



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

TEMA:

LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTRATEGIAS PARA
PROMOVER HÁBITOS ECOLÓGICOS EN REDES SOCIALES.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, cultura y desarrollo sostenible

AUTOR(A):

Yomayra Monserrate Arcentales Arcentales

TUTOR(A):

Lic. Carlos Cedeño Moreira, Mg.

TEMA:

LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTRATEGIAS PARA PROMOVER
HÁBITOS ECOLÓGICOS EN REDES SOCIALES.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, YOMAYRA MONSERRATE ARCENTALES ARCENTALES, portador de la cédula de ciudadanía No.131420861-0, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTRATEGIAS PARA PROMOVER HÁBITOS ECOLÓGICOS EN REDES SOCIALES.”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.

Yomaira ArcenTales

Yomayra Monserrate Arcenales

C.I. 131420861-0

CERTIFICADO DEL TUTOR

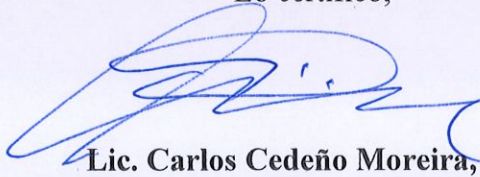
En calidad del docente tutor de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna YOMAYRA MONSERRATE ARCENTALES ARCENTALES, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2026(1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es “LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL: ESTRATEGIAS PARA PROMOVER HÁBITOS ECOLÓGICOS EN REDES SOCIALES”. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 17 de julio de 2026

Lo certifico,



Lic. Carlos Cedeño Moreira, Mg.

DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me han ayudado y apoyado, para mí significa algo especial e importante en mi vida, como lo es la culminación de este trabajo de titulación. En primer lugar, agradezco a Dios por darme salud, sabiduría y fortaleza necesaria y haber superado todos los obstáculos en cada etapa de mi formación.

Así mismo agradezco mucho a mis padres Elvira Arcentales Anchundia y Pedro Arcentales Mero, por el amor inmenso que me tienen y el apoyo incondicional que siempre me brindan, por sus sacrificios que me impulsan a seguir adelante, a mis hermanas Kellyn y Fabiana por ser ese pilar fundamental, aunque una de ellas no se encuentra físicamente, que allá donde quiera que esté, siempre la llevare en mi corazón.

A mi tutor al Lic. Carlos Cedeño Moreira, Mg. por guiarme y acompañarme durante estos largo meses, por tener esa paciencia en cada revisión, por ser esa parte fundamental en este proceso, a todos los docentes por sus enseñanzas y dedicación por compartir conocimiento de aprendizaje que también fueron una base importante para este desarrollo.

A las autoridades de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por darme ese espacio para llevar a cabo mi proceso de estudio, porque sin ellos no habría sido posible tener esa aceptación, también a mis compañeros por cada trabajo realizado, gracias infinitas a mis amigas por ser esa compañía, apoyarnos mutuamente, cuando no podíamos seguir porque se nos ponía a veces las cosas difíciles y parecería que no podríamos, pero el resultado fue favorable entre nosotras, con esfuerzo y dedicación todo es posible alcanzar todo lo que nos proponemos.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Dios, por ayudarme a sostenerme cuando a veces no podía y darme la fuerza necesaria para poder seguir adelante

A mis queridos padres Pedro Atanacio Arcentales Mero y Elvira Monserrate Arcentales Anchundia, gracias por su dedicación, por sus sacrificios por enseñarme con amor y paciencia, gracias por ser mi refugio en los días más difíciles, por impulsarme en cada paso con sus palabras de aliento y creer siempre en mí, aunque a veces yo dudaba de mí misma. Este logro también les pertenece a ustedes, mis más grandes amores, porque sin su apoyo constante habría sido mucho más difícil.

A mi hermana Kelly Yulexi Arcentales Arcentales, que ahora brilla en el cielo, la vida me enseñó a vivir sin ti, pero el amor no se va, solo cambia y se acostumbra al dolor y a la ausencia de tu partida, el tuyo me ha sostenido en los días difíciles, te amo con el alma, eres mi ángel del cielo que donde estás, me cuidas, me guías y te sientes orgullosa de mí, te dedico este logro, eres la luz que me ilumina, siempre te recordaré mi querida hermana. Aunque pasen los años siempre me dolerá y me seguirá doliendo como si fuera el primer día, desde el fondo de mi corazón te extraño mucho, sé que nos volveremos a encontrar y, mientras tanto te llevaré conmigo siempre.

A mi otra hermana Fabiana Vanessa Arcentales Arcentales, gracias por tu compañía y hacerme reír cuando más lo necesitaba, por ayudarme en los momentos que no podía y cuando quería renunciar a todo siempre estuviste ahí conmigo, por tu lealtad, tus palabras sinceras y por compartir conmigo ciertos detalles, tus sueños y todo lo que quieres lograr hacer, eres mi hermana, mi amiga, mi mejor amiga, mi todo, eres esa persona que cuando necesito siempre estás ahí para mí y yo para ti, las veces que sean necesarias, te quiero mucho.

A mi sobrina Alexia Monserrate Suarez Arcentales, eres la niña que cuando sonrías me alegras el día y me levantas el ánimo, con cada abrazo y beso que me das me llenas el corazón de alegría, gracias por tu ternura, cuando me llamas tía esa manera de decirlo me llenas de orgullo, ya estás creciendo mi niña bonita y verte crecer con esa dulzura y amor que me brindas en cada abrazo todos los días, así quiero verte bien y feliz siempre.

A mi sobrino Adonis Neymar Suarez Arcentales, por tu compañía constante y por ser ese niño que se esfuerza a diario, espero verte crecer, gracias también por llamarme cuando necesitas de algo, siempre estaré para ti, les dedico este logro a ustedes también que son una parte fundamental en este camino.

También a mí misma, me felicito por llegar hasta donde estoy ahora, con esfuerzo y dedicación todo es posible lograr lo que nos proponemos, todo lo que soy es gracias a mis queridos padres por apoyarme siempre, les debo casi todo por lo que han hecho por mí.

Con amor...

Yomayra Arcentales Arcentales

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
Desarrollo temático	13
Estrategias de comunicación ambiental: el papel de los influencers en redes sociales.	13
Efectiva de la comunicación ambiental digital en la formación de identidades sostenibles.....	15
Técnicas de sensibilización digital para promover hábitos ecológicos	17
Promoción de hábitos ecológicos a través de redes sociales.....	18
Oportunidades y retos de la comunicación ambiental digital	20
Las redes sociales y su uso del cuidado del medio ambiente en el Ecuador	21
Conclusiones	24
Referencias.....	26

Resumen

Las plataformas digitales ocupan un sitio relevante en dicha crisis climática actual. Este ensayo académico estudia efectivamente la comunicación ambiental dentro de las redes sociales como estrategias para impulsar hábitos ecológicos y promover conciencia cívica bajo una mirada crítica. La investigación se llevó a cabo mediante un estudio sobre los creadores de contenido y dinámicas comunicativas existentes en el territorio ecuatoriano. Los Resultados demuestran que, pese al progreso en adquisición de habilidades para el uso de plataformas interactivas como Instagram, Facebook y TikTok, que son las que más se utiliza, por parte de una audiencia joven, aún persiste una brecha considerable entre la interactividad digital y adopción real de prácticas ambientales en la cotidianidad. Finalmente, se concluye que el desafío fundamental reside en transformar los canales virtuales en espacios de aprendizaje que empoderen al ciudadano y refuercen una cultura de responsabilidad ambiental sostenible y duradera con el paso del tiempo.

Palabras claves: Comunicación ambiental, crisis climática, estrategias, hábitos ecológicos, redes sociales.

Abstract

Digital platforms occupy an important place in this current climate crisis. This academic essay effectively studies environmental communication within social networks as strategies to promote ecological habits and promote civic awareness under a critical gaze. The research was carried out through a study on content creators and communicative dynamics existing in the Ecuadorian territory. The results show that, despite the progress in the acquisition of skills for the use of interactive platforms such as Instagram, Facebook and TikTok, which are the most used, by a young audience, there is still a considerable gap between digital interactivity and the real adoption of environmental practices in everyday life. Finally, it is concluded that the fundamental challenge lies in transforming virtual channels into learning spaces that empower citizens and reinforce a culture of sustainable and lasting environmental responsibility over time.

Keywords: Environmental communication, climate crisis, strategies, ecological habits, social networks.

Introducción

En la actualidad, las redes sociales han cambiado por completo la forma en que las personas interactúan y se comunican entre sí, reflejando la crisis climática que requiere no sólo soluciones tecnológicas, sino convertirse en un verdadero ecosistema digital. Ante este problema surge una pregunta interrogativa: ¿Cómo pueden los medios motivar a las personas a adoptar prácticas más sostenibles en la actualidad? Educar a los usuarios de lo que sucede alrededor del planeta, un 90% de las ciudadanías son jóvenes que se educan y se informan por medio de las redes sociales. La argumentación central de este ensayo sostiene que la comunicación ambiental, desplegada de manera estratégica a través de canales virtuales, logrará que el contenido se consuma de una manera que conecte a nivel emocional.

A partir de esta idea, el estudio se desarrolló con un enfoque cualitativo, complementado con análisis documental de referencias bibliográficas de autores confiables, facilitando la interpretación teórica y el análisis actual.

El comportamiento comunicativo va más allá de la transmisión de información, convirtiéndose en cambios para proteger el medio ambiente, desde esta perspectiva, los entornos virtuales se han dirigido como una plataforma extremadamente poderosa que puede influir directamente en las opiniones de los usuarios. (León, 2025).

Además, la comunicación ecológica nos brinda la oportunidad de educar, concienciar y difundir valores fundamentales a través de aplicaciones digitales. Consolidándose como las plataformas más utilizadas en la vida cotidiana, como Instagram, Facebook y TikTok, que han revolucionado la forma de difundir

mensajes de conciencia ambiental, activando el diálogo directo entre quienes hablan y quienes los reciben.

Así mismo, el desarrollo temático se centra en áreas específicas que sustentan esta investigación. Inicialmente se analizarán las estrategias de comunicación ambiental y el papel de los influencers para identificar en qué aspectos se han enfocado, ya que son creadores de contenidos de fuentes confiables en las redes sociales. Después se evaluará la eficacia de la comunicación ambiental digital para fomentar la participación activa de los usuarios, para finalizar se concluye con el uso de redes sociales del medio ambiente en el Ecuador y las técnicas de sensibilización para promover hábitos ecológicos entre la población.

El valor de este análisis es que introduce nuevos enfoques estratégicos para ayudar a construir comunidades responsables. con el objetivo principal de este estudio, es comprender como la promoción de hábitos ecológicos en las prácticas diarias, se relacionan con el espacio digital que implica más que buscar información y enfatizando que el verdadero compromiso ambiental requiere una cuidadosa gestión junto con una clara comunicación a través de las redes sociales (Fernández 2025).

Desarrollo temático

Estrategias de comunicación ambiental: el papel de los influencers en redes sociales.

El tema ambiental en redes sociales es clave para informar, sirve para impulsar hábitos ecológicos que crean conciencia en la comunidad. Según Herrera Cuéllar, T., & Losada Salgado, N. (2024)., la comunicación ambiental se puede definir de la siguiente manera. “La capacidad de crear influencia se refleja en su potencial para fijar agendas ambientales, influir en las acciones de los ciudadanos y servir como fuentes de regulación social que conduzcan al cuidado del medio ambiente” (p.147). Esto ayuda entender que la comunicación como estrategia es una inversión valiosa en plataformas virtuales que crean espacios de entendimiento de manera muy beneficiosa y favorable.

Cabe destacar, el ámbito del papel de los influencers resulta importante, estos creadores de contenido quienes utilizan sus redes sociales para difundir mensajes sobre el reciclaje. Gómez-Nieto (2022) señala que su éxito es convertir información en mensajes visuales y atractivos. Estos autores, gracias a sus trabajos ambientales, llegan a un público más grande, sobre todos a los jóvenes.

Los creadores de contenidos cumplen un papel fundamental importante, que no solo difunden información, si no que generan una interacción cercana con los usuarios por medio de like, compartidos y comentario en las diferentes plataformas.

Las estrategias de comunicación medioambiental no solo se limitan a informar, también educan, los influencers han pasado a ser protagonistas clave para promover una ciudadanía más comprometida y consciente con el bienestar del planeta.

El conjunto de estrategias no es solamente para compartir conocimiento, sino que también permite la interacción directa con la comunidad, pero al mismo tiempo transforma la realidad a través de experiencias compartidas que se comparten diariamente en las redes sociales.

Centrándose en este contexto, Castello (2020) sugiere que las redes sociales representan un medio eficaz para fortalecer la responsabilidad por las cuestiones ambientales, el autor destaca la importancia de las estrategias como canales de comunicación. Si bien estas plataformas brindan excelentes oportunidades de diálogo e interacción a través del libre acceso a la información.

Por lo general, la comunicación ambiental motiva cambios profundos en el comportamiento de los ciudadanos y promueve la participación activa de los usuarios, que ya no solo intentan estar informados sobre los problemas ecológicos, también se adaptan para participar y promover una conciencia a favor del cambio global, bien estructurada en tiempo real, la audiencia se conecta a las redes sociales para obtener información sobre hábitos ecológicos y promover un buen sentido de comunicación ambiental, la gente utiliza estas herramientas digitales para motivarse y realizar tareas como el reciclaje.

Del mismo modo, es importante que los usuarios comenten para saber qué piensan sobre estas estrategias que cada vez se desarrollan en relación a estos hábitos ecológicos que se están evolucionando en la comunicación, es necesario conocer las opiniones de los usuarios sobre las estrategias que se están implementando y ver como la audiencia responde ante los cambios para tener un ambiente sano. (Lozano Vázquez et al., 2022)

Efectiva de la comunicación ambiental digital en la formación de identidades sostenibles

En efectividad la comunicación ambiental es una valiosa herramienta de aprendizaje, donde las plataformas digitales dan paso a la creación de comunidades virtuales que tienen como objetivo educar y aumentar la conciencia ecológica, te permite difundir información importante sobre el cuidado del medio ambiente.

Es decir, las redes sociales facilitan la interacción y permiten la distribución rápida y satisfactoria de contenidos, motivando una notable cercanía con los usuarios. todo esto sugiere que las capacidades de estos entornos virtuales ayudan a crear prácticas proambientales con el medio ambiente accesibles.

La comunicación es efectiva porque logra transformar y comunicar a través de plataformas que se visualiza, videos, imágenes y se realizan campañas sobre los mensajes de hábitos ecológicos del medio ambiente para que la audiencia interactúe con estos contenidos, adaptadas para que sea un entorno más consciente y responsable en sí mismo.

En el desarrollo de estos procesos se debe darse un acuerdo para “lograr un ambiente sano y equilibrado mediante la protección y uso de los recursos naturales, de mejor calidad y enfrentamiento al cambio climático, promoviendo el desarrollo sostenible del territorio” (Colombé Frías et al., 2024)

En este aspecto, las plataformas sociales actúan como un vínculo indispensable para traducir la información necesaria en una educación ambiental efectiva y en armonía con la era digital. Por ello, la comunicación ambiental se ha consolidado como una de las estrategias más importantes en las redes sociales para difundir y transmitir hechos reales de temas ecológicos.

De hecho, estos estudios indican un interés creciente en este tema. como señala Aparicio (2016) “Esta declaración reconoce las mismas oportunidades que brinda para mejorar la capacidad de comprender la crisis ambiental que estamos viviendo y actuar en consecuencia” (p. 210). Esto permite optimizar el comportamiento del usuario, es decir utilizar estos métodos estratégicos básicos para la comunicación ambiental en plataformas digitales.

Del mismo modo, Nieto-Sandoval et al. (2023) señalan que la efectividad de estas plataformas se debe a su capacidad de usar mucho formato, como videos y la participación continua que logra que el mensaje ambiental se sienta más relevante y emotivo para la comunidad. Las plataformas, funcionan como el nexo indispensable para que la información necesaria se transforme en una educación más efectiva con la era digital.

Es decir, que la efectividad de los discursos ecológicos en el entorno, por el alcance masivo de las publicaciones, las redes sociales al funcionar como espacios interactivos y de libre acceso, abren oportunidades magníficas para que los usuarios dejen de ser simples receptores pasivos y se conviertan en agentes activos del cambio ambiental.

Mientras, el verdadero reto de estas estrategias comunicativas radica en consolidar plataformas digitales que dejen de ser meras fuentes de información y se transformen en verdaderos entornos colectivos, donde el intercambio de experiencias cotidianas guíe a la sociedad hacia una cultura de preservación de la naturaleza que sea sólida, consciente y duradera.

Técnicas de sensibilización digital para promover hábitos ecológicos

En este estudio desarrollado por Estrada Martínez, (2022). se centra en las prácticas de concientización como un espacio ideal para comprender y verificar información que permita difundir contenidos ambientales y promueva hábitos ecológicos entre la ciudadanía ante estos problemas.

En esta investigación apoyan la idea de la importancia de estas plataformas digitales radica en su interacción e interactividad, lo que les permite generar conversaciones tanto públicas como privadas sobre sostenibilidad, las plataformas virtuales se han convertido en el entorno más importante para la interacción y el intercambio de conocimientos, como parte de este rol, se ha observado que los canales interactivos han cambiado la forma de acceder a datos importantes sobre emergencias naturales, tratando así de motivar a los usuarios de Internet a tomar acciones muy específicas.

Hoy, en un escenario donde los medios digitales funcionan como espacio central de información y socialización, Granda Dávila et al. (2024) investigan el papel que juegan los canales de noticias en la provincia de Imbabura en la difusión de narrativas ambientales. Al respecto, afirman que. “Esto ha provocado un aumento constante del número de usuarios que actúan como creadores de contenidos independientes que, junto a los medios digitales, motivan la interacción con sus publicaciones con el fin de aumentar su audiencia” (p. 63). Los autores reconocen que las redes sociales han cambiado la forma de consumir información rápida sobre cuestiones medioambientales, estos entornos pueden transformarse en plataformas clave para aumentar conciencia pública.

Debido a la crisis planetaria, básicamente por la contaminación, el objetivo del estudio es caracterizar los contenidos respetuosos con el medio ambiente publicados por los medios digitales locales y analizar las interacciones que crean entre los usuarios. Por otro lado, Saza Quintero et al. (2020) analiza que los contenidos interactivos digitales inciden directamente en la audiencia, promoviendo la transición del consumo de información a comportamientos proambientales.

La participación y el diálogo en las redes sociales consiguen que los usuarios aprendan la necesidad ecológica y adopten hábitos sólidos y sostenibles en su vida diaria, para tener una sociedad limpia y ordenada.

Entre estas técnicas se destacan videos educativos de entretenimiento en formato de reels cortos, infografía interactiva, lives con expertos que son creadores de contenidos, no se trata de visualizar un contenido, sino de la misma manera ponerla en práctica, solamente no basa en generar conciencia, si no motivar a los usuarios a comportarse y tener una conducta aceptable, en la era digital se convierte en un entorno que facilita el aprendizaje en los hábitos ecológicos.

Promoción de hábitos ecológicos a través de redes sociales

La promoción del interés por la conservación del medio ambiente a través de las redes sociales, se busca incrementar el conocimiento de los usuarios sobre temas ambientales. Además, estas plataformas proporcionan la base necesaria para la creación de proyectos sostenibles destinados a mejorar la calidad del planeta. Actualmente, las dificultades relacionadas son cada vez más visibles, por lo que se crean las redes sociales como principal recurso para educar y enseñar comportamientos responsables.

Que ofrecen una forma eficaz de intercambiar información de forma rápida y sencilla y ayudar a los usuarios a aumentar el interés y la conciencia sobre los hábitos ecológicos. Incluso la educación para la conservación ambiental, según Urbina Lozano (2021), es un proceso de inculcación de valores y clarificación de ideas con el fin de crear las habilidades y cualidades necesarias para comprender y conocer las interrelaciones entre el hombre, sus conocimientos y el entorno que lo rodea.

Además, las plataformas actúan como una herramienta de comunicación, compartiendo información y también motivando la formación de forma accesible para quienes quieran mejorar su conexión con el entorno digital. Según Sangucho Tipán & Baque Cárdenas (2021): “el aprendizaje en este aspecto identifica las plataformas sociales como recursos clave para promover hábitos de vida más responsables y amigables con el medio ambiente” (p. 12).

Su capacidad para educar, motivar y activar a los usuarios, los convierte en aliados imprescindibles para fortalecer la conciencia ecológica y ayudar a conseguir un futuro más sostenible.

El comportamiento de los usuarios a través de la publicidad en redes sociales necesita estrategias dirigidas a mitigar el problema global. Según Teso-Alonso (2021), los hábitos ecológicos no dependen sólo de la percepción de la información. En esencia, los planes deben ser verdaderamente eficaces y los contenidos propuestos deben ser no sólo educativos, sino también preventivos y de sensibilización de la ciudadanía sobre el cuidado del medio ambiente.

Oportunidades y retos de la comunicación ambiental digital

La estrategia ambiental busca crear una cultura sustentable en la sociedad, esto ayudará a eliminar los problemas actuales del cambio ambiental socializando nuevos procesos que promuevan el consumo, la producción ecológica, las buenas prácticas ambientales, la innovación en oportunidades ambientales y el uso de Reducir, Reciclar y Reutilizar.

Por este motivo, Rojas-Espinoza et al. (2025) creen que elevar el nivel de cultura ambiental de la población es una prioridad y solo con la ayuda de la educación las personas son capaces de crear y producir conocimiento, cambiar su comportamiento y contribuir a la transformación de la realidad ambiental.

En efecto, se muestra que las estrategias de comunicación ambiental brindan oportunidades a los usuarios que utilizan las redes sociales, lo que sugiere que los desafíos en el Ecuador realmente existen, cómo afrontarlos mejor y concretar el cuidado del medio ambiente natural.

Asimismo, Calipolitti y Núñez (2026) afirman que:

Nos ha permitido comprender que la relación entre la comunicación ambiental y el comportamiento del consumidor orgánico es compleja, sus instrumentos son canales para pasar información configurados como herramientas estratégicas que pueden educar, demostrar, movilizar y transformar decisiones de consumo hacia prácticas más sostenibles (p. 193).

Es importante comprender estos estándares de aprendizaje en hábitos ecológicos para transformar los métodos de aprendizaje para crear conciencia y actitudes entre los usuarios, esta interrelación de estrategias de comunicación

demuestra que no basta con informar y educar, sino encontrar soluciones a los problemas ambientales.

Las estrategias ecológicas para la comunicación en medios digitales presentan desafíos y oportunidades, Al respecto, Gálvez-de-la-Cuesta y Álvarez (2023) sostienen que un gran desafío en el ámbito digital es superar el activismo a través de una pantalla donde los usuarios sólo interactúan con un me gusta o comentarios de contenidos, facilitándoles adoptar voluntariamente hábitos ecológicos reales y permanentes en las redes sociales.

A partir de esto, queda claro que las oportunidades en el ecosistema digital dependen de la capacidad estratégica de transformar el flujo de información en acciones concretas.

El verdadero desafío para los creadores de contenido y las organizaciones no es solo la mensajería masiva, sino también la creación de narrativas interactivas, el entorno digital deja de ser simplemente canales de entretenimiento que son capaces de promover cambios culturales duraderos que respeten la preservación del planeta.

Las redes sociales y su uso del cuidado del medio ambiente en el Ecuador

En Ecuador las redes sociales se han convertido en estrategias importantes para la sensibilización sobre el medioambiental, estas plataformas son un lugar para compartir y enviar mensajes a nivel nacional. Todos estos medios de prevención y conservación en espacios naturales intentan promover un consumo responsable por parte de los usuarios, para que tomen conciencia sobre la promoción de hábitos ecológicos en el país.

Rodríguez E & Rodríguez H. (2020) sostienen que: “Facebook ofrece una plataforma versátil para la comunicación ambiental que permite a las organizaciones llegar a audiencias diversas que promueven la conciencia sobre temas críticos de una manera favorable y accesible” (p. 76).

Aquí es importante señalar las características de esta red social para desarrollar estrategias seguras de comunicación ambiental. En el contexto de Ecuador, el uso de las redes sociales para difundir campañas ecológicas en diferentes plataformas como Facebook, Instagram y TikTok es una herramienta disponible y una gran oportunidad para promover temas ambientales y motivar el comportamiento de los ciudadanos que comparten dicha información.

Estas estrategias, enfocadas y comunicadas con la sociedad joven para crear un mayor compromiso de protección, son una clave importante para desarrollar y promover el conocimiento de la cultura del país, al mismo tiempo que muestran la cercanía del medio ambiente a los usuarios, con el fin de fortalecer un método aceptable para el medio ambiente en el Ecuador.

De estos medios, los más consumidos son aquellas plataformas que facilitan la conexión con personas de todo el mundo y permiten al usuario publicar información de interés (Castillo y Alberic, 2017).

Está claro que la información necesaria para el cuidado del medio ambiente no se difunde rápidamente al utilizar las redes sociales. Según García-Galera et al. (2021), muestran mayor competencia en el consumo de plataformas digitales por las crisis ecológicas, existe una brecha entre la conciencia de la era digital, que sugiere que el país debe superar la transmisión interactiva de mensajes, y la esperanza de que

los usuarios sean empoderados y transformados en espacios prácticos de aprendizaje en la vida cotidiana, para que Ecuador sea un lugar perfecto para la sociedad.

Andrade-Vargas et al. (2021) explican que los jóvenes de hoy navegan rápidamente en las redes sociales, pero sus interacciones suelen limitarse al entretenimiento, lo que marca un vacío en el uso de estas plataformas, que están evolucionando no sólo para transmitir ideas, sino que también son capaces de transformar y atraer interés sin necesidad de contaminar el medio ambiente; Por eso es importante que los usuarios que naveguen por el camino correcto viralicen las campañas orgánicas para que Ecuador esté más protegido que nunca.

Conclusiones

La comunicación ambiental es importante para el uso generalizado en las redes sociales entre el público joven, pero esto no garantiza automáticamente la formación de una conciencia ecológica activa. Este análisis reveló una brecha significativa entre las habilidades y las nuevas generaciones que necesitan para interactuar en entornos virtuales y su relevancia real para las crisis ambientales actuales. Bajo este panorama, la disponibilidad generalizada de herramientas digitales para la vida sostenible es insuficiente si las tácticas comunicativas del entorno no coinciden realmente con los intereses y motivaciones de los usuarios.

Para las estrategias de concientización digital implementadas, se requieren soluciones inmediatas que vayan más allá de la creación de campañas masivas de difusión de información sobre el medio ambiente, para provocar cambios reales en su comportamiento cotidiano. Para que la comunicación ambiental tenga un impacto transformador en la sociedad ecuatoriana, es importante ir más allá de la simple interactividad digital y crear un entorno virtual que promueva el aprendizaje práctico. Las redes sociales deben evolucionar hacia herramientas flexibles donde las audiencias consuman informaciones reales de conservación, y a la vez las motiven y empoderen a adoptar prácticas sostenibles sólidas en su vida diaria.

Es evidente que los influencers son una fuente clave del ecosistema virtual, cuya eficacia radica en su capacidad de humanizar la información, mientras los participantes crean confianza y empatía para fomentar una comprensión colectiva de adoptar prácticas sostenibles y la protección de la ecología de los medios, su influencia se extenderá más allá del entorno digital.

Este estudio permite concluir que la efectividad reside en la calidad de los vínculos comunitarios a través de las plataformas sociales, las cuales desempeñan un mejor papel cuando dejan de ser solo de entretenimiento.

En el caso de Ecuador se debe explorar las experiencias de los usuarios desde su realidad inmediata, lo que implica comprender como las redes sociales cambian constantemente y por ende como la sociedad asimila la emergencia ecológica global. Para ello se debe desarrollar canales interactivos que no solo revelen los daños causados por el cambio climático, sino que también inspiren hábitos cotidianos firmemente arriesgados en el bienestar de las generaciones futuras.

La comunicación ambiental en las redes sociales no puede funcionar como un trabajo aislado. Al contrario, se requieren adaptaciones lógicas que modifiquen la forma en como actuamos frente a un problema ambiental. Por ello, las estrategias de marketing digital deben ser coherentes y estar basadas en mensajes interactivos que respondan a los problemas de contaminación.

Referencias

- Aparicio, R. (2016), comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente, *Revista Comunicación y Sociedad*. (p.210).
<https://comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/4427/4213>
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Comunicar*, 29(69),79-89 <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Castillo y Alberic, 2017, Ed comunicación ambiental en la red: Un análisis de las publicaciones en medios digitales de la provincia de Imbabura, Ecuador, (p,62) <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/eac/article/view/2174/1473>
- Castello (2010). “La sensibilización medioambiental en redes sociales online”. FISEC-Estrategias. Año V, n. 13 ISSN 1669-4015, pp. 23-47
<https://hdl.handle.net/10045/16659>
- Colombé Frías, E., Moreno Aragón, J., & Frías Tamayo, M. (2024). Perspectivas teóricas de la educación ambiental desde la educomunicación en entornos digitales. *Mendive. Revista De Educación*, 22(4), e3928.
<https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/3928>
- Calipolitti, N. F., & Núñez, R. S. (2026). El consumidor ecológico y la comunicación ambiental: Análisis de factores que influyen en la toma de decisiones sostenible, *Revista de artículo académicas*.
https://revistas.up.ac.pa/index.php/cpa_panama/article/view/8567/6913

Estrada Martínez, (2022). Las Redes Sociales Digitales como un Nuevo Espacio de Difusión, en el Abordaje de Temas.

<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/15836>

Fernández (2025), Educación ambiental en la infancia: la conciencia ecológica como una estrategia de sostenibilidad

<https://geohumanidades.org/index.php/geohumanidades/article/view/44/22>

García-Galera, Fernández-Muñoz, C., y Portalés-Oliva, M. (2021). Empoderamiento de los jóvenes a través de las redes sociales. El impacto del activismo digital. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 27(3), 847-859.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6335823>

Granda Dávila, M. A., Zambrano Martínez, M. B., & José Alí Moncada Rangel.

(2024). Educomunicación ambiental en la red: Un análisis de las publicaciones en medios digitales de la provincia de Imbabura, Ecuador.

Educación, Arte, Comunicación: Revista Académica e Investigativa, 13(1), 62-72. <https://doi.org/10.54753/eac.v13i1.2174>

Gálvez-de-la-Cuesta, María-del-Carmen, Sergio Álvarez (2023). Estrategias De Los Creadores De Contenido científico En Redes Sociales: Cambio climático Y economía Circular Como ámbitos Emergentes». Revista Mediterránea De Comunicación 15 (1):61-78.

<https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/25504>

Gómez-Nieto, B. (2022). El papel de los influencers en la comunicación ambiental: nuevas narrativas para el cambio. Revista de Comunicación de la SEECI.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2024.6.2703>

Herrera Cuéllar, T., & Losada Salgado, N. (2024). Educación ambiental a través de las redes sociales, un análisis bibliométrico. *Conocimiento Global*, 9(S1), 145-163. (p.147)

<https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/512>

León, B. (2025). Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático.

Published by Tecnos, Madrid, Communication & Society, p 420-421.

<https://doi.org/10.15581/003.38.1.007>

Lozano Vásquez (2022). Objetivos de desarrollo sostenible y educación ambiental.

Estrategias de comunicación para su consolidación. *Revista Venezolana de*

Gerencia, 27(Especial 8), 1249-1262. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.33>

Nieto-Sandoval, A. G., & Ferré-Pavia, C. (2023). TikTok y cambio climático:

comunicar sin fuentes ni soluciones. *Revista De Comunicación*, 22(1), 309-

331. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-2994>

Rodríguez E & Rodríguez H. (2020) Facebook como plataforma de comunicación

gubernamental: estudio de las cuentas de las alcaldías de Ecuador [Tesis de

Grado, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio Institucional.

<https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/26982>

Rojas-Espinoza, T., Mármol-Córdova, M., & Itúrburu-Calderón, A. (2025). Nuevos

Retos de la Comunicación Ambiental. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (13), 21-64.

<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/252>

Urbina Lozano. (2021). Hábitos ecológicos y conservación del medio ambiente en estudiantes de primaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 7407-7428. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.856

Teso-Alonso, G, (2022). La comunicación online del cambio climático en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 65-87.
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/912>

Sangucho Tipan, D. P., & Baque Cárdenas, E. J. (2021). Educación ambiental basada en redes sociales: Caso Universidad Tecnológica Israel. *REVISTA ERUDITUS*, 2(2), 9-28.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8809143>

Saza Quintero, A. F., Sierra Barón, W., & Gómez Acosta, C. A. (2020). Comportamiento proambiental y conocimiento ambiental en universitarios: ¿el área de conocimiento hace la diferencia? *Revista CES Psicología*, 14(1), 64–84. <https://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/5674>