

recimundo

Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

DOI: 10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.478-489

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1972>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 6308 Comunicaciones Sociales

PAGINAS: 478-489



Comunicación digital y su impacto en la conciencia ambientalista mundial

Digital communication and its impact on global environmental awareness

A comunicação digital e o seu impacto na consciência ambiental global

Aura Deysi Anchundia Anchundia¹; Danilo Eduardo Villarroel Silva²; Joselyn Lizbeth Soria Ortiz³

RECIBIDO: 28/01/2023 **ACEPTADO:** 27/02/2023 **PUBLICADO:** 11/04/2023

1. Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa; Licenciada en Comunicación Social; Docente Investigadora de la Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; aanchundia@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-1603-4972>
2. Magíster en Comunicación Corporativa; Especialista en Imagen Corporativa; Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; dvillarroel@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-7246-9620>
3. Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa; Licenciada en Comunicación Social; Docente Investigadora de la Universidad Estatal de Bolívar; Comunicadora Social del GAD San Miguel de Bolívar; Bolívar, Ecuador; lizbeth.soria@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0009-0008-9870-1951>

CORRESPONDENCIA

Aura Deysi Anchundia Anchundia

aanchundia@ueb.edu.ec

Bolívar, Ecuador

RESUMEN

En las últimas décadas, la conciencia ambiental es un tema que concierne a todo el mundo. Se han visto varias catástrofes naturales y cambios en las condiciones climáticas por todo el planeta, consecuentes de las malas decisiones que la humanidad ha tomado en lo referente al cuidado ambiental. La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis. El tema de la conservación del medio ambiente no es algo nuevo, antes de la revolución de las tecnologías de comunicación e información, la televisión y la radio eran los medios más consumidos, aunque no accesibles para todo el mundo, y estos se limitaban a denunciar catástrofes ambientales producidas por el hombre, pero sin ejercer una función de concientización sobre el cuidado del medio ambiente. Décadas después con la llegada del internet, los teléfonos inteligentes y las redes sociales, ahora hay más posibilidades de generar contenido que pueda llegar a más personas, los organismos encargados de proteger el medio ambiente utilizan estas redes para generar contenidos de concientización y cuidado al medio ambiente, así como denuncias contra su explotación, destrucción y contaminación, sin embargo, hay que dejar claro que la concientización es un proceso que requiere el apoyo de equipos multidisciplinarios, ya que se concientiza cuando el problema afecta al ciudadano directamente, lo que implica que no hay una empatía al prójimo cuando un problema ambiental no se vive directamente.

Palabras clave: Ambiente, Conciencia, Mundial, Digital, Comunicación.

ABSTRACT

In recent decades, environmental awareness is a topic that concerns everyone. Several natural catastrophes and changes in climatic conditions have been seen all over the planet, as a result of the bad decisions that humanity has made regarding environmental care. The methodology used for this research work. The technique for data collection is made up of electronic materials, the latter such as Google Scholar, among others, relying on the use of certified descriptors and endorsed by the UNESCO thesaurus. The information obtained here will be reviewed for further analysis. The issue of environmental conservation is not something new, before the revolution in communication and information technologies, television and radio were the most consumed media, although not accessible to everyone, and these were limited to denouncing environmental catastrophes produced by man, but without exercising a function of raising awareness about caring for the environment. Decades later with the advent of the internet, smartphones and social networks, now there are more possibilities to generate content that can reach more people, the agencies in charge of protecting the environment use these networks to generate awareness and care content for the environment. environment, as well as complaints against its exploitation, destruction and contamination, however, it must be made clear that awareness is a process that requires the support of multidisciplinary teams, since awareness is raised when the problem affects the citizen directly, which implies that there is no empathy for others when an environmental problem is not experienced directly.

Keywords: Environment, Consciousness, Global, Digital, Communication.

RESUMO

Nas últimas décadas, a consciência ambiental é uma questão que diz respeito a todo o mundo. Várias catástrofes naturais e mudanças nas condições climáticas têm sido observadas em todo o planeta, como consequência das más decisões que a humanidade tomou relativamente aos cuidados ambientais. A metodologia utilizada para este trabalho de investigação. A técnica de recolha de dados é constituída por materiais electrónicos, estes últimos como o Google Scholar, entre outros, contando com a utilização de descritores certificados endossados pelo thesaurus da UNESCO. A informação aqui obtida será revista para uma análise mais aprofundada. A questão da conservação ambiental não é algo de novo. Antes da revolução nas tecnologias de comunicação e informação, a televisão e a rádio eram os meios de comunicação mais consumidos, embora não acessíveis a todos, e estes limitavam-se a denunciar catástrofes ambientais produzidas pelo homem, mas sem exercer uma função de sensibilização para os cuidados ambientais. Décadas mais tarde, com o advento da Internet, smartphones e redes sociais, existem agora mais possibilidades de gerar conteúdos que podem chegar a mais pessoas, e as organizações responsáveis pela protecção do ambiente utilizam estas redes para gerar conteúdos para sensibilizar e cuidar do ambiente, bem como para denunciar a sua exploração. No entanto, deve ficar claro que a sensibilização é um processo que requer o apoio de equipas multidisciplinares, uma vez que a sensibilização é aumentada quando o problema afecta directamente o cidadão, o que implica que não há empatia para com os outros quando um problema ambiental não é experimentado directamente.

Palavras-chave: Ambiente, Sensibilização, Global, Digital, Comunicação.

Introducción

El sistema de medio ambiente es la suma de las relaciones económicas, culturales, políticas y sociales de todos los individuos desarrollados en un entorno y el medio natural que comprende a todos los organismos vivos que existen de manera natural. Por tal razón, el medio ambiente no debe excluir los procesos y relaciones existentes de los individuos, demás especies y recursos naturales que convergen en un mismo entorno. Estas relaciones y procesos que se han articulado a partir de los sistemas de producción bajo la adquisición de los recursos naturales han generado cambios en los ecosistemas, amenazando la continuidad de todas las especies vivas que habitan en la tierra. (Gutiérrez Rincón, 2019)

En las últimas décadas, la conciencia ambiental es un tema que concierne a todo el mundo. Se han visto varias catástrofes naturales y cambios en las condiciones climáticas por todo el planeta, consecuentes de las malas decisiones que la humanidad ha tomado en lo referente al cuidado ambiental. La calidad del aire, del agua y la calidad de la vida ha disminuido progresivamente y es evidente que el principal gestor de estos problemas ambientales es el ser humano. (Chiquito & Flórez, 2021)

Para comenzar, quisiéramos mencionar que América Latina y el Caribe representan la mayor reserva de biodiversidad del planeta. Además, producto de la conjunción de sus vastos recursos naturales y sus óptimas condiciones climatológicas, constituye uno de los sectores más convenientes para la explotación del suelo. Es por este motivo que actualmente, esta región se encuentra ampliamente amenazada, por el avance indiscriminado de las actividades económicas, entre ellas, la agraria, la ganadera, la minera y la petrolera. Entre las principales problemáticas que se pueden reconocer, producto de esta crítica situación, encontramos la deforestación, la contaminación,

el aumento del nivel del mar, la degradación de los suelos, entre otras. (Anderson et al., 2020)

El periodismo ambiental, se ha convertido en un tema de relevancia social, últimamente esta temática se ha hecho más visible en los medios de comunicación digitales del mundo. Problemáticas ambientales como el Francking, incendios forestales, variación climática, actividades sísmicas, entre otros, hacen parte de lo que actualmente se ha convertido en un tema tan crucial. Ahora bien, resulta importante hablar de periodismo ambiental, así como cotidianamente se habla de periodismo político. Actualmente los medios de comunicación digitales son los máximos exponentes de temas ambientales, situación que se volvió prioridad hace muy poco tiempo y que a la vez ha generado en la humanidad esa necesidad de saber y cambiar el estilo de vida en pro de un mejor ambiente; nombrar los acontecimientos ambientales que han sido noticia en el mundo es trivial e interminable, ya que cada vez estos casos van en aumento, además, cada vez que pasa algo al respecto se le da el valor requerido por unos cuantos días, después deja de ser noticia; lo que no se ha tenido en cuenta es que es un tema primordial para la vida de cualquier ser vivo y que aunque deje ser un tema noticiosos sigue siendo un tema fundamental para la sociedad. (Aránzazu Rodríguez, 2020)

Para la creación de difusión de temas medioambientales en redes sociales digitales, siempre será fundamental que la comunicación sea desarrollada de manera coherente porque permite transmitir ideas y mensajes llegando más cantidad de colaboradores para trabajar unidos y concientizar efectivamente a más habitantes, las imágenes y el texto son elementos importantes para la comunicación en la era digital; la importancia y evolución de la comunicación ha permitido que a través de las redes sociales también se conquisten espacios de poder en donde se toman decisiones del ámbito político. (Estrada Martínez, 2022)

Las redes sociales brindan de forma incondicional una puerta abierta a la propagación de información de forma fácil y masiva. Puesto que en temas de gran discusión como el medioambiente se tornan como una herramienta que, en conjunto con el uso de campañas publicitarias digitales, se concientice y se genere una visibilidad de varios problemas medioambientales a gran escala. (Matamoros Yépez, 2021)

Metodología

La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental, ya que nos vamos a ocupar de temas planteados a nivel teórico como es Comunicación digital y su impacto en la conciencia ambientalista mundial. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis.

Resultados

Comunicación ambiental (CA)

En cuanto a la labor de los medios, especialmente los medios masivos de comunicación, Santiago (2008, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) señala que la televisión, la radio y la prensa son los medios que informan sobre los acontecimientos naturales sin explicar sobre las causas de las problemáticas socioambientales. Lo que posiblemente promueva en el espectador una actitud de pasividad e indiferencia y la promoción de antivalores ambientales de consumismo, deshumanización y desprestigio de la naturaleza

En el mismo sentido, Igartua (2002, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) indaga sobre los contenidos medioambientales en programas de televisión y estableció que estos cultivan una

suerte de creencias sobre el medio ambiente que fluctúan entre el sensacionalismo y la conciencia. En esa línea, Piñuel & Lozano (2009, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) analizaron como el medio ambiente es una referencia dominante en la construcción social del acontecer indiferencia y la promoción de antivalores ambientales de consumismo, deshumanización y desprestigio de la naturaleza.

En segundo lugar, dentro de la comunicación ambiental se identifica un cuestionamiento a la labor meramente informativa de los medios con relación al tema ambiental. Al respecto Carabaza (2007, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016), en concordancia con otros estudios [Einsiedel y Coughlan (1993); Fregoso (1993); Hester y Gonzenbach (1995); Yescas Laguna (1999, 2000); Martínez (2003) y Carabaza (2004)] coincide en afirmar que el tema ambiental no es un contenido permanente en los medios de comunicación, al contrario, se aborda de forma escasa, simplista y reducida. “Los medios no están desarrollando una actitud educativa y crítica para informar sobre los asuntos ambientales al mantenerse al margen de la problemática y sólo presentan de manera descriptiva hechos económicos-políticos, de desastres naturales y de fauna”

Educación y comunicación ambiental

Dentro los múltiples hechos que pusieron de manifiesto la crisis ambiental planetaria desde la década de los años 60 y 70, es importante destacar la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano, realizada en Estocolmo, en 1972, la cual “sentó las bases para avanzar en la comprensión del carácter interdisciplinario y sistémico de los problemas ambientales”, configurando de esta manera el origen y los principios de la Educación Ambiental (EA). (Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016)

“Es indispensable una labor de educación en cuestiones ambientales, dirigida tanto a las generaciones jóvenes como a los

adultos y que preste la debida atención al sector de la población menos privilegiado, para ensanchar las bases de una opinión pública bien informada y de una conducta de los individuos, de las empresas y de las colectividades inspirada en el sentido de su responsabilidad en cuanto a la protección y mejoramiento del medio en toda su dimensión humana. Es también esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio humano y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el hombre pueda desarrollarse en todos los aspectos (UNESCO, 1975, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016).

En el mismo sentido, Santiago (2008, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) señala la importancia didáctica que han cobrado los medios de comunicación social para mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje que fortalezcan comportamientos reflexivos y críticos hacia la formación de la conciencia crítica, histórica y social, dado su acento informativo, actualizado e impactante. La intención es que los docentes fomenten actividades formativas que eduquen ciudadanos para entender la urgencia de óptimas condiciones ambientales, aprovechando pedagógicamente los datos divulgados por los medios comunicacionales. De igual forma, González (1994, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) destaca la pertinencia que los medios puedan tener en el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que permite el uso de técnicas grupales y el desarrollo de procesos investigativos en la resolución de problemáticas.

En la actualidad, los procesos de educación ambiental están muy relacionados con el uso de tecnologías de la información y la comunicación. Por ejemplo, Paredes (2006, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) plantea líneas de investigación cualitativa sobre tecnologías de la información y la comunicación y sus aportes

a la educación ambiental; desde allí propone un espacio compartido para el estudio de las TIC y la EA. Similar es el trabajo de Ojeda, Gutiérrez & Perales (2009), quienes abordan las herramientas proporcionadas por las tecnologías de la información y la comunicación a la EA.

Son necesarias herramientas que permitan una «alfabetización ambiental», así como una educomunicación capaz de desarrollar la capacidad crítica y el empoderamiento de la ecociudadanía, entendida ésta como aquella que sirve para “reforzar la libertad, la autonomía crítica y la participación de los ciudadanos en cuestiones políticas, sociales, económicas, ecológicas e interculturales a partir del buen uso de los medios y la tecnología comunicativa” (Gozálvez y Contreras-Pulido, 2014: 130). Hace falta una colaboración en la búsqueda de respuestas para la mitigación y la adaptación ante el cambio climático, por lo que resulta necesario la implicación en la participación de diferentes actores en la transformación (Sarmiento, 2013, como se citó por Rodrigo-Cano et al., 2019)

Comunicación y conservación ambiental

Pellegrini, Álvarez, Moncada, Navas, Rávalo & Rivero (2000, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) realizaron un informe sobre el papel de la educación ambiental y la comunicación en la conservación de la biodiversidad y la protección de las áreas protegidas en Venezuela, destacando la prioridad en promover la estrategia de EA dentro de la gestión de dichas áreas. Así mismo, los autores señalaron que aunque han aumentado los programas de educación y comunicación enfocados a la conservación de la biodiversidad, aún no son suficientes los esfuerzos, ya que los indicadores relacionados con la conservación y los comportamientos ambientales no evidencian mejoras, posiblemente la “insuficiencia, cuando no, ausencia de evaluación de los proyectos realizados pone en duda la posible efectividad de los resultados obtenidos”

En el mismo estudio, los autores señalan dos tendencias en los programas y actividades de EA en las áreas protegidas venezolanas, una dirigida propiamente a la conservación del área y otra dirigida a la conservación de especies y la concientización sobre el valor de la biodiversidad. A manera de conclusión, Pellegrini et al (2000, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) señalan un aumento en la implementación de experiencias educativas y comunicativas en las áreas protegidas, así como de instituciones a cargo. Asimismo, los autores destacan la escasez de recursos económicos, la necesidad de recurso técnico especializado, acciones de corto plazo y discontinuas, carencia de planes educativos en correlación con los logros propuestos para la conservación y ausencia de mecanismos de evaluación de los mismos, pocos mecanismos de cooperación interinstitucional, mínima inclusión del componente social en dichos programas, baja participación de la comunidad y poco trabajo interdisciplinario, entre otros. Al respecto, coincide Álvarez (2001, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) al resaltar la falta de planeación e implementación de programas de EA para la conservación de la biodiversidad de acuerdo con los resultados de los diagnósticos realizados sobre la labor de instituciones en las áreas protegidas en Venezuela.

Como se puede observar hasta aquí, tanto la educación ambiental como la comunicación ambiental han asumido el reto de promover cambios de hábitos, mejorar los comportamientos y adquirir una conciencia con relación al mismo objeto de estudio, es decir, el ambiente y su conservación. Para ello, es necesario partir de entender el ambiente como las relaciones existentes entre la estructura social y la base ecosistémica de sustentación (Ángel Maya, 1995). En otras palabras, hay que reflexionar la interacción entre los ecosistemas y los sociosistemas, puesto que los conflictos que se presentan en esta interrelación no son del orden ambiental, sino del orden social.

Según Cárdenas (2002), citado por Cueto (2007), “nuestra interpretación, percepción y acción sobre los ecosistemas es el producto de un código que define nuestro entendimiento sobre el espacio, el territorio y el tiempo” (p. 33). Esto afirma que nuestra interrelación con la naturaleza es un constructo social mediado por la cultura (Ángel Maya, 1995; Leff, 2007), que es a su vez propia en cada lugar. (Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016)

Desde la educación y la comunicación ambiental, no sólo basta con la información y formación. Solano (2011, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016) afirma que no hemos logrado sobre pasar el primer nivel de la conciencia (los tres niveles son conocimiento, actitudes y acción), puesto que la simple adquisición de conocimiento no garantiza la acción, es decir una actitud favorable con el ambiente, un cambio de actitudes o una mejor conducta. Por ejemplo, estudios como el de Barazar-te, Neaman, Vallejo, & García (2014, como se citó por Román Núñez & Cuesta Moreno, 2016), realizado con jóvenes de enseñanza media en Valparaíso-Chile, muestran que el conocimiento ambiental no incide en el comportamiento ambiental. En esa línea, es importante para esta investigación abordar un último grupo de documentos relacionados con la psicología ambiental que abordan los conceptos concernientes con la conducta del hombre y su medio natural, dicho análisis se presenta a continuación.

Conciencia ambiental

González y Aramburo (2017, como se citó por Espinoza, 2018), afirman que la conciencia ambiental es un fenómeno complejo puesto que como manifestación cultural es la manifestación de múltiples determinaciones. Surge de la toma de conciencia de los grupos sociales educados, como resultante de su información y conocimiento, que los induce a adoptar posiciones de consumo y estilo de vida coherente con la conservación de la biodiversidad.

El EcoBarómetro de Andalucía (2011, como se citó por Espinoza, 2018), distingue cuatro dimensiones de conciencia ambiental:

- **Dimensión afectiva (o actitudinal)**, que recoge los sentimientos de preocupación de los ciudadanos por el estado del medio ambiente, y el grado de adhesión que manifiestan a valores culturales favorables a la protección de la naturaleza.
- **Dimensión cognitiva (o conocimiento)**, que se refiere al grado de información y conocimiento de la población en cuestiones relacionadas con la problemática ambiental.
- **Dimensión conativa (o disposicional)**, que engloba la disposición de los ciudadanos a actuar personalmente con criterios de sostenibilidad.
- **Dimensión activa (o conductual)**, que integra tanto el comportamiento individual (consumo ecológico, ahorro de energía, reciclado de residuos domésticos, etc.), como el colectivo (conductas, generalmente públicas o simbólicas, de expresión de apoyo a la protección ambiental: colaboración con grupos que reivindican la defensa del medio ambiente, participación en manifestaciones, acciones de voluntariado...).

Sangucho Tipán & Baque Cárdenas (2021), en su trabajo de investigación, realizaron un estudio a 600 estudiantes sobre la Educación ambiental basada en redes sociales en la Universidad Tecnológica de Israel, entre los resultados más relevantes:

- El 89,17% de los estudiantes consideran de vital importancia el cuidado ambiental. Así como el 61,5% de la comunidad universitaria le gustaría mantenerse informada acerca de temas medio ambientales en videos en redes sociales de la universidad.
- El 67,83% de los encuestados consideran que en la red social Facebook se encuentran con mayor frecuencia te-

mas relacionados al medio ambiente. El 89,17% de los estudiantes consideran de vital importancia el fomentar una cultura ambiental dentro de la Universidad.

Propuestas de concientización a estudiantes de la Universidad Tecnológica de Israel

- Crear conciencia en los estudiantes de la Universidad Israel, mediante la difusión masiva de trípticos y videos referentes al cuidado ambiental, desechos peligrosos, ahorro de energía, agua, y el uso correcto de las tres R (recicla, reusa y reduce) se realizará a través de las plataformas oficiales de la Universidad.
- Las estrategias medio ambientales ejecutadas tienen como fin el crear una cultura sostenible dentro de la comunidad Israel y así erradicar los problemas ambientales existentes en la Universidad mediante la aplicación y socialización de nuevos procesos que fomenten el consumo y producción sostenible, las buenas prácticas ambientales, la innovación en cuanto a materia ambiental y el uso de las 3R dando como resultado la adquisición de conocimientos y la aplicación de tips que permitan a la comunidad contar con hábitos amigables con el medio ambiente.
- Se escogieron las redes de mayor afluencia como Facebook y YouTube para la aplicación de las estrategias medio ambientales mediante el establecimiento de un marketing ecológico, lo que permite su difusión de manera rápida entre los internautas, además de lograr obtener reacciones acerca de los temas abordados dentro de las redes. Al ser dos de las redes con mayor cantidad de internautas, se ha logrado focalizar de manera inmediata las publicaciones y videos colocados dentro de las mismas logrando establecer en la audiencia un interés genuino a temas medioambientales.



Ilustración 1. Imágenes diseñadas para concientización

Fuente: Adaptado de Educación ambiental basada en redes sociales: caso Universidad Tecnológica Israel, por Sangucho Tipan & Baque Cárdenas, 2021, Revista Eruditus.

A la par de las imágenes se realizaron 2 videos posteados en la plataforma Youtube, el primero llamado “Promover el cuidado

ambiental en el hogar”, el segundo llamado “Desechos peligrosos”, los indicadores de éxitos de ambas propuestas se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Indicadores de éxito final de la propuesta

FECHA INICIO	CANALES	INICIAL	FECHA FINAL	ACTUAL	SEGUIDORES GANADOS
1/12/2020	YouTube	246	19/2/2021	258	12
1/12/2020	Facebook	103222	19/2/2021	104468	1246

Fuente. Adaptado de Educación ambiental basada en redes sociales: caso Universidad Tecnológica Israel, por Sangucho Tipan & Baque Cárdenas, 2021, Revista Eruditus.

Con la ejecución de la presente propuesta mediante, la aplicación de estrategias comunicacionales, se logró crear consciencia dentro de la comunidad universitaria, por lo cual se enfatizó en temas de cuidado y preservación ambiental estableciendo indicadores que han logrado generar resultados a mediano y largo plazo dentro de la comunidad universitaria. Además, se logró enfatizar en la promoción y marketing dentro de redes sociales como Facebook y YouTube, lo cual generó resultados relevantes cerca de un 40%, donde de la comunidad universitaria visualizó e interactuó en los videos y publicaciones realizados en estas redes, lo cual ayudó a la generación de otras estrategias comunicacionales para alcanzar un objetivo común que es la adjudicación de la certificación ambiental. (Sangucho Tipan & Baque Cárdenas, 2021)

Barreto Celis et al (2020) realizaron un trabajo de investigación en base al activismo digital ambiental centrado en los activistas defensores del Páramo de Santurbán. En este caso, la revisión en las cuentas 30 de Twitter como unidad de análisis, se propuso 5 días antes y 9 días después del 6 de octubre del año 2017, momento en el que se realizó la marcha en defensa del Agua y del Páramo de Santurbán. Para la identificación de la muestra, se realizó una búsqueda en la plataforma Twitter, de las cuentas asociadas con la palabra clave Para esto el equipo de trabajo se dispuso a identificar en la red social Twitter partiendo de la palabra “Santurbán”, con lo que se determinó el número de cuentas o los actores sociales que desde el 2017 hasta la actualidad han estado presentes como personajes influyentes y relevantes en el tema de activismo ambiental. Twitter arrojó una lista de cuentas con diferentes perfiles que habían incorporado esta palabra en sus contenidos o con el uso de la función hasta.



Ilustración 2. Ejemplo de una de las Bio de cuentas de actor social Grupos

Fuente: Adaptado de Activismo ambiental en Twitter: caso defensa del Páramo de Santurbán, por Barreto Celis et al., 2020, Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Tabla 2. Categorías para la clasificación de contenido

Categorías para la clasificación del discurso, tomando a Ruiz (2017) como referencia	
Mensaje Informativo.	<p>Para esta clasificación se eligieron todos aquellos contenidos que busquen brindar una información neutra acerca de alguna situación que tenga relación con el medio ambiente o al Páramo de Santurbán. En algunos casos se utilizó el lenguaje periodístico y se habló en tercera persona.</p> <p>Ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Este será el recorrido de la #MarchaPorElAgua #Bucaramanga @AlcaldiaBGA @ComiteSanturban.</i> • <i>#ElDato: La Gran Marcha por el Agua, es una movilización convocada por la sociedad civil y el @ComiteSanturban @Jurueviv @UnabRadio.</i> • <i>"Comunicado oficial del @ComiteSanturban sobre la masiva participación en #MarchaPorElAgua ¡Más de 100 mil gracias!"</i>
Mensaje de Movilización.	<p>Esta clasificación se centró en que sus contenidos son todos aquellos que invitan de manera directa e indirecta a movilizarse o a accionar en torno a alguna problemática medio ambiental, en especial a la preservación del Páramo de Santurbán. Aquí, se incluyeron aquellos contenidos que emitan opiniones positivas y negativas respecto al tema. En este tipo de mensajes se implementan signos de afirmación, adjetivos y hashtags que reafirman la idea.</p> <p>Ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>"¡Mañana gran marcha por el Agua en #Bucaramanga! Droplet@ComiteSanturban"</i> • <i>"#SanturbánTeNecesita Mañana la gran cita es por el futuro de nuestras generaciones. #AguaSiOroNo."</i> • <i>"Inundando las calles de Bucaramanga en la #MarchaPorElAgua defendiendo el Páramo de Santurbán. #FueraMinesa."</i>
Mensaje de Conciencia Ambiental.	<p>En esta clasificación se buscó agrupar todo aquel contenido que genere o que invite a generar conciencia respecto a temas medioambientales, reciclaje, optimización de recursos ecológicos, etc. En algunos casos, en este tipo de mensajes se propusieron argumentos, razones o artículos que sustenten la afirmación.</p> <p>Ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>"La basura cubre el 40% de la superficie de los océanos Se calcula que existen 46.000 piezas de plástico flotando por cada km2."</i> • <i>Bucaramanga se 'rajó' en indicadores medioambientales. (Link artículo El Tiempo).</i> • <i>#YoDefiendoSanturban porque los páramos son vida, protegen la flora y fauna y garantizan los nacimientos de agua.@ComiteSanturban @Defensavida @valentinacmpm @REALGAPA.</i>
Otros	<p>Los contenidos se clasificaron en "otros" cuando no tenían relación directa con el tema ambientalista. En esta clasificación se encontraron los contenidos que abarcan temas personales de los actores sociales.</p>

Fuente. Adaptado de Activismo ambiental en Twitter: caso defensa del Páramo de Santurbán, por Barreto Celis et al., 2020, Universidad Autónoma de Bucaramanga.

- Al hacer la revisión de los perfiles en las bio de las veintitrés cuentas que formaron parte de la muestra global arrojada por Twitter al utilizar la palabra Santurbán en el buscador, la clasificación de los actores resultó de esta manera: los actores dominantes estuvieron en la categoría de Grupos (43%: 10 cuentas), es decir, las organizaciones constituidas que tienen como característica en común la defensa del Páramo de Santurbán; el segundo lugar con un (39%: 9 cuentas) fue ocupado por los individuos, es decir personas independientes que generan contenido en pro de la defensa del Páramo de Santurbán; en tercer se encuentran las instituciones con un (13%: 3 cuentas), es decir un organismo público o privada que de igual forma genera contenido para la defensa del Páramo de Santurbán.
- Como grupo de estudio concluimos y evidenciamos durante el proceso investigativo por medio de la extracción y clasificación de tweets tanto Ambientalistas como No Ambientalistas que la plataforma Twitter es una red social utilizada para generar contenido informativo, específicamente, para exponer contenido comunicativo sobre problemáticas actuales y de gran impacto en la sociedad, como lo hacen algunos grupos activistas con la finalidad de ayudar al medio ambiente o el cambio climático, en el caso de Santander, en pro de la defensa del Páramo de Santurbán. De igual forma, pudimos observar que de las 7 cuentas analizadas en un rango de 15 días (del 1 al 15) del mes de octubre del año 2017 los perfiles tanto de Grupos y de Instituciones como de Individuos

también concienciaron y movilizaron a los ciudadanos a nivel regional, nacional e internacional.

- Finalmente, dando cuenta de las interacciones que estos usuarios recibieron se notó una tendencia en el número de likes, seguido por una disminución en el porcentaje del uso del retweet por los consumidores de activismo ambiental en esta plataforma, así como la poca utilización de los comentarios de las publicaciones. Con lo cual, concluimos que el día que las cuentas estuvieron más activas con el propósito de hacer un seguimiento sobre sus protestas fue el 6 de octubre del 2017, cuando se llevó a cabo la marcha por la preservación del Páramo de Santurbán, evitando negociaciones gubernamentales con empresas dedicadas al Fracking o a la minería ilegal.

Conclusión

El tema de la conservación del medio ambiente no es algo nuevo, antes de la revolución de las tecnologías de comunicación e información, la televisión y la radio eran los medios más consumidos, aunque no accesibles para todo el mundo, y estos se limitaban a denunciar catástrofes ambientales producidas por el hombre, pero sin ejercer una función de concientización sobre el cuidado del medio ambiente. Décadas después con la llegada del internet, los teléfonos inteligentes y las redes sociales, ahora hay más posibilidades de generar contenido que pueda llegar a más personas, los organismos encargados de proteger el medio ambiente utilizan estas redes para generar contenidos de concientización y cuidado al medio ambiente, así como denuncias contra su explotación, destrucción y contaminación, sin embargo, hay que dejar claro que la concientización es un proceso que requiere el apoyo de equipos multidisciplinarios, ya que se concientiza cuando el problema afecta al ciudadano directamente, lo que implica que no hay una empatía al prójimo cuando un problema ambiental

no se vive directamente. Es por ello que la comunicación digital con el apoyo masificador de contenido concientizador del medio ambiente, pueden lograr un impacto positivo en crear ciudadanos más conscientes del ecosistema que los rodea.

Bibliografía

- Anderson, V., Bianco, M., & Flores, R. (2020). *Ciberperiodismo activista: medio digital sobre ecología y sustentabilidad*. Universidad Nacional de Córdoba.
- Aránzazu Rodríguez, M. J. (2020). *Periodismo ambiental en la prensa digital Latinoamericana*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Barreto Celis, C. L., Ortiz Durán, J. A., Torres Pérez, L. N., Hernández Carreño, M. C., & González Pedraza, P. A. (2020). *Activismo ambiental en Twitter: caso defensa del Páramo de Santurbán*. Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- CHIKUITO, H. D. P., & FLÓREZ, J. A. V. (2021). *PROPUESTA MEDIADA POR REALIDAD AUMENTADA PARA LA POTENCIALIZACIÓN DE LA CONCIENCIA AMBIENTAL REFERENTE AL CUIDADO DE LA FAUNA EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA*. UNIVERSIDAD DE SANTANDER UDES.
- Espinoza, A. S. (2018). La estrategia del debate en el fortalecimiento de la conciencia ambiental. *Investigación Valdizana*, 12(4), 177–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.33554/riv.12.4.153> *Investigación Valdizana* Volumen 12, número 4, octubre - diciembre, 201807177
- Estrada Martínez, C. (2022). *Las redes sociales digitales como un nuevo espacio de difusión, en el abordaje de temas medioambientales*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Gutiérrez Rincón, N. (2019). *El ecoturismo y la comunicación en redes sociales: conciencia ambiental por el cuidado de los páramos*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Matamoros Yépez, A. M. (2021). *eriado de cápsulas radiofónicas sobre la difusión del Tema Ambientalista en Medios Digitales*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.
- Rodrigo-Cano, D., Josep Picó, M., & Dimuro, G. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *Retos*, 9(17), 25–36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>

Román Núñez, Y., & Cuesta Moreno, O. (2016). Communication and environmental conservation: advances and challenges in Latin America. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1082en>

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://doi.org/10.35290/re.v2n2.2021.450>

CITAR ESTE ARTICULO:

Anchundia Anchundia, A. D., Villarroel Silva, D. E., & Soria Ortiz, J. L. (2023). Comunicación digital y su impacto en la conciencia ambientalista mundial. *RECIMUNDO*, 7(1), 478-489. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.478-489](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.478-489)



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.