de marketing comunicacional, tanto a nivel nacional como internacional” (Altamirano, Marín-Gutiérrez, & K, 2018). Situación que pone como necesidad inmediata la implementación de una Campaña de Comunicación ambiental turística que potencie las fortalezas naturales de la Amazonía ecuatoriana de una manera sostenible. Esta campaña debe abarcar una evaluación completa del estado del territorio amazónico ecuatoriano, desarrollo de herramientas que faciliten la

elaboración de estrategias, productos, servicios y medios de difusión. Finalmente, la comunicación permite a otras disciplinas compartir sus propósitos y objetivos por medio de herramientas que impulsan el diálogo y el cambio de perspectivas e ideologías dentro de la sociedad.

4 CAPITULO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN “SÉ UN HÉROE”

4.1 Presentación de campaña

El desconocimiento acerca del tráfico y comercialización de animales silvestres en nuestro país nos motivó a crear la campaña de comunicación ambiental “SÉ UN HÉROE”. Según la Worldlife Conservation Society (WCS) en Ecuador cada año esta problemática afecta alrededor de 9000 especies. El resultado es un desbalance en el ecosistema que afecta a todo el sistema biodiverso, animales, plantas y seres humanos. Por tanto, la extracción indiscriminada de las especies pone en peligro ecosistemas enteros, pirámides alimenticias y a su vez, la salud de la humanidad debido a que estas actividades rompen con las cadenas biológicas de los seres vivos y se crean sobre población de animales, enfermedades zoonóticas y extinción de fauna y flora. Por tanto, la importancia de la campaña se centra en las consecuencias negativas que se desarrollan debido a las problemáticas ya explicadas.

Los resultados de esta actividad indiscriminada son una realidad que actualmente ya tiene repercusiones en los ecosistemas de nuestro país. Por consiguiente, comunicar de manera positivas las alternativas de cambio a la comunidad, les permite repensar y cambiar sus hábitos, acciones y filosofía acerca de su función como individuo alrededor de esta problemática, que no solo engloba la conservación animal, sino que busca proteger y preservar el bienestar de los seres vivos. Es por ello, que se determinó, mediante un análisis, que el tipo y forma de los canales de comunicación deben estar alineados a brindar conocimiento, a educar e informar de manera positiva, sin atemorizar a la comunidad. En una entrevista realizada a Anna Tsing sobre su proyecto Feral Atlas, explica que para

pluralizar el Antropoceno necesitamos nuevas formas de "narrar historias" a partir del asombro y curiosidad, a pesar de sus terrores, para que los lectores se sientan atraídos a aprender más y actuar, en lugar de quedar paralizados por la gravedad del problema (2021). Por tanto, el impacto de esta campaña es ser una de las primeras en su tipo que busca motivar a la comunidad a ser responsable con él y con los demás.

Dentro del marco de la responsabilidad y compromiso social hemos determinado dos objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que se alinean a nuestro propósito de cambio en la comunidad. En concreto se refiere al objetivo trece, *acción por el clima*, donde se manifiesta que es de ímpetu necesidad adoptar medidas inmediatas para combatir la emergencia climática y sus efectos en la sociedad. Por otro lado, el objetivo quince, *vida de ecosistemas terrestres* se basa en detener la amenaza y pérdida que existe de la biodiversidad. Una forma viable para combatirlos es no extraer a los animales silvestres de su hábitat, pues dicha acción desencadena más de una problemática que afecta tanto al sector biótico y abiótico del ecosistema.

Junto a ello, el enfoque social y ambiental de la campaña se centra en definir alternativas de comunicación que promuevan el turismo sostenible y a su vez, reduzcan gradualmente esta problemática en la Amazonía ecuatoriana. Por medio de una campaña de comunicación digital y de relaciones públicas que informe a la comunidad sobre la problemática y promueva alternativas de cambio.

4.2 Metodología de investigación

La comunicación ambiental comparte con las comunidades, turistas y civiles herramientas de sostenibilidad que tienen como objetivo revalorizar la importancia del consumo de los recursos naturales, por medio de la premisa “ganar, ganar”. La cual, en este caso, consiste en concientizar sobre el peligro que existe detrás de la comercialización ilegal de los animales silvestre en los seres humanos, pues se altera el círculo de la vida y con ello se da inicio a problemáticas de carácter mundial.

Por ende, para conocer y definir las necesidades que engloban la problemática de la campaña, nos introducimos en un proceso de aprendizaje que nos guió hacia el entendimiento de la realidad del tráfico ilegal de vida silvestre en Ecuador. El presente trabajo se divide en entrevistas a expertos y un focus group a jóvenes de 19 a 25 años. Las reuniones fueron realizadas por medio de la plataforma Zoom a biólogos de la Universidad San Francisco de Quito, quienes cuentan con un vasto conocimiento sobre la biodiversidad de la Amazonía ecuatoriana y sus diferentes ramas, quienes serán presentados a continuación:

- Isabel Ojeda, Magister en Biología de la Conservación y brinda ayuda académica en la USFQ.
- Giovani Ramón, MSc. En Ecología Tropical y Conservación.
- Andrés León Reyes, Magister en Biodiversidad en Zonas Tropicales y Conservación.
- Esteban Suárez, Doctorado en Ecología de Ecosistemas Terrestres.

- Carolina Sáenz, Coordinadora Médica Hospital de Fauna Silvestre USFQ.
- Erik Tanguila: Joven indígena, promotor de la campaña “Arajuno en tu corazón” Se graduó de Comunicación Organizacional en la Universidad San Francisco de Quito.

Los principales hallazgos obtenidos de las entrevistas realizadas a los entendidos se detallarán a continuación:

- Desinformación de la realidad amazónica en el Ecuador: a lo largo de la historia la naturaleza ha sido interpretada de distintas maneras como “el Edén”, “el paraíso” o “simplemente como un lugar de misterio”. Por lo tanto, a medida que nos introducimos a profundidad en nuestra investigación determinamos que existe poco conocimiento e información sobre la problemática y la realidad que se vive en dicho territorio.
- Caza como sustento económico: La globalización y el desarrollo que enfrentan algunas comunidades indígenas amazónicas permitió que la caza se convirtiera en uno de sus principales sustentos económicos y así un modo de vida. Con ello, también se mejoran las técnicas y herramientas de caza, lo que permite que se mantenga esta actividad económica.
- Costumbres alimenticias de las personas de la zona y comunidades: Un gran porcentaje de la demanda de carne de monte se genera por los mismos habitantes de la zona y alrededores a la misma, que, acostumbrados a dicho consumo, promueven las prácticas ilegales de comercio animal, para satisfacer un anhelo y deseo personal. Esto sucede debido a que muchas

veces estas personas emigran de su comunidad a la ciudad y mantienen estas costumbres. Asimismo, la carne de monte tiene connotaciones médicas, pues en un estudio realizado por expertos de la Universidad San Francisco de Quito, se determinó que existen varios casos en que estos animales silvestres han sido recomendados por doctores para curar enfermedades como el cáncer.

- Tendencia de cambio en la juventud: Los jóvenes de dichas comunidades están dispuestos a generar un cambio en los comportamientos y acciones con respecto al cuidado de la vida silvestre en la Amazonía. Esto se debe a que este segmento tiene una cosmovisión de su entorno globalizada, lo que les permite tener distintos puntos de vista.

Junto a ello, definimos un público objetivo que nos ayude a validar los hallazgos obtenidos de las entrevistas a los expertos, por medio de un focus group donde se plantearon preguntas acerca de la realidad de la Amazonía ecuatoriana. En base a estos resultados se concluye que los jóvenes entrevistados, tienen conocimientos generales y superficiales de las problemáticas que se desarrollan en dicha zona. Sin embargo, no conocen a detalle las consecuencias que se generan por el tráfico y comercialización ilegal de vida silvestre. En base a la data de las dos metodologías usadas se determinan las siguientes barreras de comunicación:

- Acceso a las comunidades amazónicas: El nivel de dificultad para generar vínculos de confianza con las comunidades indígenas, limitan las posibilidades de establecer canales de comunicación con los mismos.

- Creencias y cultura de los adultos de la sociedad: Un gran porcentaje del pensamiento formado y estructurado de los adultos y adultos mayores de la sociedad ecuatoriana (ciudades urbanas y comunidades indígenas) es una de las barreras de comunicación al momento de compartir con ellos nuevas perspectivas para la conservación de vida silvestre.
- No hay alternativas de cambio: Dentro de las técnicas neurolingüísticas se ha determinado que el ser humano no reacciona a una negativa, pues el mismo absorbe el mensaje como una prohibición y más no como una sugerencia o llamado de ayuda. Por lo tanto, es importante brindar una campaña que promueva una solución y alternativas de cambio y más no una problemática.

En base a lo expuesto en esta sección, definimos que la respuesta a la pregunta de investigación se centra en crear una campaña que promueva una solución ecológica basada en el desarrollo humano sostenible, que se enfoca en el crecimiento humano sin afectar a las cadenas de mando de los ecosistemas.

4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña

4.3.1 Nombre

Sé Un Héroe

4.3.2 Logotipo y justificación

Con esta imagen de la unión de las huellas de los diferentes animales silvestres la biodiversidad que existe en la Amazonía. La huella morada representa al jaguar y

mamíferos. La huella son la familia de anfibios. La huella anaranjada (dedo medio) son las aves. Y la huella amarilla representa a los reptiles. Junto a ello, el nombre “Sé Un Héroe” se pensó para generar compromiso social y ambiental.



Imagen 1 logo de Sé Un Héroe 2022

4.3.3 Slogan

“Juntos hacemos un cambio positivo”

4.3.4 Concepto

Dar a conocer información sobre el problema del tráfico de vida silvestre en la Amazonía ecuatoriana y apoyar al Quito Zoo en “Zoolídarízate”, programa de apadrinamiento de animales del Quito Zoo.

4.3.5 Colores

Nuestra paleta se enfocó en demostrar mediante colores cálidos y variados la biodiversidad que existe en el ecosistema.

- Amarillo: Representa la felicidad y armonía. Dentro de la naturaleza hace referencia a la tierra, luz y brillo. Optamos por este color debido a nuestro objetivo de generar una campaña que promueva la conciencia mediante mensajes positivos.
- Anaranjado: Se asocia a la fuerza, fertilidad, abundancia. Su aporte en esta campaña es generar y compartir mensajes basados en el equilibrio y unión.
- Verde: Significa naturaleza, libertad y sostenibilidad. Este color es fundamental dentro de la paleta debido a su relación directa con el concepto vida.
- Morado: Asociado a la reflexión y tranquilidad. Su función es persuadir a la comunidad en el replanteamiento de sus acciones para y con los seres vivos.



Imagen 2 línea gráfica campaña Sé Un Héroe

4.3.6 Mapa de públicos



Imagen 3 Mapa de públicos campaña Sé Un Héroe

- **Público objetivo:** Está conformado por una comunidad interesada en la conservación al medio ambiente. Entre ellos expertos en el tema como son los biólogos y ecologistas, empresas públicas y privadas, grupo de jóvenes 16 a 30 años que se generó en la plataforma de Instagram. Adultos de 30 años en adelante que se unieron a la causa por medio del evento presencial.
- **Empresa beneficiada:** En este caso es el Zoológico de Guayabamba (Quito Zoo) en concreto, su programa de apadrinamiento “Zoolidarízate” que potencializamos por medio de la campaña digital y presencial que se realizó.

4.3.7 Fases

Fase	Descripción
------	-------------

Expectativa	Informar y educar sobre la realidad del tráfico de vida silvestre a la comunidad quiteña
Informativa	Persuadir para un cambio positivo mediante contenido amigable de carácter virtual y presencial para la comunidad.
Recordación	Recordar a la comunidad como sus acciones afectan de manera positiva a un cambio y conservación de la vida silvestre

Tabla 1 Fases de la campaña Sé Un Héroe

4.3.8 Matriz de objetivos

- Objetivo General

Informar y concientizar sobre la realidad de los animales silvestre de la Amazonía ecuatoriana respecto al tráfico ilegal de los mismos en el mes de abril de 2022.

	Estrategia	Propósito	Público	Act. 1	Act. 2	Act. 3
1. Informar a realidad que se vive en la Amazonía ecuatoriana con respecto a los animales silvestres y su caza indiscriminada.	Usar los medios digitales para difundir la problemática del tráfico de vida silvestre e Invitar a la comunidad a ser parte del cambio con la campaña #Zoolidari zate y Sé Un Héroe.	Lograr convenio con los influencers para la difusión de la campaña	16 a 30 años	Usar la plataforma instagram del Quito Zoo y de sé un Héroe (@quito_zoo y @se_unheroe) para contactarnos con los posibles influencers.	Cerrar los convenios con los influencers	Indicarles a los influencers sus actividades dentro de la campaña, por medio de un cronograma, el cual tendrá un seguimiento semanal por parte de nosotras
		Lograr difusión y educar sobre la problemática a la comunidad digital	16 a 30 años	Diseñar artes que estén ligadas a la línea gráfica del zoo, las cuales cuenten las historias y necesidades de los animales afectados por la problemática.	Publicar las artes en base al cronograma establecido	Análisis del alcance de las publicaciones en la plataforma

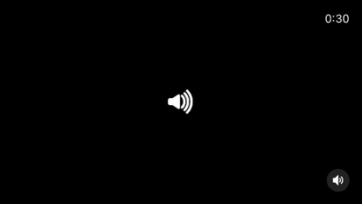
	Estrategia	Propósito	Público	Act. 1	Act. 2	Act. 3
2. Desarrollar un evento de concientización donde se sintetice el propósito de “Zoolidarízate y Sé Un Héroe”	Contactarse con los posibles aliados para la campaña	Definir los aliados de la campaña	Empresas privadas y públicas que estén ligadas a los ODS	Usar las redes sociales instagram tiktok y Facebook del zoo (@quito_zoo y @quitozoo) para contactarnos con los posibles influencers.	Cerrar los convenios con los aliados	Publicar en post de instagram los aliados de la campaña.
	Desarrollar Kits de super héroe	Entregar estos kits a los aliados, influencers, medios de comunicación y donadores para el programa “Zoolidarízate”	Aliados, influencers y adultos de 25 años en adelante	Conseguir los recursos necesarios para ensamblar el kit: el cual contendrá los productos de los aliados	-	-

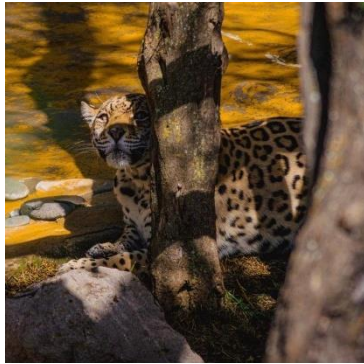
3. Brindar a la comunidad los resultados alcanzados de la campaña #Zoolidarízate y sé un Héroe	Estrategia	Propósito	Público	Act. 1	Act. 2	Act. 3
	Realizar posts de instagram (@quito_zoo y @se_unheroe)	Contar los logros obtenidos de la campaña	Aliados, influencers y adultos de 25 años en adelante	Post de finalización de campaña: es te post será publicado de manera inmediata, donde se compartirán las metas alcanzadas	-	-

Tabla 2 Matriz de objetivos Sé Un Héroe

4.3.9 Planificación digital de la campaña

INDICADORES DE LAS REDES SOCIALES DEL QUITO ZOO		
Post	Copy	Indicadores de Instagram

	<p>A partir de hoy trabajaremos en una campaña especial junto a <u>@se_unheroe</u>, iniciativa de estudiantes de la <u>@USFQ</u>, enfocada en informar, educar y concientizar sobre la realidad que viven los animales silvestres ecuatorianos, así como respaldar nuestro trabajo por el bienestar animal. Grandes sorpresas están por venir.</p> <p>#ZoolidarízateySéUnHéroe</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 3136</p> <p>Número de interacciones: 179</p> <p>Número de me gusta: 148</p> <p>Número de visualizaciones: 1254</p> <p>Actividad de perfil: 18</p>
---	---	--



¿Sabías que aprender sobre la fauna silvestre es importante para contrarrestar el riesgo de extinción de algunas especies?

#ZoolidarízateySéUnHéroe

.
.
.
.



#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate
#animal #conservación #vidasilvestre
#wild #ecuador #amazonía

Cuentas alcanzadas: 3245

Número de interacciones:317

Número de me gusta:315

Actividad de perfil:36

 	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe te presenta a "Supay", mono araña que se mantiene bajo cuidado especial en el QuitoZoo y es parte del programa de apadrinamiento. Debido a que es un animal juvenil, necesita insumos suplementarios para su alimentación, con el fin de tener un desarrollo sin normal, así como elementos para implementar enriquecimientos ambientales en el espacio donde se encuentra.</p> <p>Si te interesa apadrinarlo, puedes acceder al link en nuestro perfil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas:2033</p> <p>Número de interacciones: 155</p> <p>Número de me gusta:151</p> <p>Actividad de perfil:18</p>
--	---	--

  	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe recuerda la historia de "Tyara", la jaguar que vive en el QuitoZoo desde hace 10 años, después de nacer en cautiverio en un centro de rescate de la amazonía, porque su mamá fue víctima de cacería. Aquí recibe un cuidado especial para mantenerlo en buen estado de salud, y el respaldo que recibe mediante el programa de apadrinamiento es fundamental para lograr ese objetivo.</p> <p>Según el Libro Rojo de los Mamíferos del Ecuador, las poblaciones de jaguares del este de nuestro país están en Peligro Crítico, mientras que las del oeste se califican como En Peligro.</p> <p>Si quieres ser su madrina o padrino, puedes registrarte en el link que aparece en nuestro perfil.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>#QuitoZoo #Zoolidarízate #Animal #Conservación #VidaSilvestre #Ecuador #Amazonía #Conservation</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 2863</p> <p>Número de interacciones: 276</p> <p>Número de me gusta:267</p> <p>Actividad de perfil:28</p>
---	---	---

  	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe Tener un oso andino bajo cuidado humano es una responsabilidad muy importante por lo que representa esta especie para la fauna silvestre de nuestro país. Conoce cómo llegó “Suro”, oso de anteojos que recibe una atención especial de nuestro equipo de Bienestar Animal y es parte de nuestro programa de apadrinamiento.</p> <p>.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 3154</p> <p>Número de interacciones: 333</p> <p>Número de me gusta:331</p> <p>Actividad de perfil:36</p>
--	--	---

  	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe Hoy es el Día Internacional del Tapir, oportunidad para recordar la relevancia de esta especie denominada “arquitecto del bosque”, gracias a su importantísima función de dispersión de semillas por los territorios donde habita. En Latinoamérica viven tres de las cuatro especies que existen en el planeta: tapir de montaña (<i>Tapirus pinchaque</i>), tapir amazónico (<i>Tapirus terrestris</i>) y tapir centroamericano (<i>Tapirus bairdii</i>).</p> <p>En el QuitoZoo habitan dos individuos de tapir amazónico, un adulto y una hembra juvenil, ambas víctimas de la extracción de su hábitat, por lo que se deben mantener bajo cuidado humano. La atención que ellos reciben procura darles la mejor calidad de vida posible, y representan un aporte para la investigación y conocimiento de esta especie, aspecto clave que promueve la conservación del tapir en vida silvestre.</p> <p>Recuerda que si deseas apadrinar al tapir “Juanito”, solo debes acceder al link que se encuentra en nuestro perfil.</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 1565</p> <p>Número de interacciones: 134</p> <p>Número de me gusta: 132</p> <p>Actividad de perfil: 10</p>
--	--	---

Tabla 3 Indicadores de los post del @quito_zoo


INDICADORES DE LAS REDES SOCIALES DEL QUITO ZOO	
Historias	Indicadores de Instagram
	<p>Visualizaciones:1120</p> <p>Visualizaciones:1069</p> <p>Visualizaciones:1019</p>
	<p>Visualizaciones:980</p> <p>Visualizaciones:943</p>
	<p>Visualizaciones:913</p>

	<p>Visualizaciones:605</p>
--	----------------------------

Tabla 4 Indicadores de las historias del @quito_zoo

INDICADORES DE LAS REDES SOCIALES DE SÉ UN HÉROE		
Post	Copy	Indicadores de Instagram
	<p>Síguenos y conoce sobre la realidad que viven nuestros animales silvestres. Grandes sorpresas están por venir #ZoolidarízateySéUnHéroe.</p> <p>🐾💚💚.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 134</p> <p>Número de interacciones:25</p> <p>Número de me gusta:23</p> <p>Número de visualizaciones: 70</p> <p>Actividad de perfil:3</p>

	<p>A partir de hoy trabajaremos en conjunto con el @quito_zoo y su proyecto #zoolidarízate. Nuestro objetivo es informar, educar y concientizar sobre la realidad que viven los animales silvestres ecuatorianos. Grandes sorpresas están por venir.</p> <p>#ZoolidarízateySéUnHéroe.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 1046</p> <p>Número de interacciones:56</p> <p>Número de me gusta:42</p> <p>Número de visualizaciones: 345</p> <p>Actividad de perfil:18</p>
	<p>¿Sabías que aprender sobre la fauna silvestre es importante para contrarrestar el riesgo de extinción de algunas especies?</p> <p>#ZoolidarízateySéUnHéroe</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 132</p> <p>Cuentas que interactuaron:22</p> <p>Número de me gusta:22</p> <p>Actividad de perfil:2</p>

 <p>Mono araña Ateles fusciceps</p> <p>Nació en el Bioparque Yanacocha, ubicado en Puyo, provincia de Pastaza, a donde sus padres llegaron luego de ser rescatados de un circo. Ahora, este mono araña se encuentra en el QuitoZoo, a donde llegó porque había el riesgo de que se genere un conflicto con su padre en el espacio que compartían en Yanacocha, debido al desarrollo normal de esta especie en la que los individuos juveniles buscan formar sus propias tropas. Recibe un cuidado especial para asegurarse un cuidado adecuado y crecimiento normal.</p> 	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe te presenta a "Supay", mono araña que se mantiene bajo cuidado especial en el QuitoZoo y es parte del programa de apadrinamiento. Debido a que es un animal juvenil, necesita insumos suplementarios para su alimentación, con el fin de tener un desarrollo sin normal, así como elementos para implementar enriquecimientos ambientales en el espacio donde se encuentra.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 146</p> <p>Cuentas que interactuaron:28</p> <p>Número de me gusta:28</p> <p>Actividad de perfil:7</p>
 <p>Oso Andino Tremarctos ornatus</p> <p>Fue hallado solo y muy pequeño en el bosque, porque su madre fue víctima de cacería. Después de estar un tiempo en una finca, fue recibido en el QuitoZoo donde ha crecido bajo cuidado humano.</p> 	<p>#ZoolidarízateySéUnHéroe Tener un oso andino bajo cuidado humano es una responsabilidad muy importante por lo que representa esta especie para la fauna silvestre de nuestro país. Conoce cómo llegó "Suro", oso de anteojos que recibe una atención especial de nuestro equipo de Bienestar Animal y es parte de nuestro programa de apadrinamiento.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 161</p> <p>Cuentas que interactuaron:33</p> <p>Número de me gusta:33</p> <p>Actividad de perfil:7</p>

	<p>Gracias al apoyo de estas increíbles marcas @ecoterra.ec</p> <p>@atukorg @wambu_jugos @estebantitii @sao.ecuador @enxilate.ec</p> <p>El evento #ZoolidarizateySéunHéroe quedó asombroso</p> <p>¡Muchas gracias! 😊</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 144</p> <p>Cuentas que interactuaron: 26</p> <p>Número de me gusta: 25</p> <p>Actividad de perfil: 13</p>
	<p>Aquí les dejamos un poco de como fue el evento en el zoo Quito. ❤️ muchas gracias a todos.</p> <p>#Quitozoo #zoológico #zoolidarízate #animal #conservación #vidasilvestre #wild #ecuador #amazonía</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 174</p> <p>Cuentas que interactuaron: 48</p> <p>Número de me gusta: 48</p> <p>Actividad de perfil: 8</p>

		
--	--	--

Tabla 5 Indicadores de los post del @se_unheroe

INDICADORES DE LAS REDES SOCIALES DEL QUITO ZOO	
Historias	Indicadores de Instagram
  <p>Luis ingresó al páramo para cazar una cóndor, pero ella le tenía una sorpresa</p> <p><i>La voz del páramo</i></p> <p>DOMINGO 1 DE MAYO A LAS 11H00 ZOOLOGICO DE QUITO/LABRAMA OBRA APTA PARA TODO PÚBLICO DRAMATURGIA: CRISTINA FIGUEROA Y MILAGROS RIBADENEIRA ESCENOGRAFÍA Y UTILERÍA: PATRICIA BUTNÓN</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 97</p> <p>Impresiones: 99</p>
 <p>quito_zoo</p> <p>ZOO</p> <p>10h00 a 16h00</p> <p>Ven y sé parte del evento</p> <p>#ZoolidanzateySalUnHerode que se realizará este domingo 1 de mayo en el Quito Zoo. Una actividad enfocada en educar y concientizar sobre el problema del tráfico de animales silvestres e invitarte a unirse al programa de apadrinamiento de este centro de rescate.</p> <p>¡No te lo puedes perder!</p> <p>EL UN HERODE</p> <p>#SE_LUNHERODE</p>	<p>Cuentas alcanzadas: 79</p> <p>Impresiones: 80</p>



Cuentas alcanzadas: 118

Impresiones: 120



Cuentas alcanzadas: 116

Impresiones: 119



Cuentas alcanzadas: 121

Impresiones: 126



Cuentas alcanzadas: 101

Impresiones: 104


	<p>Cuentas alcanzadas: 64</p> <p>Impresiones: 66</p>
---	--

Tabla 6 Indicadores de las historias del @se_unheroe

4.3.10 Ejecución de la campaña

- Actividades virtuales
 - #ZoolidarizateySéunHéroe: fue el hashtag utilizado para dar a conocer que se la campaña se realizó en conjunto con el programa de apadrinamiento “Zoolidarízate” y la campaña para informar sobre el tráfico y comercialización de especies “Sé un Héroe”. Asimismo, con el hashtag alcanzamos un público más amplio.
 - Reposteo y etiquetas: Las publicaciones fueron reposteadas en las historias de la página para obtener más alcance y para que la comunidad se informe sobre la realidad que se vive en la Amazonía Ecuatoriana.
 - Fases de las publicaciones: Realizamos tres fases en las publicaciones. La primera fase de las publicaciones tenía como

objetivo dar a conocer sobre el lanzamiento de la campaña. La segunda fase tenía como objetivo persuadir, informar y educar a la comunidad digital de las historias que viven muchos de los animales debido a su comercialización. Y la tercera fase de las publicaciones tuvo como fin difundir los resultados que se alcanzaron en el evento realizado en el Zoo, en donde se realizaron actividades para concientizar sobre esta problemática.

- Gestión de aliado estratégico

Nuestro objetivo era buscar un aliado que este alineado a la problemática y el Quito Zoo es un refugio de animales silvestres y también un centro de rescate. Los objetivos del zoológico de ayudar a las especies estaban muy ligados con nuestra filosofía y planteamientos para nuestra campaña, por lo que nos conectamos con ellos para poder generar la campaña conjunta: #ZoolidarizateySéunHéroe. Asimismo, los objetivos del Quito Zoo buscan informar y educar a la comunidad para la protección de la vida silvestre.

- Gestión de medios de comunicación

Nuestro objetivo para contactar con los medios era generar más alcance de nuestra campaña, sin embargo, resultó muy complejo pues varios de los medios de comunicación no abrían espacios a este tipo de tema y también no se encontraban muy interesados en el tema.

Medio	Entrevistador	Día	Hora
Radio Católica	Alex Tejero	27/04/2022	8:30
Radio La red	Maite Montalvo	11/05/2022	18:20
RTU	Pablo Posso	Por confirmar	Por confirmar
Ponte Once Radio	-	16/05/2022	14:30
Bravo Stereo	-	16/05/2022	13:00

Tabla 7 Gestión de medios Sé Un Héroe

- Gestión de auspiciantes

Nuestro objetivo para contactarnos con auspiciantes fue crear alianzas con las marcas pequeñas que basan su posicionamiento en el mercado, en la filosofía de desarrollo y crecimiento humano sin afectar a otros seres vivos.

La propuesta de alianza que realizamos con las marcas fue ofrecerles presencia en las redes sociales del @quito_zoo el cual cuenta con 17,2k de seguidores y en @se_unheroe que tiene 200 seguidores. A su vez, un espacio totalmente gratuito en la feria sostenible del evento “Zoolidarízate y Sé Un Héroe” que se realizó en las instalaciones del Quito Zoo, donde podrían promocionar sus productos, junto con un permiso de venta. A cambio, necesitábamos 50 muestras de sus productos que serían destinadas para entregarlas en el “kit super héroe”. En caso de que la marca entregará menos de lo estipulado, la alianza solo cubriría la presencia en redes y no un espacio en la feria.

Auspiciante	¿Qué obtuvimos de ellos?	¿Qué les brindamos?
Enxilate	Nos brindaron 100 kilos de su producto	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo
Wambú	Nos dieron 50 muestras de sus jugos saludable	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo. Adicional tuvieron un espacio totalmente gratuito en la “Feria Sostenible” que se desarrolló en las instalaciones del Quito Zoo
Sao	Nos brindaron una caja 25x de sus bebidas	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo
Eco Terra	Nos dieron 50 muestras de sus productos	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo. Adicional tuvieron un espacio totalmente gratuito en la “Feria Sostenible” que se desarrolló en las instalaciones del Quito Zoo
Atuk	Nos dieron 50 muestras de sus productos	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo. Adicional tuvieron un espacio totalmente gratuito en la “Feria Sostenible” que se desarrolló en las instalaciones del Quito Zoo
Esteban Fernández	Nos dieron 50 llaveros	Presencia en las redes sociales de @se_unheroe y @quito_zoo

Tabla 8 Gestión de auspiciantes Sé Un Héroe

- Evento “Zoolidarízate y Sé Un Héroe”

A continuación, se explicará el cronograma del evento con sus objetivos

Hora	Encargado	Actividad
12 pm	Lis y Paula	Bienvenida al evento
12:20 pm a 14:30 pm	Personal de la obra de teatro	Obra de teatro interactiva "yo protejo la vida silvestre": Se tratará del problema de la comercialización y tráfico ilegal de animales silvestres.

		<p>Foro de preguntas y respuestas: Se harán preguntas sobre los animales en base a la obra que se realizó, y junto a ello se entregará premios a los niños que participen. Para esta actividad se designaron 8 “Kits de Super Héroe” para ser entregados.</p> <p>Juego de roles con la utilería de la obra: En donde se utilizará material interactivo, para dar a conocer la realidad de los animales silvestres.</p> <p>Photoboom con todos los asistentes.</p> <p>Juramento del superhéroe, entrega de sticker (yo protejo la vida silvestre): Se realizará un juramento donde el público se comprometerá a cuidar los animales y a respetarlos y se entregarán stickers para conmemorarlo.</p>
14:40	Andy – personal de educación del Quito Zoo	Explica el programa de apadrinamiento “Zoolidarízate”
14:50 a 16:00	-	Feria Sostenible

Tabla 9 Cronograma Evento "Zoolidarízate y Sé Un Héroe"

- Presupuesto

La siguiente tabla detalla los costos reales del desarrollo de la campaña “Sé Un Héroe”

Producto	Descripción	Costo real
Diseñador	Se encargo de desarrollar el logo y las plantillas para uso en redes sociales.	100

Obra de teatro y sus respectivas actividades posteriores	-	200
Telón obra de teatro	-	34,60
Bolsas ecológicas	Fueron usadas para el desarrollo de los “Kits de súper héroe”	50,40
TOTAL		385

Tabla 10 Presupuesto Campaña Sé Un Héroe

5 CONCLUSIONES

El balance natural del planeta es en gran parte gracias a la labor que tiene el territorio amazónico en los ecosistemas. Debido a que es considerada como una de las regiones con mayor biodiversidad. La fauna de esta zona cumple con un papel fundamental en este balance ecológico, por lo tanto, la pérdida de uno de ellos alteraría en grandes magnitudes la cadena trófica provocando sobrepoblación de especies, origen de patógenos y pérdida de recursos naturales. El tráfico de vida silvestre es considerado el tercer negocio ilícito en el mundo.

Por lo tanto, en respuesta a esta emergencia nace el turismo responsable y sostenible, el cual busca desarrollar actividades amigables con la naturaleza y su cultura, que no alteren los procesos ecológicos de la vida y se alineen con las necesidades económicas, sociales y estéticas. Una de las ventajas competitivas que tiene Ecuador frente a otros países es el ecoturismo, pues usa sus recursos naturales y culturales para potenciarse como país. Para ello, necesita de herramientas como la comunicación ambiental que le ofrece los medios para desarrollar estrategias y crear cambios.

La comunicación ambiental permitió compartir con las comunidades, turistas y civiles quiteños herramientas de sostenibilidad que tienen como objetivo revalorizar la importancia del consumo de los recursos naturales, por medio de la premisa “ganar, ganar”. La cual consiste en concientizar sobre el peligro que existe detrás de la comercialización ilegal de los animales silvestre en los seres humanos, pues se altera el círculo de la vida y

con ello se da inicio a problemáticas de carácter mundial. Asimismo, se presentan alternativas bioeconomías que fomentan un turismo sostenible con resultados de productividad y rentabilidad más altos a futuro.

Finalmente, definimos por medio de la experiencia y efectividad de la campaña, que las herramientas de comunicación empleadas durante este trayecto nos permitieron realizar alianzas que impulsaron y corroboraron el propósito social de la misma. Por lo tanto, se valida la premisa de la comunicación ambiental como una táctica para promover cambios en los comportamientos de los ciudadanos.

REFERENCIAS

- Altamirano, B., Marín-Gutiérrez, & K, O. G. (2018). *Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/547/651>
- Asmelash, L. (23 de 08 de 2019). *El Amazonas, una maravilla ecológica en peligro: esto es lo que eso significa para el medio ambiente*. Obtenido de CNN:
<https://cnnespanol.cnn.com/2019/08/23/el-amazonas-una-maravilla-ecologica-en-peligro-esto-es-lo-que-eso-significa-para-el-medio-ambiente/>
- Barreto, M., Castillo-Ruiz , M., & Retamal, P. (2016). Salmonella enterica: una revisión de la trilogía agente, hospedero y ambiente, y su trascendencia en Chile. *Infectología al Día*, 547-557.
- BBVA. (2021). *¿Qué es el medioambiente y por qué es clave para la vida?* Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-medioambiente-y-por-que-es-clave-para-la-vida/>
- Carrillo, R. (30 de septiembre de 2017). El turismo sustentable es la opción que tiene el Ecuador para convertirse en potencia turística. Obtenido de <https://dialoguemos.ec/2017/09/el-turismo-sustentable-es-la-opcion-que-tiene-el-ecuador-para-convertirse-en-potencia-turistica/>
- Cepal, & Patrimonio Natural . (2013). *Amazonia posible y sostenible*. Bogotá: Cepal y Patrimonio Natural

Cobley, P. (2008). *Communication: Definitions and Concepts*. Obtenido de Wiley Online Library:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/9781405186407.wbiecc071>

Constitución de la República del Ecuador . (2017). Política Nacional para la Gestión de la Vida Silvestre. *Política Nacional para la Gestión de la Vida Silvestre*, Acuerdo Ministerial 29. Obtenido de Política Nacional para la Gestión de la Vida Silvestre.

Costa, C. (13 de 02 de 2020). "*La gran mentira verde*": cómo la pérdida del Amazonas va mucho más allá de la deforestación. Obtenido de BBC Mundo:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51303285>

El Comercio. (02 de Octubre de 2019). *El comercio ilegal de animales, un creciente y cruel mercado negro en América*. Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/tendencias/ambiente/comercio-animales-mercado-negro-america.html>

El País, (2019). Un millón de especies en peligro de extinción. Recuperado de

<https://youtu.be/Efc6THvyDj8>

Encalada, M. (1995). Comunicación y Educación ambiental en Ecuador. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 55-62.

El Universo. (27 de Diciembre de 2020). *Más casos de fauna afectada por el tráfico de especies, incendios y tala durante la pandemia en Ecuador*. Obtenido de El

Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/27/nota/8805919/trafico-especies-ecuador/>

Fondo Mundial para la Naturaleza . (26 de Julio de 2018). *Diez reglas de oro del viajero responsable*. Obtenido de WWF: https://traficoespecies.wwf.es/blog/diez-reglas-de-oro-del-viajero-responsable?_ga=2.160219957.928782248.1637522273-1315174869.1634945451

Fonseca, L. (2017). LA IMPORTANCIA GLOBAL DEL AMAZONAS PARA QUE ESTE SEA CONSIDERADO COMO PATRIMONIO UNIVERSAL COMÚN DE LA HUMANIDAD Y NO ESTÉ LIGADO AL CONCEPTO DE SOBERANÍA QUE LOS PAÍSES EJERCEN SOBRE ESTE TERRITORIO. *Iter Ad Veritatem*, 47-57.

Garay, C. C. (14 de Agosto de 2018). *Tus vacaciones pueden estar apoyando el tráfico ilegal de animales*. Obtenido de National Gographic: <https://www.nationalgeographic.es/animales/2018/08/tus-vacaciones-pueden-estar-apoyando-el-trafico-ilegal-de-animales>

González, F. V. (Agosto de 2012). *Revista Crítica*. Obtenido de La crisis ambiental y la deuda ecológica: <http://www.revista-critica.com/la-revista/monografico/analisis/283-la-crisis-ambiental-y-la-deuda-ecologica>

Hansen, A. (2019). *Environment, media and communication*. New York: Routledge.

Heredia, M. L. (2014). *Turismo Sostenible en el Ecuador*. Quito.

Jordao, P. (23 de 08 de 2019). *¿Por qué la Amazonía es tan importante para el mundo?* Obtenido de DW: <https://www.dw.com/es/por-qué-la-amazon%C3%ADa-es-tan-importante-para-el-mundo/a-50144163>

- Organización Mundial del Turismo. (1998). Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. *OMT*, 22. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Palou, N. (22 de Mayo de 2020). *La importancia de cuidar la biodiversidad para conseguir un planeta sin pandemias*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/natural/20200522/481311194403/dia-internacional-de-la-biodiversidad-pandemias-perdida-ecosistemas-fauna-biodiversidad.html#foto-3>
- Piñeiro-Naval, V., Serra, P., & Mangana, R. (2017). *Desarrollo local y turismo. El impacto socioeconómico de la comunicación digital en Portugal*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1232/82es.html>
- Romero, M. (9 de abril de 2020). WCS Ecuador. Obtenido de La relación entre el comercio ilegal de fauna silvestre y la salud humana: <https://ecuador.wcs.org/es-es/Recursos/Noticias/articleType/ArticleView/articleId/14075/La-relacion-entre-el-comercio-ilegal-de-fauna-silvestre-y-la-salud-humana.aspx>
- Riofrio, I. (26 de Octubre de 2019). *ESPECIAL Fauna silvestre a la venta: ¿Es posible ganar la pelea en Ecuador?* Obtenido de Mongabay: https://es.mongabay.com/2016/10/biodiversidad-extincion-trafico_de_especies-amazonia-conservacion-especiales/
- Rivas, P. (7 de 11 de 2018). *Sin animales ni biodiversidad, moriremos*. Obtenido de El Salto : <https://www.elsaltodiario.com/biodiversidad/onu-alerta-extincion-animales-moiremos>

Semana. (4 de 8 de 2020). *¿Por qué no siempre los animales traficados vuelven a su hábitat?* Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/por-que-no-siempre-los-animales-trafficados-vuelven-a-su-habitat-colombia-hoy/53753/>

Unión Internacional para la Naturaleza. (2017). *Ecoturismo y Turismo comunitario*. Obtenido de IUCN: <http://natzone.org/index.php/242-ecoturismo-y-turismo-comunitario>

United Nations Environment Programme and International Livestock Research Institute. (2020). *Preventing the Next Pandemic: Zoonotic diseases and how to break the chain of transmission*. Kenya: Science Division

Vargas, P. (2007). *Ecoturismo y Sociedad Amazónica*. Siona : Abya Yala.