



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Medios digitales y conciencia ecológica: la
comunicación ambiental en espacios digitales**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA

CORDERO QUINDE ANDREA FABIANA

TUTOR

AB. ARTURO CLERY, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Medios digitales y conciencia ecológica: la
comunicación ambiental en espacios digitales**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA

CORDERO QUINDE ANDREA FABIANA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE

1	CAPÍTULO I	15
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2	Antecedentes del problema de investigación.....	15
1.3	Formulación del problema de investigación.....	18
1.4	Preguntas de investigación.....	18
1.5	Objetivos.....	18
1.5.1	Objetivo general.....	18
1.5.2	Objetivos específicos.....	18
1.6	Justificación de la investigación.....	19
1.7	Hipótesis	20
1.8	Variables	20
1.8.1	Medios digitales	20
1.8.2	Conciencia ecológica	21
2	CAPITULO II.....	22
2.1	Marco teórico y conceptual.....	22
2.2	Conocimiento actual	22
2.2.1	Medios digitales	22
2.2.2	Conciencia ecológica	23
2.3	Fundamentación teórica y conceptual	24
2.3.1	Fundamentación Teórica.....	24
2.3.2	Fundamentación conceptual.....	25
2.4	Marco Legal.....	27
3	CAPITULO III.....	31
3.1	MARCO METODOLÓGICO	31
3.2	Enfoque de la investigación.....	31
3.3	Tipo de investigación	32
3.3.1	Investigación descriptiva.....	32
3.4	Diseño de investigación.....	32
3.5	Alcance de investigación	33
3.6	Operacionalización de variables	1
3.7	Población y periodo de estudio	4
3.7.1	Población.....	4

3.7.2	Muestra	4
3.7.3	Periodo de estudio.....	4
3.8	Técnicas e instrumentos del levantamiento de la información	5
3.8.1	Técnica de encuesta	5
3.9	Guía de preguntas	5
4	CAPITULO IV.....	6
4.1	Análisis de resultados.....	6
5	Capítulo V	16
1.	DISCUSIÓN.....	16
6	Capítulo VI.....	17
6.1	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	17
6.1.1	Conclusiones	17
6.1.2	Recomendaciones.....	18
7	Referencias	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?.....	6
Tabla 2 ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?	7
Tabla 3 ¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?	8
Tabla 4 ¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?	9
Tabla 5 ¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirla en medios digitales?	10
Tabla 6 ¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales?.....	11
Tabla 7 ¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?.....	12
Tabla 8 ¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?.....	13
Tabla 9 ¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?	14
Tabla 10 ¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?	15

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?	6
Figura 2 ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?	7
Figura 3 ¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?	8
Figura 4 ¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?	9
Figura 5 ¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirla en medios digitales?	10
Figura 6 ¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales?.....	11
Figura 7 ¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?	12
Figura 8 ¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?	13
Figura 9 ¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?	14
Figura 10 ¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?	15

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **Cordero Quinde Andrea Fabiana** con C.I. 2450136854, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28 de octubre, 2025.

Atentamente,



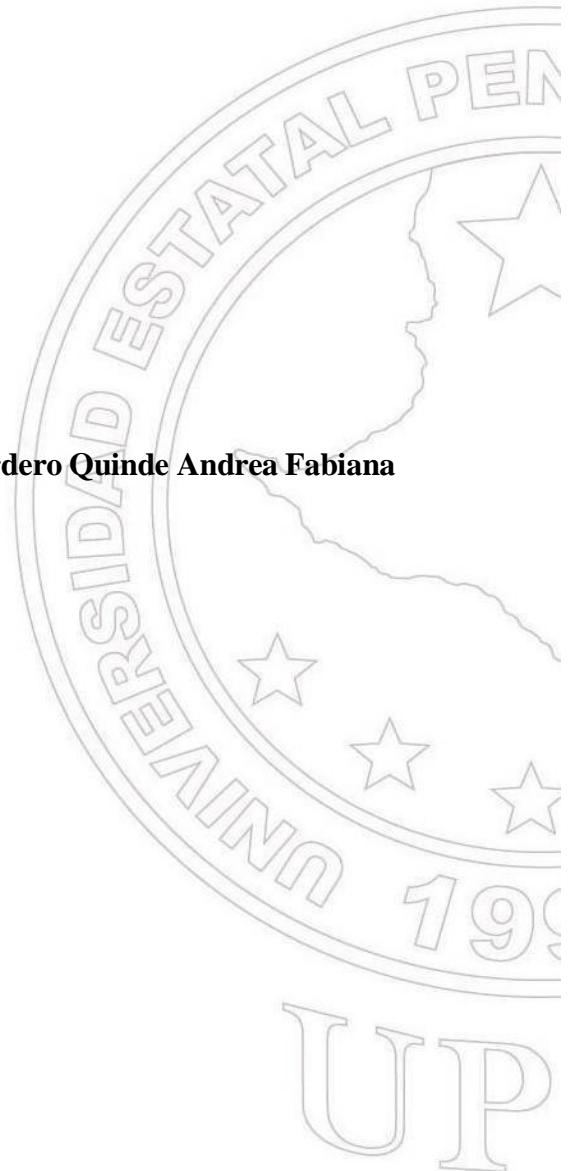
Cordero Quinde Andrea Fabiana

C.I. 2450136854

DEDICATORIA

Dedico este proyecto investigativo, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía mi fuente de fortaleza y por darme la sabiduría necesaria para culminar esta etapa con éxito. A mi novio, por su amor constante, su comprensión y por acompañarme en cada desafío con palabras de aliento y motivación. A mi familia, por su apoyo incondicional, sus consejos, su paciencia y por ser mi mayor inspiración para seguir adelante. Cada logro aquí reflejado es también fruto del amor, la fe y el esfuerzo compartido con ustedes.

Cordero Quinde Andrea Fabiana



AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este proceso, por darme sabiduría y sostén en los momentos más exigentes. A mi novio querido, Joe Saona, por su amor constante, su aliento y paciencia, por estar presente cuando más lo necesitaba, y por inspirarme a seguir adelante. A mi familia, por su apoyo incondicional, su comprensión y su fe en mí; gracias por creer en mis sueños, por sus palabras de ánimo y por acompañarme en esta etapa. A mi tutor, el Ab. Arturo Clery, PHD, por su profesionalismo, su valiosa orientación y su dedicación durante el desarrollo de este proyecto investigativo; su acompañamiento marcó una diferencia esencial. Y finalmente, a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a la realización de esta tesis: gracias por sus aportes, su aliento y por formar parte de este logro compartido.

Cordero Quinde Andrea Fabiana



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 6 de **noviembre** del 2025

Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr

Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Cordero Quinde Andrea Fabiana** con cédula de identidad No **2450136854**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título “**Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales**”.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de la autora, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

**ARTURO
GUILLERMO**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY

**CLERY
AGUIRRE**

AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022
4004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION,
o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC

**AB. ARTURO CLERY, PHD.
DOCENTE TUTOR**

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

f @ t v www.upse.edu.ec

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022
4004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION,
o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC



Firmado electrónicamente por:
**GREGORY PETER SANTA
MARIA ROMERO**

AB. ARTURO CLERY, PHD.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lcdo. Gregory Peter Santa María
Romero, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Andrea Fabiana Cordero Quinde
ESTUDIANTE

Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales

Andrea Fabiana Cordero Quinde

Código Orcid 0000-0003-0227-9255

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

La investigación titulada “Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales” analiza cómo los medios digitales influyen en la formación de la conciencia ecológica en los habitantes del barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad. El estudio surge ante la necesidad de fortalecer la comunicación ambiental en plataformas digitales, considerando que, aunque existe abundante información ecológica en internet, esta no siempre genera cambios reales en la conducta de las personas.

El trabajo se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental descriptivo y transversal, utilizando la encuesta como principal instrumento de recolección de datos. Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados rara vez o nunca acceden a información ambiental en medios digitales, ni participan activamente en campañas o actividades ecológicas; sin embargo, reconocen que los medios digitales sí pueden contribuir positivamente a aumentar la conciencia ecológica si se los emplea de forma adecuada.

La investigación concluye que existe una brecha entre información ambiental disponible y su impacto real en la ciudadanía, lo que evidencia la necesidad de mejorar las estrategias comunicativa digitales para fomentar una cultura ambiental más activa. Se recomienda impulsar campañas digitales con contenidos atractivos, educativos y participativos que promuevan comportamientos sostenibles y fortalezcan la educación ambiental desde un enfoque digital.

Palabras clave: Medios digitales, Comunicación ambiental, Conciencia ecológica, redes sociales, educación ambiental, participación ciudadana.

**Digital Media and Ecological Awareness:
Environmental Communication in Digital Spaces**

ABSTRACT

The research titled "Digital Media and Ecological Awareness: Environmental Communication in Digital Spaces" analyzes how digital media influences the development of ecological awareness among residents of the General Enríquez Gallo neighborhood in the La Libertad canton. The study arose from the need to strengthen environmental communication on digital platforms, considering that, although there is abundant ecological information on the internet, it does not always generate real changes in people's behavior.

The study was conducted using a quantitative approach, with a descriptive and cross-sectional non-experimental design, using a survey as the primary data collection instrument. The results show that most respondents rarely or never access environmental information in digital media, nor do they actively participate in ecological campaigns or activities; however, they recognize that digital media can contribute positively to raising ecological awareness if used appropriately.

The research concludes that there is a gap between available environmental information and its actual impact on citizens, highlighting the need to improve digital communication strategies to foster a more active environmental culture. It is recommended to promote digital campaigns with engaging, educational, and participatory content that promote sustainable behaviors and strengthen environmental education from a digital perspective.

Keywords: *Digital media, Environmental communication, Ecological awareness, social media, environmental education, citizen participation.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la crisis ambiental global representa uno de los mayores desafíos para la humanidad, al exigir respuestas concretas desde múltiples ámbitos, incluida la comunicación. En este contexto, los medios digitales se han consolidado como plataformas fundamentales para la difusión de información, interacción social y movilización ciudadana. Sin embargo, su potencial para promover la conciencia ecológica y fomentar comportamientos sostenibles aún no ha sido plenamente aprovechado. La comunicación ambiental en entornos digitales muchas veces carece de estructura, continuidad o conexión con las realidades cotidianas de los usuarios. Esta situación limita su capacidad transformadora frente a la urgencia climática y ecológica del presente.

Pese a la proliferación de contenidos ambientales en plataformas digitales, la efectividad comunicativa de estos mensajes sigue siendo limitada, debido a factores como la sobreinformación, la falta de estrategias narrativas adecuadas y el uso superficial de los recursos tecnológicos. Además, en el ámbito académico, existe un vacío en cuanto al estudio sistemático de la comunicación ambiental digital desde una perspectiva regional o local. Comprender cómo se construye y transmite el discurso ecológico en medios digitales, y cuál es su impacto en la conciencia ambiental de los usuarios, se vuelve entonces una necesidad urgente para fortalecer la educación y la acción ambiental en la era digital.

Este estudio busca analizar el uso de los medios digitales como herramientas de comunicación ambiental y su influencia en el fortalecimiento de la conciencia ecológica de los usuarios. Para ello, se adopta un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo y alcance transversal, orientado a caracterizar las dinámicas actuales sin intervenir en el fenómeno. A través de la recolección de datos mediante encuestas, se pretende identificar las principales estrategias, limitaciones y percepciones asociadas a la comunicación ambiental en entornos digitales. Los hallazgos permitirán fundamentar propuestas que potencien la efectividad de los medios digitales como agentes de transformación ambiental.

1 CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuidar el medio ambiente se ha vuelto un reto fundamental en la actualidad, especialmente ante el crecimiento impacto de las actividades humanas y la rápida expansión de los entornos digitales, aunque los medios digitales brindan oportunidades para compartir información sobre el medio ambiente y de esa forma promover prácticas sostenibles. Todavía existe una desconexión entre el conocimiento que se difunde y la adopción de hábitos ecológicos por parte de la gente. Esta situación resalta la necesidad de investigar cómo a comunicación digital puede influir de manera efectiva en la conciencia ecológica, teniendo en cuenta contextos locales específicos, como el barrio General Enriquez Gallo, donde este fenómeno aún no ha sido estudiado con profundidad.

1.2 Antecedentes del problema de investigación

En el entorno digital los retos en cuanto al cuidado ambiental aumentan mientras se mantiene una limitada conciencia ecológica en la población, aunque los medios emergentes tienen la facultad de educar y sensibilizar sobre el cuidado del entorno, su impacto real en las practicas cotidianas es aún incierto, el desapego entre el contenido ambiental disponible y el accionar de la población, reflejan una comunicación poco centrada, esta brecha limita la conciencia ecológica duradera, además en contextos locales, como, el barrio General Enríquez Gallo, este fenómeno no ha sido suficientemente explorado.

Por eso, es crucial investigar cómo se forma y se transmite el discurso ambiental en los medios digitales, así como la conexión que se establece con la conciencia ecológica del público. Este tema se convierte especialmente relevante en un mundo donde el deterioro del medio ambiente exige respuestas urgentes de todos los sectores, incluida la comunicación.

Estudiar este fenómeno nos ayudara a comprender mejor las oportunidades y limitaciones de los medios digitales como herramientas para el cambio social en favor del medio ambiente, para fortalecer una ciudadanía más informada, critica y comprometida con el

cuidado de nuestro entorno.

A nivel global, la comunicación digital desempeña un rol importante en la difusión de aspectos ambientales relevantes tales como; el cambio climático y la sostenibilidad. Estudios realizados en España y la unión europea, han demostrado que las plataformas digitales y las redes sociales, no solo informan al público, sino que también son espacios donde se generan emociones y se cuentan historias que pueden inspirar cambio en la conciencia ambiental y en los hábitos del escucha activa.

Teso y Lozano en su investigación (2022) trataron el tema sobre “la comunicación on line del cambio climático en España”, y en el desarrollo de esta investigación menciona que, los medios digitales españoles cubren espacios sobre conciencia ecológica y trastornos ambientales, pero lo hacen replicando patrones tradicionales con énfasis en medios generalistas y sin una narrativa especialmente movilizadora.

Por otra parte, Ruiz y Camacho (2024) manifestaron dentro de su contenido investigativo que las revistas digitales de moda en España, tratan temas de la sustentabilidad y estrategias comunicativas con objetivos comerciales que vayan en dirección a la conciencia ecológica y de esta forma generar un cambio ambiental positivo.

Estos trabajos investigativos reflejan aspectos relevantes para comprender las dinámicas de los medios digitales en la promoción de la conciencia ecológica, pero es igualmente necesario considerar el contexto local. En Ecuador, estudios recientes también han abordado la influencia de las tecnologías digitales y las redes sociales en la educación y sensibilización ambiental, mostrando tanto avances como desafíos propios de la región.

En relación con ello, Rodríguez (2023) determino en su investigación que hubo un impacto favorable en cuanto a la educomunicación y las tecnologías de información, ya que

definió que estas pudieron fomentar actitudes ambientales positivas en estudiantes de Riobamba Ecuador.

Esto enfatiza la trascendencia de incluir los medios digitales como un método de enseñanza en cuanto al cuidado ambiental.

De manera complementaria, Sangucho y Baque (2021) examinaron la utilización de redes sociales en la Universidad Tecnológica Israel, como un canal para impulsar la concientización ambiental, esta investigación dio a conocer que las estrategias aplicadas tuvieron un impacto positivo en el desarrollo del pensamiento en cuanto al pensar del bienestar ecológico.

Esto refuerza el papel positivo que tienen las herramientas digitales en la sensibilización sobre el medio ambiente, Cumba Castro (2020) en su estudio sobre la programación de Oromar Tv en la provincia de Manabí Ecuador, analizo como esta influye en la conciencia ambiental, descubrió que la escasez de contenido educativo relacionado con el medio ambiente en la programación del canal podría limitar la efectividad de los medios televisivos para concienciar y educar a la audiencia local sobre temas ambientales.

Esto resalta la necesidad de elevar la presencia de mensaje ambientales en medios tradicionales y digitales, en resumen, tanto las evidencias a nivel internacional como nacional coinciden en que los medios digitales tienen un gran potencial para influir sobre la conciencia ecológica, siempre que se usen estrategias comunicativas efectivas y apegadas a la conexión emocional de las audiencias y así promover acciones concretas en favor del medio ambiente.

1.3 Formulación del problema de investigación

¿Por qué los medios digitales no están siendo aprovechados de manera efectiva para incentivar la conciencia ecológica y protección del medio ambiente?

1.4 Preguntas de investigación

- ¿Cómo influye la comunicación ambiental en medios digitales en la percepción y

actitudes ecológicas de los usuarios?

- ¿Qué factores limitan o favorecen la efectividad de la comunicación ambiental en entornos digitales para promover comportamientos sostenibles?
- ¿Qué recomendaciones se pueden obtener del estudio realizado para adecuar la comunicación ambiental en medios emergentes?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Estudiar la comunicación ambiental y la conciencia ecológica de los medios digitales en el barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad

1.5.2 Objetivos específicos

- Examinar cómo influye la comunicación ambiental en medios digitales en la percepción y actitudes ecológicas de los usuarios.
- Analizar qué factores limitan o favorecen la efectividad de la comunicación ambiental en entornos digitales para promover comportamientos sostenibles.
- Aportar con recomendaciones que adecúen la comunicación ambiental en medios emergentes.

1.6. Justificación de la investigación

Frente a un planeta que sufre un creciente daño ambiental, se vuelve esencial examinar cómo las herramientas digitales pueden ser mejor aprovechadas para impulsar la conciencia ecológica, dado que hoy son un canal primordial para comunicarnos e interactuar. Pese a su amplia cobertura y el peso que tienen en nuestras vidas, su empleo para promover el cuidado del ambiente tiende a ser puntual, aislado o superficial, lo que impide que los mensajes logren calar hondo en la mente y las acciones del público. Este estudio cobra relevancia al encarar la precisa necesidad de entender y calibrar cómo se da la comunicación ambiental en el mundo digital y su rol en la formación de una ciudadanía más involucrada con el ambiente.

Este trabajo resulta valioso al hacer frente a un problema actual: la brecha entre la gran cantidad de información ambiental que encontramos en medios digitales y su real potencia para

moldear la conciencia ecológica en la gente. Ahora que las redes sociales, plataformas de video, blogs y otros medios digitales definen la forma en que nos informamos, es crucial analizar cómo se está tratando el tema ambiental ahí y qué aspectos están frenando su llegada al público.

Asimismo, esta investigación enriquece el campo de la comunicación y la educación ambiental desde una óptica digital, algo aún en exploración, sobre todo a nivel local, además, el estudio permite comprender cómo los usuarios digitales reciben, interpretan y reaccionan ante este tipo de información.

Este estudio presenta beneficios significativos al ofrecer recursos que contribuyen a mejorar la comunicación ambiental en línea, esto promueve una ciudadanía más informada y crítica ante los problemas medioambientales actuales, organizaciones ambientales y educativas junto a creadores de contenido digital y la población en general se verán directamente beneficiados al utilizar estos descubrimientos para incrementar la concientización ambiental en el ámbito digital, se espera que en el futuro estos aportes impulsen un cambio cultural hacia una mayor preocupación por el cuidado del planeta mediante un uso más conscientes y estratégico de las herramientas digitales para generar transformaciones positiva.

1.6 Hipótesis

El uso de medios digitales influye significativamente en el nivel de conciencia ecológica de los habitantes del barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad.

1.7 Variables

El desarrollo de los medios digitales ha generado una nueva forma de interacción social y cultural. A continuación, se presenta la variable de investigación para este estudio.

1.7.1 Medios digitales

En la era digital actualmente vivida por la sociedad contemporánea los medios de comunicación han experimentado una transformación significativa en sus modalidades de expresión e interacción mutua entre sí y sus audiencias particulares, este proceso de cambio ha dejado atrás las formas tradicionales de difusión unidireccionales para dar paso a una

comunicación más dinámica y personalizada en la que las personas no solo consumen información, sino que también participan activamente en la creación de contenidos.

Expertos en el campo de la comunicación digital han estudiado a fondo esta transformación socio cultural.

De acuerdo con Kaur et al. (2024) los medios digitales ofrecen un acceso sencillo a una comunicación instantánea y bidireccional, con un alcance global y niveles de compromiso social sin precedentes, lo que los convierte en herramientas esenciales, para fomentar hábitos responsables.

En este contexto el enfoque digital no solo cambia los canales, y formatos de comunicación, sino que también redefine la experiencia del usuario, haciéndola más dinámica, fragmentada y adaptable. Esta nueva lógica comunicacional representa una oportunidad clave para abordar temáticas sociales, como la conciencia ecológica, de una forma más cercana, emocional y que invita a participar, sobre todo en redes y plataformas digitales donde se busca que la gente se involucre activamente.

1.7.2 Conciencia ecológica

Para poder enfrentar un fenómeno difícil de combatir, como en este caso, los escasos de conciencia ecológica, es fundamental conocer y estar empapado del tema, en este caso hay autores que respaldan información relevante sobre mencionada cuestión investigada.

Según Sánchez (2025), esta conciencia resultará fundamental para comprender cómo nuestras acciones impactan en la naturaleza y modificar nuestro comportamiento para proteger el planeta y mejorar nuestra calidad de vida presente y futura, impulsar esta conciencia en las personas resultaría fundamental para promover comportamientos responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente.

2 CAPITULO II

2.1 Marco teórico y conceptual

Para entender cómo han evolucionado los medios digitales y su impacto, es fundamental revisar el conocimiento actual. Esto nos ayuda a ver como estas herramientas se han integrado en nuestra vida diaria y en los diferentes contextos sociales, culturales y comunicativos alrededor del mundo.

2.2 Conocimiento actual

El análisis del conocimiento actual muestra que los medios digitales no solo facilitan el acceso y la interacción con la información, sino también influyen en cómo formamos nuestras percepciones y comportamientos sociales. Esta influencia se vuelve aún más importante cuando hablamos de temas ambientales, ya que nuestra conciencia ecológica depende tanto de tener acceso a información confiable como de sentir la motivación para actuar de manera sostenible.

Por lo tanto, la combinación de herramientas digitales y estrategias educativas es clave para fortalecer la sensibilización ambiental y fomentar la participación activa de la comunidad en la protección de nuestro entorno.

2.2.1 Medios digitales

En cuanto al contexto internacional, los medios digitales se conceptualizan como formatos tecnológicos que permiten la creación, observación, transformación y conservación de información mediante diversos dispositivos electrónicos, tales como imágenes, videos, videojuegos, páginas web, redes sociales, bases de datos, audios digitales y libros electrónicos, lo que evidencia su amplio alcance comunicativo en distintos contextos (Acosta, 2018). Esta diversidad tecnológica facilita la interacción y el acceso a la información, aspectos que resultan cruciales para la difusión de contenidos ambientales.

A nivel nacional, esta diversidad se manifiesta en la alta presencia y uso de plataformas digitales en Ecuador, destacándose redes sociales como Facebook, Twitter, Justin TV, YouTube y Google+, las cuales son valoradas por facilitar entornos participativos para el intercambio de ideas y el acceso ágil a contenidos informativos (Costales, 2013).

A nivel local (Saona, 2023) en su investigación, nos dice que, el emplear herramientas digitales ha tenido un papel fundamental en la forma en que las personas forman sus opiniones y participan activamente en asuntos que les concierne.

Esto evidencia que los medios digitales no solo sirven como medios de comunicación, sino que también inciden en la formación de percepciones sociales y en la movilización de la comunidad.

2.2.2 Conciencia ecológica

En cuanto a la conciencia ecológica, a nivel internacional se entiende como una actitud general de preocupación por la calidad ambiental, vinculada a la intención de adoptar comportamientos individuales y colectivos orientados a la preservación del entorno, constituyendo un componente esencial para el desarrollo de sociedades sostenibles (Muñoz, 2019).

En el ámbito nacional la conciencia sobre el medio ambiente, se ve impactada por el aumento del cambio climático y la contaminación, situaciones que revelan una percepción ecológica bastante limitada entre la población ecuatoriana, esto deja un reto urgente en términos de educación y responsabilidad ambiental, Mejía Madero (2020).

Aquí la comprensión del entorno está estrechamente ligada con la educación y la información lo que resalta la importancia de elaborar proyectos educativos que fomenten el conocimiento ambiental, desde una edad temprana, García (2020).

De esta manera las perspectivas globales, nacionales y locales, demuestran que lo digital es fundamental para promover el conocimiento ecológico especialmente cuando se mezcla esto con

planificaciones educativas, puesto que así se logra una buena conexión con el público, en este contexto la comunicación sobre temas ambientales en plataformas digitales, puede desempeñar un papel crucial para despertar el interés de la ciudadanía y fomentar acciones frente a los desafíos ecológicos que se enfrentan en la actualidad.

2.3 Fundamentación teórica y conceptual

La teoría ofrece un marco de análisis que permite entender la comunicación más allá del simple intercambio de mensajes. Bajo esta perspectiva, autores como Martín Algarra, Manuel Castells y Fritjof Capra aportan reflexiones que vinculan la comunicación con la construcción de una conciencia ecológica.

2.3.1 Fundamentación Teórica

Desde una visión de actual, hablar debe ser más que solo dar y recibir mensajes sin más. De esta forma, Martín Algarra (2009) cree que es algo con muchas partes que necesita formas de estudio que expliquen cómo se hacen, se mueven y cambian los sentidos en lugares sociales concretos. Esta idea dice que debemos mirar cómo los movimientos de la gente afectan lo que se dice.

Como complemento, Castells (2007) propone la idea de “auto comunicación de masas”, refiriéndose al cambio que las tecnologías digitales han traído al mundo de los medios y la forma en que las personas crean y difunden contenido. Las redes interactivas y descentralizadas permiten a los ciudadanos no solo acceder a información, sino también producir y difundir contenidos de manera autónoma, lo cual redefine la participación y el poder comunicacional en la sociedad contemporánea.

En esta situación, la relación entre el diálogo y el planeta se vuelve algo esencial. Capra (1996) sugiere que ser conscientes de la ecología nace al ver cómo todos los seres vivos dependen unos de otros y al entender que debemos pensar de forma global para crear lazos duraderos entre las personas y donde viven. Desde este punto de vista, hablar por medios electrónicos podría cambiar las cosas al hacer más fáciles los proyectos en los que todos participan, que ayudan a saber más sobre el medio ambiente, a pensar con claridad y a actuar juntos.

De este modo, juntar estas tres ideas ayuda a entender cómo los medios electrónicos no solo transmiten datos sobre el medio ambiente, sino que también crean lugares para que todos formemos una idea activa y real de lo que es ser conscientes de la ecología.

2.3.2 Fundamentación conceptual

Los conceptos fundamentales funcionan como guía para aclarar ideas y fortalecer la comprensión del tema. A través de ellos es posible explicar cómo el acceso a la información y el uso de medios digitales favorecen la sensibilización frente a los problemas ambientales.

Acceso a información

Según Anchundia, Silva y Ortiz (2023), al poder acceder a datos sobre el medio ambiente por medios electrónicos, se pueden difundir mejor los temas ecológicos, lo que ayuda a que todo el mundo se preocupe más por los problemas del planeta.

Uso de plataformas digitales

Ruiz Caballero (2023) señala que los sitios en línea son una opción educativa que ayuda al planeta, ya que permiten aprender desde lejos y acceder a temas ecológicos, lo que facilita la creación de una conciencia sobre el medio ambiente.

Interacción en redes

Anchundia, Silva y Ortiz (2023) señalan que la interacción en redes sociales permite la participación activa de los usuarios en la difusión de mensajes ambientales, promoviendo la conciencia ecológica a través de la colaboración digital.

Generación de contenido

Calvo García y Torres (2024) menciona en su investigación que, la creación de contenido para la web, requiere adaptarse a las características de cada medio digital específico, es importante considerar su presentación visual en conjunto a la incorporación de elementos multimedia como, videos o imágenes, para favorecer su visibilidad en los motores de búsqueda on line.

Estos aspectos resultan fundamentales para capturar la atención del público objetivo garantizando la efectividad del mensaje transmitido.

Uso responsable de medios

Hay varios autores que destacan la importancia sobre el uso responsable de medios digitales en la actualidad, pero Días (2021) puso énfasis en sus palabras dentro de su contenido investigativo al mencionar que, se debe interactuar de manera ética cuando se trate de manejos en línea, respetando a los demás usuarios y promoviendo un entorno saludable.

Conocimiento ambiental

En opinión de Torres Marín (2024), tener conocimiento ambiental es entender los mayores problemas ecológicos, tanto cercanos como mundiales. Implica también que la gente pueda ver por qué suceden y qué efectos tienen esos problemas en su propia área de estudio.

Actitudes hacia la naturaleza

Según un estudio realizado por Mamani Uchasara (2020), se encontró que los adolescentes de educación secundaria en Madre de Dios (Perú) muestran una actitud mayoritariamente indiferente hacia la conservación ambiental en los aspectos cognitivo y conductual, sin embargo, en el aspecto afectivo se observó una actitud de aceptación.

Comportamientos proambientales

Pincay et al. (2018) describen las actitudes que favorecen el ambiente como las acciones que hacemos a diario, ya sea solos o en grupo, que intentan reducir el daño al planeta, por ejemplo, reciclar, consumir de forma consciente o no gastar tantos recursos naturales.

Participación en actividades ecológicas

De acuerdo con FLACSO (2023), involucrarse en cosas ecológicas significa que las personas participan de forma activa en proyectos, planes o movimientos a favor del ambiente, lo que fortalece su interés por cuidar el planeta y cambiar cómo actuamos como sociedad.

Percepción del efecto del Medio Digital - MD en Conciencia Ecológica CE

Según Casa, Mamani y Cusi (2019), los entornos digitales tienen la capacidad de incidir en el desarrollo de la conciencia ecológica, al facilitar la circulación de contenidos ambientales que promueven la reflexión crítica y pueden incentivar conductas responsables frente al medio ambiente.

2.4 Marco Legal

El marco legal establece las bases normativas que respaldan la protección y difusión de saberes, prácticas y derechos vinculados a la identidad y al cuidado del entorno. En este

sentido, la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (ONU, 2007) refuerza la importancia de los medios digitales como herramienta para conservar y transmitir conocimientos ecológicos ancestrales.

Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (ONU, 2007)

Art. 13: Los pueblos indígenas tienen derecho a revitalizar, utilizar y transmitir a futuras generaciones sus historias, idiomas, tradiciones orales y filosofías.

Respalda el uso de medios digitales para conservar y difundir saberes ecológicos ancestrales.

Art. 15: Se reconoce el derecho de los pueblos indígenas a contar con representación en los medios y a que se promueva la educación pública sobre su historia, derechos y cultura. Impulsa el uso de plataformas digitales como canales educativos y de concientización ambiental.

Art. 29: Los pueblos indígenas tienen derecho a la conservación y protección del medio ambiente y la capacidad de desarrollar acciones que fomenten dicho cuidado. Vincula el derecho ambiental con la necesidad de difundirlo mediante herramientas digitales.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 71: La naturaleza o Pachamama tiene derecho a que se respete integralmente su existencia. El Estado promoverá su respeto a través de políticas y medios de comunicación. Respalda la comunicación ambiental digital como deber estatal.

Art. 16, numeral 2: Se garantiza el derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los espacios, incluidos los digitales.

Fundamenta el estudio del uso de medios digitales en la comunicación ambiental.

Art. 395: El Estado garantiza un modelo de desarrollo ambientalmente sustentable que articule lo social, económico y ecológico, impulsando educación ambiental.

Apoya el rol de los medios digitales en campañas de concientización ecológica.

Consejo de Comunicación (Ecuador)

Art. 4: Funciones del Consejo de Comunicación

Establece como función velar porque los contenidos de los medios fomenten una cultura de paz, inclusión y respeto por la naturaleza.

Respalda el monitoreo y promoción de contenidos ambientales en medios digitales.

Art. 6: Derechos en comunicación

Reconoce el derecho de la ciudadanía a recibir información veraz, contextualizada y oportuna, incluyendo sobre temas ambientales.

Los medios digitales deben garantizar que la información ecológica sea clara y relevante.

Resolución CPCCS 004-2022 (o normativa actual relacionada)

El Consejo promueve campañas y contenidos sobre sostenibilidad ambiental en medios digitales como parte de su responsabilidad comunicacional.

Respalda institucionalmente el uso de medios digitales en estrategias de concientización ecológica.

Ley Orgánica del Ambiente (2018)

Art.4: Participación ciudadana

Promueve el acceso a la información ambiental mediante medios accesibles, lo cual incluye medios digitales.

Sustenta el uso de redes y plataformas como canales de acceso a información ecológica.

Art. 6: Educación ambiental

El Estado fomentará el uso de tecnologías para generar conciencia ecológica.

Conecta directamente con el rol de los medios digitales como herramientas pedagógicas ambientales.

Art. 25: Acceso a la información ambiental

Garantiza que la información ambiental esté disponible para todos, preferentemente en formatos accesibles.

Justifica el uso de redes sociales, blogs o sitios web para divulgar información ecológica.

Ley Orgánica de Comunicación (2019)

Art. 5: Principios de la comunicación

Promueve la responsabilidad social de los medios, especialmente en temas de interés público como el ambiente.

Fundamenta el deber de los medios digitales de abordar la temática ecológica.

Art. 25: Comunicación para el buen vivir

Se establece que la comunicación debe contribuir a fortalecer la identidad cultural y el

respeto a la naturaleza.

Fortalece el objetivo de concienciación ambiental en medios digitales.

Art. 47: Producción de contenidos interculturales y ambientales

Se incentiva a los medios a generar contenidos que fortalezcan la identidad y la educación ambiental.

Respaldar la producción de contenidos digitales con enfoque ambiental.

3 CAPITULO III

3.1 MARCO METODOLÓGICO

3.2 Enfoque de la investigación

Para sustentar el enfoque cuantitativo de este estudio, es clave entender su alcance en la investigación científica. Bryman (2005) resalta que este enfoque implica la utilización de datos numéricos y una metodología parecida al de las ciencias naturales, averiguando como explicar la manera en la que se relacionan y afectan entre sí, distintas variables.

En esta línea de pensamiento y actuación puntualmente cuantitativa permite calibrar de manera precisa los niveles de interacción de los individuos, respecto a los contenidos del entorno, y evaluar cómo estos ejercicios influyen desde una perspectiva estadística en su conciencia ambiental colectiva.

Gracias a su enfoque en la imparcialidad objetiva y la posibilidad de repetición y generalización de resultados obtenidos mediante este método resulta idóneo para verificar las hipótesis planteadas acerca del impactante efecto que tiene la comunicación digital relacionada al medio ambiente.

3.3 Tipo de investigación

En el contexto metodológico de esta investigación, es fundamental aclarar el tipo de estudio que guía el proceso. Esto nos ayuda a definir claramente el enfoque y la naturaleza del análisis. Al establecer la modalidad investigativa, se logra dar coherencia y un respaldo científico a los resultados, asegurando que la información obtenida sea relevante válida para los objetivos que me he propuesto.

3.3.1 Investigación descriptiva

Para justificar la aplicación de un esquema investigativo descriptivo en esta exploración, se precisa admitir su potencial para brindar una perspectiva estructurada y fidedigna de los eventos sociales en su condición presente.

Tal como indica McCombes (2023), la indagación descriptiva intenta precisar los atributos, movimientos y clases de una comunidad o marco, sin modificar las variantes. Tal modo facilita explicar de qué manera los medios electrónicos comparten mensajes ecológicos y cómo estos son entendidos por la gente, dando datos claves para entender el presente sin cambiarlo.

3.4 Diseño de investigación

El estudio actual presenta un diseño no experimental descriptivo, ideal para caracterizar el estado actual de la comunicación ambiental en medios digitales y su relación con la conciencia ecológica de los usuarios, sin intervenir en el fenómeno ni manipular variables.

Aggarwal y Ranganathan (2019), mencionan que los diseños que describen ayudan a "mostrar cómo se reparten una o más cosas sin pensar en porqués", dando una mirada clara y ordenada de lo que pasa en un momento dado.

Este plan ayuda mucho a entender cómo la gente usa cosas del medio ambiente en sitios de internet y qué piensan y hacen ahora, sin cambiar nada, lo cual es clave para hacer planes para que la gente sepa más de ecología desde lo digital.

3.5 Alcance de investigación

En cuanto al alcance, este proyecto se enmarca dentro de la investigación descriptiva transversal, direccionada a escudriñar cualidades y relaciones entre variables, en un solo punto temporal.

De acuerdo con Levin (2006), el diseño transversal recopila datos en un único momento para describir un fenómeno y analizar las relaciones entre variables presentes en esa muestra específica

Por lo tanto, este enfoque permite capturar una “instantánea” de cómo los medios emergentes causan una gran influencia en la actualidad, aportando un panorama claro que apoye futuras investigaciones longitudinales o analíticas más profunda.

3.6 Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento o de información
Variable Independiente: Medios Digitales	Según Kaur et al, (2024) los medios digitales brindan fácil acceso a una comunicación inmediata y bidireccional, con una extensión global y niveles elevados de compromiso social, lo que convierte a estos medios en implementos claves para promover hábitos responsables.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceso a información 2. Uso de plataformas digitales 3. Interacción en redes 4. Generación de contenido 5. Uso responsable de medios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frecuencia de acceso a recursos en línea 2. Participación en foros y redes sociales 3. Producción de contenido digital 4. Cantidad de publicaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales? 2. ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales? 3. ¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental? 	Encuesta

			5. Nivel e verificación de fuentes	4. ¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales? 5. ¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirlas en medios digitales?	
Variable Dependiente: Conciencia Ecológica	Según Sánchez (2025), esta conciencia resultará fundamental para comprender cómo nuestras acciones impactan en la naturaleza y modificar nuestro comportamiento para proteger el planeta y mejorar nuestra calidad de vida presente y futura, impulsar esta conciencia en las personas resultaría fundamental para promover comportamientos responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento ambiental 2. Actitudes hacia la naturaleza 3. Comportamientos proambientales 4. Participación en actividades ecológicas 5. Percepción del efecto de MD en CE 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento sobre problemas ambientales 2. Frecuencia en la adopción de prácticas sostenibles 3. Participación en campañas de concienciación 4. Cantidad de actividades comunitarias 5. Opinión sobre influencia de medios digitales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales locales o globales? 2. ¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales? 3. ¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos? 4. ¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la 	

			en conocimientos ambientales	conservación y protección del medio ambiente? 5. ¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?	
--	--	--	------------------------------	---	--

3.7 Población y periodo de estudio

3.7.1 Población

En estudios que abordan fenómenos sociales como la conciencia ecológica y su construcción en medios digitales, resulta fundamental delimitar con claridad a qué población se dirige la investigación. Esta definición no solo permite enfocar adecuadamente los objetivos, sino también interpretar los resultados en función de las características socioculturales del grupo analizado.

En este sentido, Demeny (1986) advierte que no es posible determinar un tamaño óptimo de población ni una tasa ideal de crecimiento, ya que las cifras, por sí solas, no constituyen una civilización.

Este planteamiento pone en evidencia que los datos demográficos requieren ser contextualizados para cobrar sentido dentro de una estructura social, política o económica. Por tanto, en esta investigación, definir el perfil de los usuarios que interactúan con contenido ambiental en espacios digitales es clave para comprender cómo se construye y comunica la conciencia ecológica en estos entornos.

3.7.2 Muestra

Según Hernández et al, (2024) la muestra corresponde a una población que se escoge de manera intencional o probabilística para recolectar datos, estos permiten analizar características principales para extrapolar al conjunto general.

3.7.3 Periodo de estudio

El periodo de estudio comprendió los meses de septiembre y octubre de 2025, lapso en el cual se organizó y ejecutó la recolección de datos, considerando la aplicación de encuestas como instrumento principal. Este tipo de delimitación temporal es indispensable en cualquier investigación ya que ayuda a organizar de manera clara las diferentes etapas del proceso y asegura que la metodología sea coherente,

en este contexto, Arias (2012) menciona que establecer límites temporales en un estudio es importante para ver, analizar o definir los márgenes en los que se lleva cabo la indagación y se logran los objetivos propuestos.

3.8 Técnicas e instrumentos del levantamiento de la información

Dentro de las técnicas de recolección de información, la encuesta ocupa un lugar central por su capacidad de obtener datos directos y representativos de la población estudiada.

3.8.1 Técnica de encuesta

Al investigar lo social y comunicativo, como la mente verde en lo digital, usar bien los métodos para tomar datos es clave para tener resultados buenos que representen algo. Una forma muy común de hacerlo es con encuestas, pues ayudan a juntar información directa de mucha gente sobre cómo ven, qué piensan y cómo actúan ante ciertas cosas.

De acuerdo con Babbie (2013), las encuestas permiten generalizar resultados a una población más amplia cuando están bien diseñadas y aplicadas correctamente, ya que ofrecen un marco sistemático para recoger datos cuantificables sobre opiniones, creencias y patrones de conducta. Esta técnica, además, facilita la comparación entre grupos y la identificación de tendencias en fenómenos sociales, lo que la convierte en un instrumento clave para investigaciones de carácter descriptivo y explicativo.

3.9 Guía de preguntas

Patton (2015) cree que un cuestionario claro ayuda a no perder el hilo al hablar con la gente, dando datos buenos, parecidos y que pegan con el estudio. También ayuda a no olvidar nada importante y deja cambiar las preguntas según la persona, sin dejar de ser serios.

Aquí, viendo cómo las redes hacen que pensemos en el planeta, la lista ayudará a ver qué piensa la gente del ambiente. Esto hará más fácil juntar datos que se puedan contar, dando una idea clara de lo que la gente vive al hablar en redes.

4 CAPITULO IV

4.1 Análisis de resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de una guía de preguntas estructurada en formato de encuesta, bajo un enfoque cuantitativo, dirigida a los moradores del barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad. Esta recolección de datos tuvo como propósito identificar percepciones, actitudes y niveles de conocimiento vinculados a la conciencia ecológica y su relación con los medios digitales. Los insumos recabados permiten establecer patrones de comportamiento y evaluar el impacto de la comunicación ambiental en entornos digitales, aportando así fundamentos empíricos para el diseño de estrategias comunicativas más efectivas en el ámbito local.

Tabla 1

¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	87	37.5%
Rara vez	75	43.5%
A veces	19	9.5%
Frecuentemente	12	6%
Siempre	7	3.5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

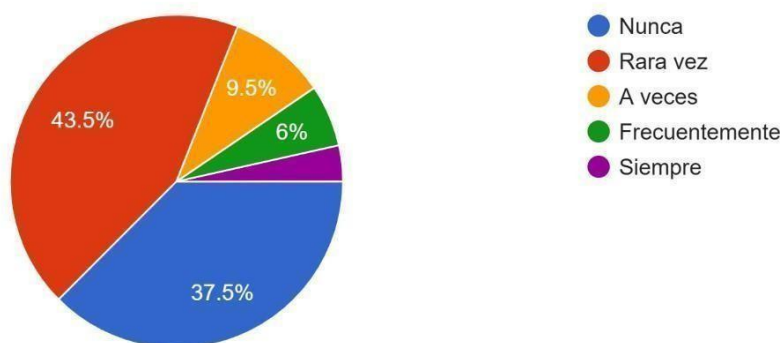
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 1

¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?

¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (87), que representa un porcentaje del 37.5%; rara vez (75), que representa un porcentaje de 43.5%; a veces (19) que representa un porcentaje de 9.5%; frecuentemente (12) que representa un porcentaje de 6%; siempre (7), que representa un porcentaje de 3.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, nunca o rara vez consultan en internet información relacionada con temas ambientales.

Tabla 2

¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	70	35%
Rara vez	82	41%
A veces	40	20%
Frecuentemente	5	2.5%
Siempre	3	1.5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

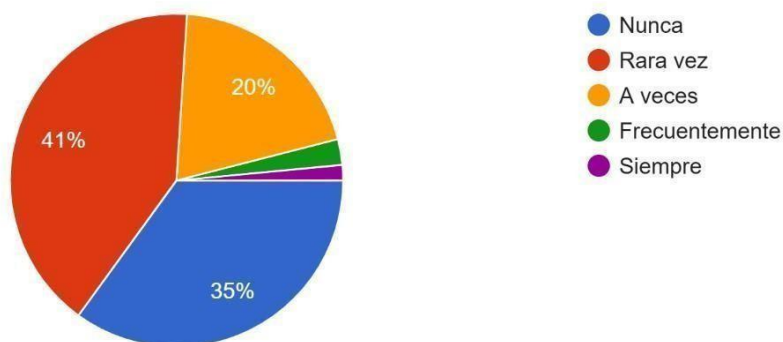
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 2

¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?

¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (70), que representa un porcentaje del 35%; rara vez (82), que representa un porcentaje de 41%; a veces (40) que representa un porcentaje de 20%; frecuentemente (5) que representa un porcentaje de 2.5%; siempre (3), que representa un porcentaje de 1.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, rara vez emplean aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales.

Tabla 3

¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	68	34%
Rara vez	70	35%
A veces	55	27.5%
Frecuentemente	5	2.5%
Siempre	2	1%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

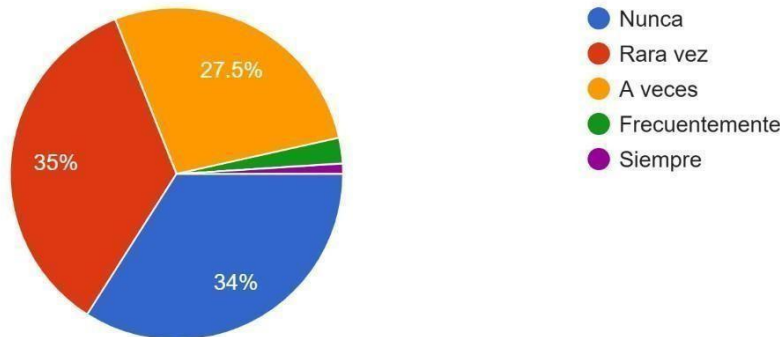
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 3

¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?

¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (68), que representa un porcentaje del 34%; rara vez (70), que representa un porcentaje de 35%; a veces (55) que representa un porcentaje de 27.5%; frecuentemente (5) que representa un porcentaje de 2.5%; siempre (2), que representa un porcentaje de 1%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, rara vez participan activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental.

Tabla 4

¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	61	30.5%
Rara vez	90	45%
A veces	41	20.5%
Frecuentemente	5	2.5%
Siempre	3	1.5%
TOTAL	200	100%

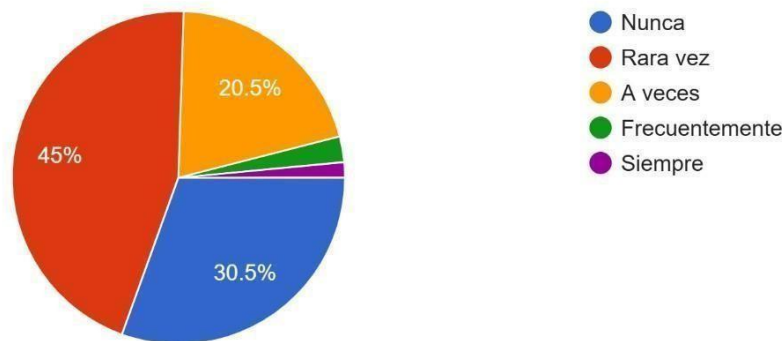
Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 4

¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?

¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?
200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (61), que representa un porcentaje del 30.5%; rara vez (90), que representa un porcentaje de 45%; a veces (41) que representa un porcentaje de 20.5%; frecuentemente (5) que representa un porcentaje de 2.5%; siempre (3), que representa un porcentaje de 1.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, nunca y rara vez producen contenido propio que difunda mensajes ambientales.

Tabla 5

¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirla en medios digitales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	75	37.5%
Rara vez	63	31.5%
A veces	43	21.5%
Frecuentemente	9	4.5%
Siempre	10	5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

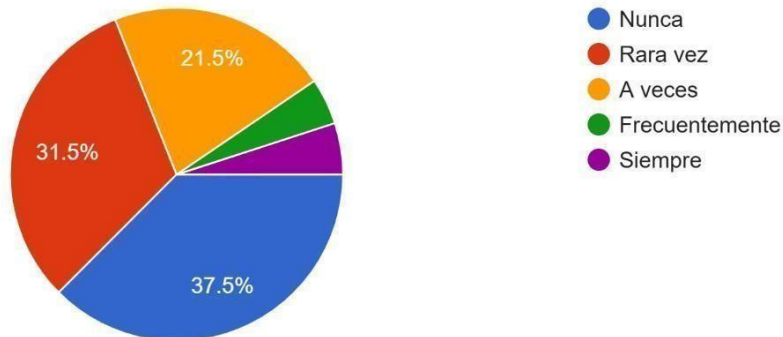
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 5

¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirla en medios digitales?

¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirlas en medios digitales?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (75), que representa un porcentaje del 37.5%; rara vez (63), que representa un porcentaje de 31.5%; a veces (43) que representa un porcentaje de 21.5%; frecuentemente (9) que representa un porcentaje de 4.5%; siempre (10), que representa un porcentaje de 5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, nunca usan verificación antes de difundir algo en medios digitales.

Tabla 6

¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	78	39%
Rara vez	85	42.5%
A veces	28	14%
Frecuentemente	5	2.5%
Siempre	4	2%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

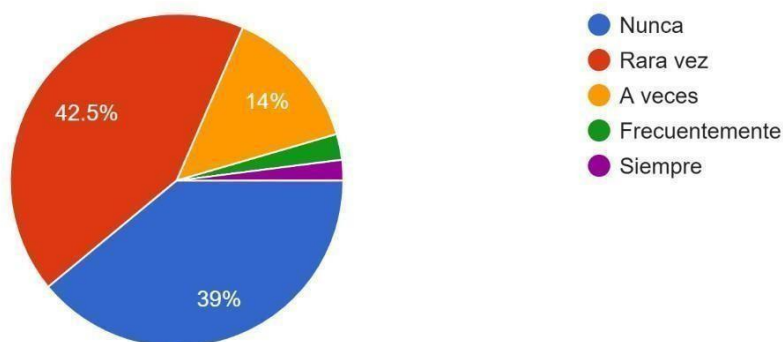
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 6

¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales?

¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (78), que representa un porcentaje del 39%; rara vez (85), que representa un porcentaje de 42.5%; a veces (28) que representa un porcentaje de 14%; frecuentemente (5) que representa un porcentaje de 2.5%; siempre (4), que representa un porcentaje de 2%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, rara vez actualizan o refuerzan sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales locales o globales.

Tabla 7

¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	59	29.5%
Rara vez	78	39%
A veces	47	23.5%
Frecuentemente	9	4.5%
Siempre	7	3.5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

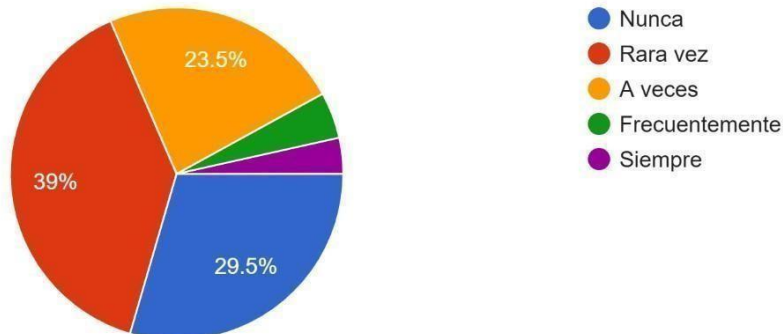
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 7

¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?

¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (59), que representa un porcentaje del 29.5%; rara vez (78), que representa un porcentaje de 39%; a veces (47) que representa un porcentaje de 23.5%; frecuentemente (9) que representa un porcentaje de 4.5%; siempre (7), que representa un porcentaje de 3.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, rara vez manifiestan la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales.

Tabla 8

¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	72	36%
Rara vez	65	32.5%
A veces	35	17.5%
Frecuentemente	16	8%
Siempre	12	6%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

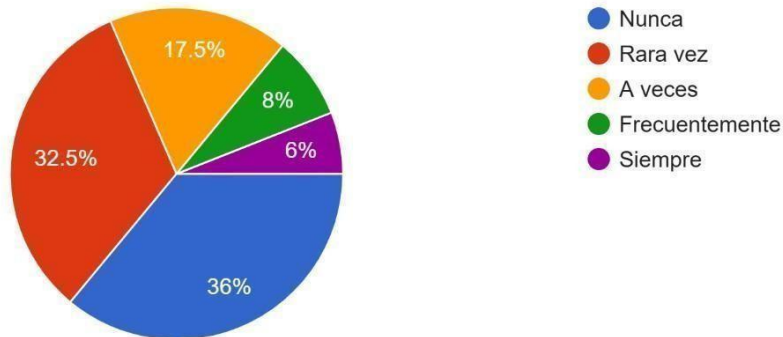
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 8

¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?

¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (72), que representa un porcentaje del 36%; rara vez (65), que representa un porcentaje de 32.5%; a veces (35) que representa un porcentaje de 17.5%; frecuentemente (16) que representa un porcentaje de 8%; siempre (12), que representa un porcentaje de 6%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, nunca implementan acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos.

Tabla 9

¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	74	37%
Rara vez	82	41%
A veces	39	19.5%
Frecuentemente	2	1%
Siempre	3	1.5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

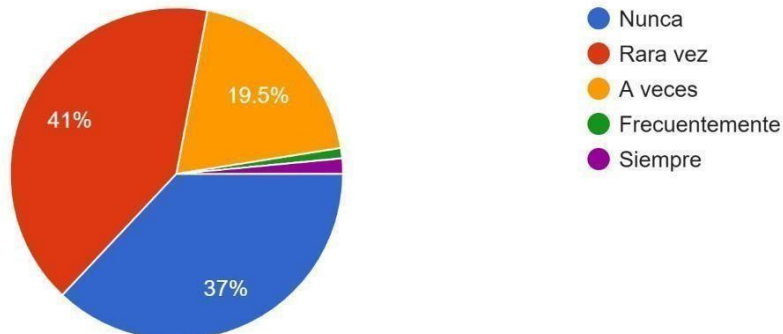
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 9

¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?

¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (74), que representa un porcentaje del 37%; rara vez (82), que representa un porcentaje de 41%; a veces (39) que representa un porcentaje de 19.5%; frecuentemente (2) que representa un porcentaje de 1%; siempre (3), que representa un porcentaje de 1.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, rara vez participan en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conversación y protección ambiental.

Tabla 10

¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	0.5%
Rara vez	13	6.5%
A veces	15	7.5%
Frecuentemente	36	18%
Siempre	135	67.5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes del barrio General Enriquez Gallo del cantón La Libertad

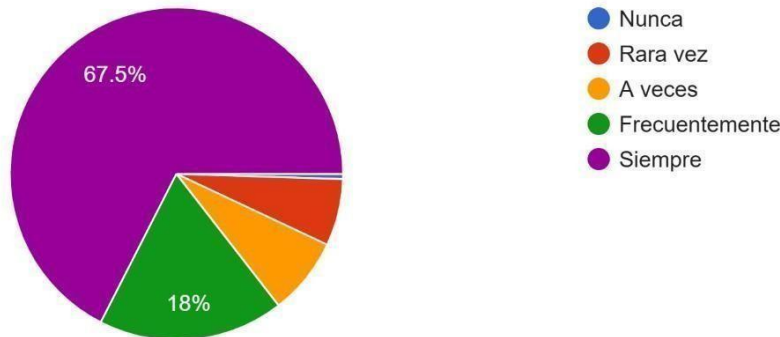
Elaborado por: Andrea Cordero

Figura 10

¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?

¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?

200 respuestas



Fuente: Tabla de frecuencias.

Elaborado por: Andrea Cordero

Los datos obtenidos en la primera pregunta son los siguientes: nunca (1), que representa un porcentaje del 0.5%; rara vez (13), que representa un porcentaje de 6.5%; a veces (15) que representa un porcentaje de 7.5%; frecuentemente (36) que representa un porcentaje de 18%; siempre (135), que representa un porcentaje de 67.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de encuestados, siempre consideran que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad.

5 Capítulo V

5.1 DISCUSIÓN

Al contrastar los resultados de la Tabla 1 (“¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?”) con los de la Tabla 10 (“¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?”), se observa una marcada contradicción entre la percepción y la práctica de los encuestados.

Mientras que el 81% de las personas encuestadas dice que nunca o casi nunca busca información ambiental en internet, un 67.5% opinan que los medios digitales siempre ayudan a fortalecer la conciencia ecológica, esto pone en evidencia una gran diferencia entre cómo se valoran teóricamente los medios digitales y su uso real como herramientas para la educación ambiental.

A parte de eso al comparar la tabla número 2 la cual se refiere al uso de plataformas digitales sobre la ecología, con la tabla 3 que examina la participación activa en redes sociales sobre temas del medio ambiente se nota una tendencia de bajo involucramiento digital, en ambos casos más del 70% de los encuestados confirma que nunca o casi nunca utilizan estos espacios para informarse o interactuar, este patrón indica una actividad pasiva hacia los contenidos ambientales.

Por otro lado los resultados de la tabla número 8 abordan la implementación de acciones sostenibles en la vida diaria revelan que el 68.5% de los encuestados nunca o casi nunca adoptan prácticas ecológicas como reducir el uso de plásticos o separar residuos, esta información al contrastarse con la percepción positiva de los medios digitales (tabla 10 sugiere que reconocer el valor comunicativo de esta plataforma no necesariamente lleva a comportamientos ecológicos concretos, la conciencia ambiental parece manifestarse más en el ámbito cognitivo que en el práctico.

Esto indica una carencia de continuidad educativa y de compromiso social ambiental. En consecuencia, la comunicación ambiental en entornos digitales aún no logra consolidarse como una herramienta transformadora de actitudes ni como un canal de participación comunitaria activa en la protección del entorno.

6 Capítulo VI

6.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.1 Conclusiones

- La mayoría de los habitantes del barrio General Enríquez Gallo no utiliza los medios digitales como fuente principal de información ambiental, a pesar de reconocer su potencial educativo.
- Hay una baja participación activa en redes sociales cuando se trata de contenidos ambientales lo que muestra un enfoque más pasivo en la comunicación ecológica digital.
- La creación de contenido propio sobre temas ecológicos es bastante limitada lo que dificulta la difusión de mensajes locales que se adapten al contexto del cantón La Libertad.
- Aunque la impresión sobre el impacto de los medios digitales es positiva esto no se pasa a acciones sostenibles en la vida diaria.
- La actualización de conocimientos y la participación en actividades ambientales son limitadas, evidenciando una débil cultura ecológica digital y presencial.

6.1.2 Recomendaciones

18

- Se propone llevar a cabo campañas locales de alfabetización digital ambiental, enfocadas en promover el uso de plataformas digitales como espacios para aprender y actualizarse sobre temas ecológicos.
- Se sugiere fomentar programas de comunicación participativa, donde los moradores del barrio se conviertan en co-creadores de mensajes sobre el medio ambiente, estimulando la interacción y el debate en redes sociales.
- Se busca impulsar talleres para la creación de contenidos digitales relacionados con el medio ambiente, ofreciendo capacitaciones en el uso de herramientas multimedia y estrategias de comunicación efectiva.
- La idea es desarrollar campañas que combinen medios digitales con actividades comunitarias, uniendo la teoría ambiental con la práctica cotidiana.
- Es fundamental establecer alianzas entre instituciones educativas, gobierno locales y organizaciones ambientales para fortalecer la educación ambiental de manera continua.

- Acosta. (2018). *Consumo de Medios Digitales, Influenciados por el Marketing y la Gloablización en Estudiantes de Bachillerato*. Obtenido de Universidad de Panamá:
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/8981/13391?inline=1>
- Costales, R. (febrero de 2013). *Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen*. Obtenido de Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación:
<https://www.redalyc.org/pdf/160/16057409017.pdf>
- Saona. (diciembre de 2023). *Fake news en medios emergentes: Explorando la incidencia en comunidades locales. Un estudio en Puerto Nuevo*. Obtenido de REICOMUNICAR:
<https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/196/332>
- Teso, E., & Lozano, Á. (2022). *Cambio climático en España: La comunicación digital y el “sentimiento” en los cibermedios*. Revista Latina de Comunicación Social, (80), 245–267.
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/912>
- Ruiz del Olmo, F. J., & Carballada Camacho, I. (2024). *Moda y sostenibilidad en revistas digitales españolas: estrategias comunicativas en torno a la economía circular*. Historia y Comunicación Social, 29(1), 123–139.
<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/93243>
- Sancho Belinchón, I., & Ortega Fernández, L. (2023). *El enfoque de los medios sobre la transición ecológica en redes sociales: Instagram y Twitter como plataformas de concienciación*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29(3), 765–783.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/80734>
- Erazo Rodríguez, J., Viñan Carrasco, C., Murillo Naranjo, Y., & Calderón Cruz, M. (2023). La educomunicación y las TIC como estrategia para el desarrollo de actitudes ambientales en estudiantes de Riobamba, Ecuador. *Conciencia Digital*, 6(1), 45-60.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.1.2449>
- Sangucho Tipan Magic Touring, R., & Baque Cárdenas, L. (2021). Uso de redes sociales para la promoción de la educación ambiental en la Universidad Tecnológica Israel. *Revista de Estudios Ambientales*, 2(2), 78-90. <https://doi.org/10.35290/re.v2n2.2021.450>
- Cumba Castro, A. (2020). Programación de Oromar TV y su impacto en la conciencia

ambiental en Manabí, Ecuador. *Revista Alteridad*, 10(1), 120-135.
<https://revistas.ups.edu.ec/index.php/alteridad/article/view/1.2020.10>

Muñoz, C. (2019). La conciencia ambiental como motor de cambio hacia sociedades sostenibles. *Revista Alfa*.

<https://revistaalfa.org/index.php/revistaalfa/article/view/302/790>

Mejía Madero, D. (2020). Cambio climático y conciencia ambiental en la sociedad ecuatoriana. *Revista Areté*, 4(5), 2140–2153.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2616-79642022000502140

Ruiz Caballero, M. V. (2023). Plataformas digitales: una alternativa de educación a distancia sustentable. *Paradigma Creativo*, 4(1), 80–97.

<https://doi.org/10.29105/pc.v4i1.36paradigmacreativo.uanl.mx>

Pincay, M., García, S., Cevallos, S., Mite, M., & Romo, M. (2018). Actitudes y comportamientos ecológicos de consumidores adultos guayaquileños de clase media. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 31(1). <https://rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/6>

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.2023.478-48](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.478-48)

Calvo, D., López-García, G., & Aguar-Torres, J. (2024). Producción de contenidos para internet. En D. Calvo, G. López-García & J. Aguar-Torres (Eds.), *Periodismo digital: ecosistemas, plataformas y contenidos* (pp. 110–125). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.27.p110>

García, L., & Pérez, M. (2020). Relación entre nivel educativo y conciencia ambiental en zonas urbanas de Ecuador. [PDF]. (Archivo local: SFJD+049.pdf)

Martín Algarra, M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, (38), 151–172.

<https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/142478>

FLACSO Andes. (2023). Preocupación ambiental y conductas proambientales en jóvenes y adultos mayores. <https://www.flacsoandes.edu.ec/buscador/Record/clacso-CLACSO79287/Description>

Torres Marín, M. A. (2024). Conciencia ambiental en estudiantes de 5to grado nivel secundario en instituciones educativas rural y urbana de la provincia de Maynas. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/10588>

- Mamani Uchasara, H., Estrada Araoz, E., Gallegos Ramos, N., & Huaypar Loayza, K. (2020). Actitudes hacia la conservación ambiental en adolescentes de educación secundaria en Madre de Dios, Perú. *Ciencia Amazónica (Iquitos)*, 8(1), 99–110.
<https://doi.org/10.22386/ca.v8i1.283>
- Castells, M. (2007). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. *International Journal of Communication*, 1, 238–266. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46/35>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
<https://mitpress.mit.edu/9780262632553/the-language-of-new-media/>
- Sánchez, J. (2025). Entendiendo qué es la conciencia ecológica y su relevancia actual. MaxEcología. Recuperado de <https://maxecologia.com/entendiendo-que-es-la-conciencia-ecologica-y-su-relevancia-actual/>
- Bryman, A. (2005). *Social research methods: Quantitative and qualitative approaches* (3.^a ed.). Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/social-research-methods-9780199283418>
- McCombes, S. (2023, 22 de junio). Descriptive Research | Definition, Types, Methods & Examples. Scribbr. Recuperado el 22 de mayo de 2025, de <https://www.scribbr.com/methodology/descriptive-research/>
- Aggarwal, R., & Ranganathan, P. (2019). Study designs: Part 2 – Descriptive studies. *Perspectives in Clinical Research*, 10(1), 34–36. https://doi.org/10.4103/picr.PICR_154_18
- Levin, K. A. (2006). Study design IV: Cross-sectional studies. *Evidence-Based Dentistry*, 7(1), 24–25. <https://doi.org/10.1038/sj.ebd.640037>
- Demeny, P. (1986). *Population and the invisible hand*. *Demography*, 23(4), 473–487. <https://doi.org/10.2307/2061349>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-research-evaluation-methods/book232962>
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/the-practice-of-social-research-15e-babbie/>

Martínez, L. (2020). *Comunicación ambiental y ciudadanía: claves para una educación sostenible*. 22

Revista Iberoamericana de Educación Ambiental, 32(1), 45–60.

Reza, M., & Rizwan, M. (2021). *Digital media and environmental communication: Prospects and challenges*. *Journal of Environmental Communication Studies*, 8(2), 112–128.

<https://doi.org/10.1080/17524032.2021>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No.

449. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bollo.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2022). Ley Orgánica de Comunicación (Reforma). Registro Oficial Suplemento 472. <https://www.defensoria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/11/Ley-Organica-de-Comunicacion-Reforma-2022.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2018). Ley Orgánica del Ambiente. Registro Oficial Suplemento 983. <https://ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/Ley-Organica-CC-1-nica-del-Ambiente.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). (2021). Plan Nacional de Desarrollo – Ecuador 2030. <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2021-2025/>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI). https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/Ley_Organica_de_Educacion_Intercultural_LOEI_Actualizada.pdf



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO

Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales

AUTOR

Andrea Fabiana Cordero Quinde

TUTOR

Ab. Arturo Clery PhD.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comunicación, cultura y desarrollo social

SUB-LÍNEA

Ecología y desarrollo ambiental

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO 2025



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO:

Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cuidado del medio ambiente se ha convertido en un desafío crucial en la sociedad contemporánea, especialmente frente al creciente impacto de las actividades humanas y la rápida expansión de los entornos digitales. Aunque los medios digitales ofrecen oportunidades para difundir información ambiental y fomentar prácticas sostenibles, persiste una desconexión entre el conocimiento que se comparte y la adopción de hábitos ecológicos por parte de la población. Esta situación plantea la necesidad de investigar cómo la comunicación digital puede influir efectivamente en la conciencia ecológica, considerando contextos locales específicos, como el barrio General Enríquez Gallo, donde este fenómeno aún no ha sido suficientemente estudiado.

DEFINICIÓN DE VARIABLES

Medios digitales

En la era digital actualmente vivida por la sociedad contemporánea los medios de comunicación han experimentado una transformación significativa en sus modalidades de expresión e interacción mutua entre sí y sus audiencias particulares, este proceso de cambio ha dejado atrás las formas tradicionales de difusión unidireccionales para dar paso a una comunicación más dinámica y personalizada en la que las personas no solo consumen información sino que también participan activamente en la creación de contenidos.

Especialistas en el ámbito de la comunicación digital han analizado detalladamente esta metamorfosis sociocultural.

Según Kaur et al, (2024) los medios digitales brindan fácil acceso a una comunicación inmediata y bidireccional, con una extensión global y niveles elevados de compromiso social, lo que convierte a estos medios en implementos claves para promover hábitos responsables.

En este sentido, el enfoque digital no solo transforma los canales y formatos de comunicación, sino que también resignifica la experiencia del usuario, haciéndola más dinámica, fragmentada y adaptativa. Esta nueva lógica comunicacional representa una oportunidad clave para abordar temáticas sociales, como la conciencia ecológica, de una forma más cercana, emocional y que invita a participar, sobre todo en redes y plataformas digitales donde se busca que la gente se involucre activamente.



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Conciencia Ecológica

Para poder enfrentar un fenómeno difícil de combatir, como en este caso, los escasos de conciencia ecológica, es fundamental conocer y estar empapado del tema, en este caso hay autores que respaldan información relevante sobre mencionada cuestión investigada.

Según Sánchez (2025), esta conciencia resultará fundamental para comprender cómo nuestras acciones impactan en la naturaleza y modificar nuestro comportamiento para proteger el planeta y mejorar nuestra calidad de vida presente y futura, impulsar esta conciencia en las personas resultaría fundamental para promover comportamientos responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente.

OBJETIVO GENERAL

Estudiar la comunicación ambiental y la conciencia ecológica de los medios digitales en el barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar cómo influye la comunicación ambiental en medios digitales en la percepción y actitudes ecológicas de los usuarios.
- Analizar qué factores limitan o favorecen la efectividad de la comunicación ambiental en entornos digitales para promover comportamientos sostenibles.
- Aportar con recomendaciones que adecúen la comunicación ambiental en medios emergentes.



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento o de información
Variable Independiente: Medios Digitales	Según Kaur et al, (2024) los medios digitales brindan fácil acceso a una comunicación inmediata y bidireccional, con una extensión global y niveles elevados de compromiso social, lo que convierte a estos medios en implementos claves para promover hábitos responsables.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceso a información 2. Uso de plataformas digitales 3. Interacción en redes 4. Generación de contenido 5. Uso responsable de medios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frecuencia de acceso a recursos en línea 2. Participación en foros y redes sociales 3. Producción de contenido digital 4. Cantidad de publicaciones 5. Nivel e verificación de fuentes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales? 2. ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales? 3. ¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental? 	Encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

				<ol style="list-style-type: none"> 4. ¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales? 5. ¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirlas en medios digitales? 	
Variable Dependiente: Conciencia Ecológica	Según Sánchez (2025), esta conciencia resultará fundamental para comprender cómo nuestras acciones impactan en la naturaleza y modificar nuestro comportamiento para proteger el planeta y mejorar nuestra calidad de vida presente y futura, impulsar esta conciencia en las personas resultaría fundamental para promover comportamientos responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento ambiental 2. Actitudeshacia la naturaleza 3. Comportamientos proambientales 4. Participaciónen actividades ecológicas 5. Percepción del efecto de MD en CE 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento sobre problemas ambientales 2. Frecuencia en la adopción de prácticas sostenibles 3. Participaciónen campañas de concienciación 4. Cantidad de actividades comunitarias 5. Opinión sobre i8nfluencia de medios digitales en conocimientos ambientales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas ambientales locales o globales? 2. ¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales? 3. ¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos? 4. ¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente? 5. ¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales 	



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

contribuyen positivamente a
aumentar la conciencia ecológica
en la sociedad?



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

INSTRUMENTO

Técnica: encuesta

Instrumento: cuestionario – Escala de Likert

Tema: Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales

Objetivo General: Estudiar la comunicación ambiental y la conciencia ecológica de los medios digitales en el barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad

Escala: Nunca 1, rara vez 2, a veces 3, frecuentemente 4, siempre 5.

Variable independiente: alfabetización mediática		1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?					
2	¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?					
3	¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?					
4	¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?					
5	¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirlas en medios digitales?					
Variable dependiente: democratización de la información						
6	¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas?					
7	¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?					
8	¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?					
9	¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?					
10	¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar la conciencia ecológica en la sociedad?					

Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez Experto
C.I: 0910759851

Firma:

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-02022
C=EC, O=UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA

UPSE
o=SECURITY DATAS A. 2, c=EC
Fecha: 2025.09.26 14:58:05:00
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20693



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales																
AUTOR:		Andrea Fabiana Cordero Quinde																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Nunca	Rara vez	A veces	Frecuente	Siempre	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Medios digitales	Acceso a información	Frecuencia de acceso a recursos en línea	¿Con qué frecuencia utiliza internet para consultar información relacionada con temas ambientales?							X		X		X		X		
	Uso de plataformas digitales	Participación en foros y redes sociales	¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones o plataformas digitales para acceder a contenidos sobre ecología y medios ambientales?							X		X		X		X		
	Interacción en redes	Producción de contenido digital	¿Con qué frecuencia participa activamente en redes sociales mediante comentarios, compartidos o reacciones a publicaciones sobre protección ambiental?							X		X		X		X		
	Generación de contenido	Cantidad de publicaciones	¿Con qué frecuencia produce contenido propio que difunda mensajes ambientales?							X		X		X		X		



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN		¿Con qué frecuencia verifica la fiabilidad y fundamentación de la información ambiental antes de compartirlas en medios digitales?															
Conciencia ecológica	Uso responsable de medios	Nivel de verificación de fuentes								x		x			x		x
	Conocimiento ambiental	Conocimiento sobre problemas ambientales	¿Con qué frecuencia actualiza o refuerza sus conocimientos sobre los principales problemas?							x		x			x		x
	Actitudes hacia la naturaleza	Frecuencia en la adopción de prácticas sostenibles	¿Con qué frecuencia manifiesta la importancia de proteger el medio ambiente, incluso cuando requiere modificar sus hábitos personales?							x		x			x		x
	Comportamientos proambientales	Participación en campañas de concienciación	¿Con qué frecuencia implementa acciones en su vida cotidiana como reducir el uso de plásticos, ahorrar agua o realizar separación de residuos?							x		x			x		x
	Participación en actividades ecológicas	Cantidad de actividades comunitarias	¿Con qué frecuencia participa en campañas, voluntariados o actividades relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente?							x		x			x		x
	Percepción del efecto de medios	Opinión sobre influencia de medios digitales en conocimientos	¿Con qué frecuencia considera que los medios digitales contribuyen positivamente a aumentar								x		x			x	



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

de MD en	ambientales	la conciencia ecológica en																	
CE		la sociedad?																	

CARRERA DE COMUNICACIÓN

ARTUROGUILLERMO CLERY AGUIRRE

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
 Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
 Fecha: 2025.09.26 21:02:18 -0500
 Versión de Adobe Acrobat Reader: 2025.001.20693

La Libertad 24 de septiembre del 2025

Ab. Arturo Clery, PhD.
 Juez Experto
 C.I: 0910759851



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Andrea Fabiana Cordero Quinde		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Medios digitales y conciencia ecológica: la comunicación ambiental en espacios digitales		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Estudiar la comunicación ambiental y la conciencia ecológica de los medios digitales en el barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad	
Dirigido a:	Moradores del barrio General Enríquez Gallo del cantón La Libertad	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.	
Documento de identidad:	0910759851	
Grado académico:	Doctor/PhD. en información	
Especialidad:	Derecho comunicacional	
Experiencia profesional (años): 25		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable x	Aplicable después de Corregir	No aplicable
Sugerencia:		

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION,o=SECURITYDATAS.A.2,c=EC

La Libertad 24 de septiembre del 2025

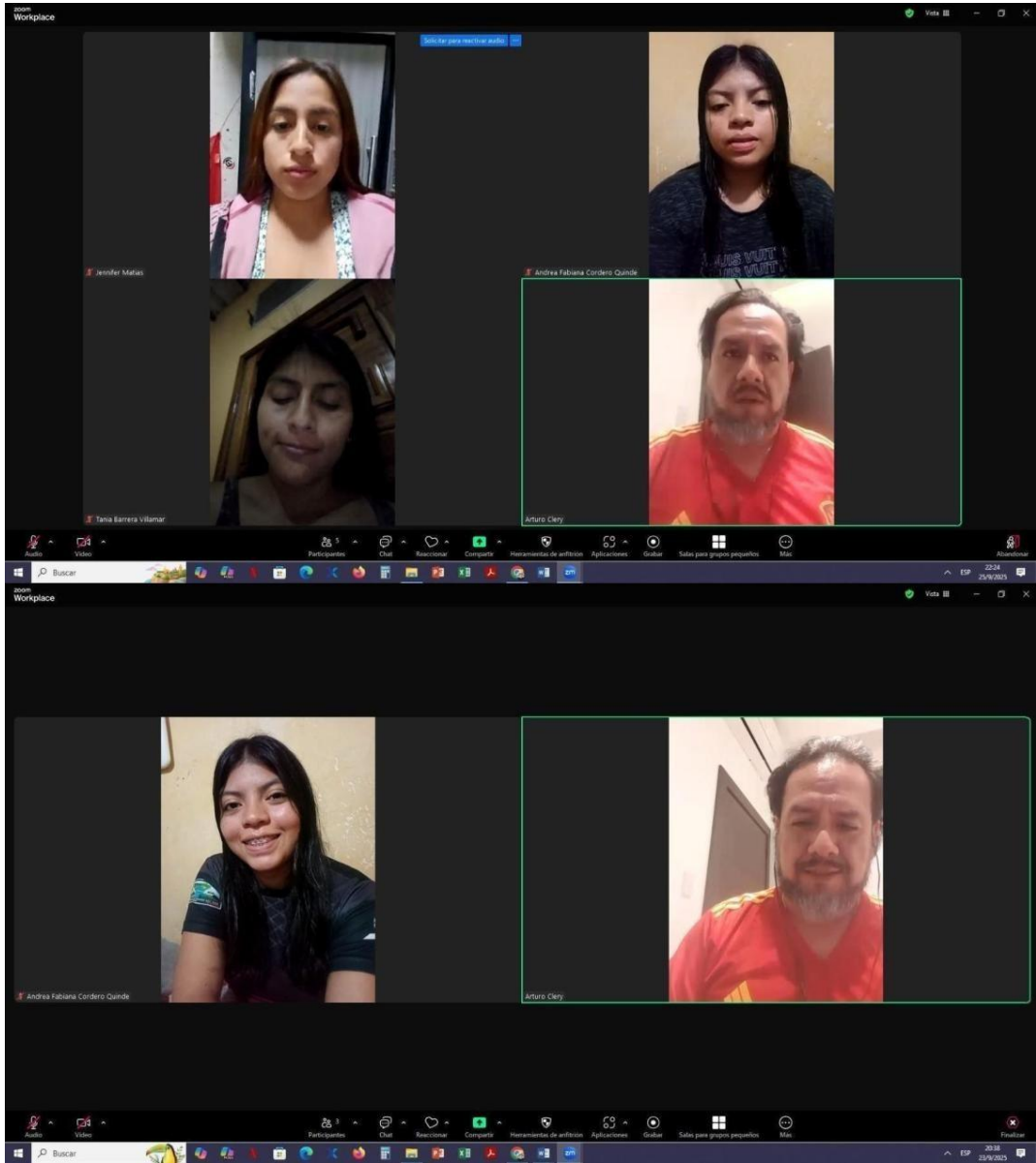
Fecha: 2025.09.26 21:02:50 -0500
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2025.001.20693

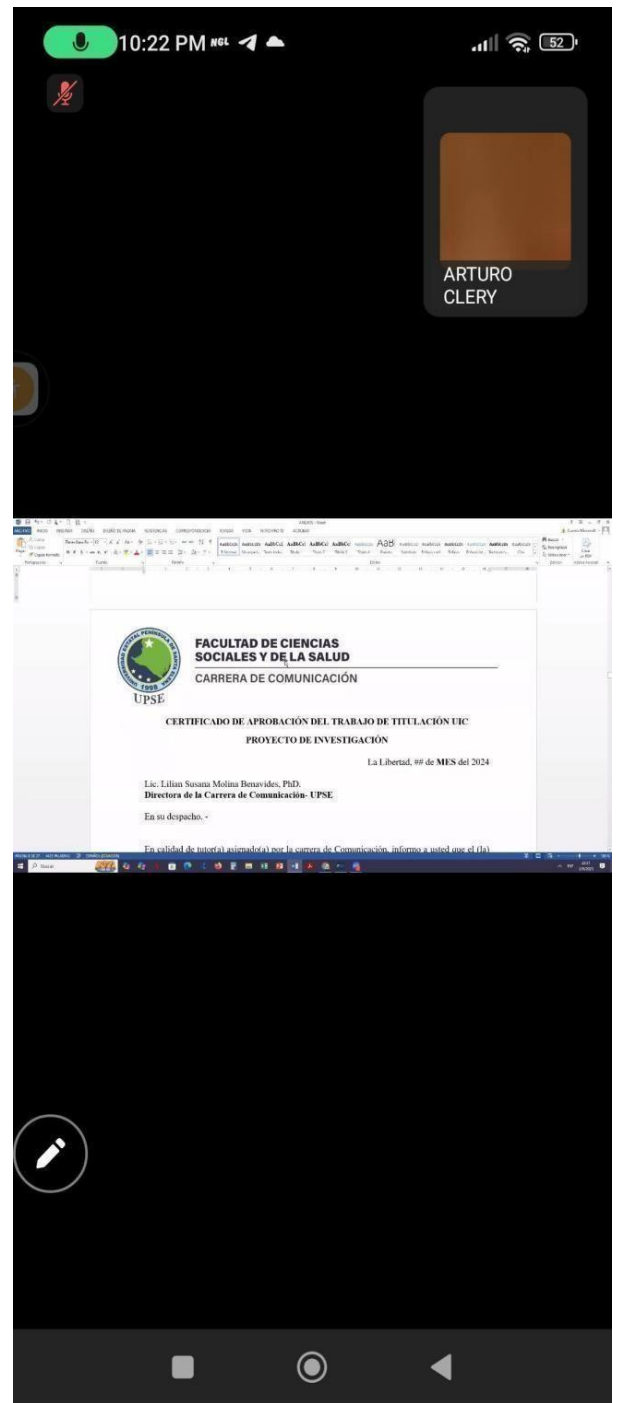
Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez Experto
C.I: 0910759851

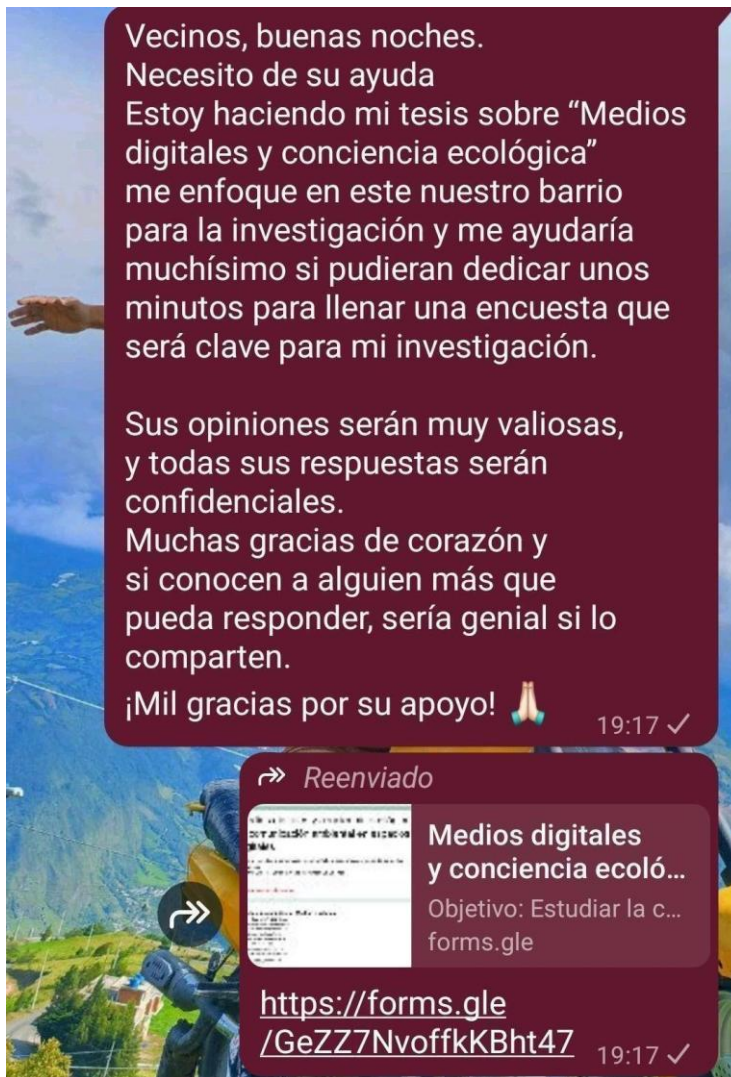


**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN







Esta situación limita la capacidad de la comunicación digital para lograr una transformación real frente a la urgencia climática.

La falta de estrategias comunicativas efectivas y contextualizadas impide que los mensajes conecten emocionalmente con la audiencia y promuevan acciones concretas.

El empleo de estas herramientas para promover el cuidado del ambiente tiende a ser puntual, aislado o superficial, lo que impide que los mensajes influyan profundamente en las acciones del público.

La brecha entre la gran cantidad de información disponible y el potencial real para moldear la conciencia ecológica de la gente es un problema actual.

No se ha explorado lo suficiente cómo se construye y transmite el discurso ambiental en los medios digitales y su impacto en la conciencia ambiental de los usuarios, lo que es una necesidad urgente para fortalecer la educación y acción ambiental.

Los medios digitales no están siendo aprovechados de manera efectiva para fomentar la conciencia ecológica y la protección del medio ambiente.

La comunicación ambiental en entornos digitales a menudo carece de estructura, continuidad o conexión con la vida diaria de los usuarios.

Existe un vacío en el estudio sistemático de la comunicación ambiental digital desde una perspectiva regional o local.

La efectividad de los mensajes ambientales en plataformas digitales es limitada debido a la sobreinformación y a la falta de narrativas adecuadas.

Algunos medios digitales replican patrones tradicionales de comunicación, con énfasis en medios generalistas y sin una narrativa que motive a la acción.

Los recursos tecnológicos se utilizan de manera superficial en la comunicación ambiental.