

RELIGACIÓN

R E V I S T A

Comunicación para la sostenibilidad en la agenda académica reciente (2020-2025): análisis bibliográfico y cartografía temática

Communication for sustainability in the recent academic agenda (2020-2025): bibliographic analysis and thematic mapping

Evelin Nataly Benavides Torres, Dody Josuhá Haro López

Resumen

Este artículo presenta un mapeo de la investigación reciente sobre comunicación para la sostenibilidad en bases de datos indexadas, con el objetivo de caracterizar su panorama temático y la producción científica en el período 2020-2025. Se desarrolla una revisión bibliográfica de carácter descriptivo y exploratorio que sigue el modelo SALSA (search, appraisal, synthesis, analysis) y se inscribe en la lógica de las revisiones integradoras. El protocolo incluyó la delimitación del objeto de estudio (comunicación sostenible), el intervalo temporal (2020-2025) y los tipos de diseño elegibles, así como una búsqueda estructurada en Scopus, SciELO, Dialnet y Redalyc. Los resultados evidencian la consolidación progresiva de la comunicación para la sostenibilidad como campo en formación y permiten identificar cuatro ejes principales: comunicación de la sostenibilidad en la gestión y el marketing organizacional; comunicación digital y redes sociales; comunicación comunitaria y territorial; y experiencias académicas y universitarias vinculadas al desarrollo sostenible. Asimismo, se observa una hegemonía de enfoques instrumentales orientados al reporting, el marketing y la reputación, coexistiendo con núcleos críticos y participativos aún minoritarios. El estudio visibiliza vacíos y oportunidades para investigaciones comparativas, multiactor y con marcos teóricos más integradores.

Palabras clave: comunicación para la sostenibilidad; revisión bibliográfica; educomunicación; análisis temático; bases de datos indexadas; Agenda 2030

Evelin Nataly Benavides Torres

Universidad Politécnica Estatal del Carchi | Tulcán | Ecuador | nataly.benavides@upec.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-5500-1524>

Dody Josuhá Haro López

Universidad Politécnica Estatal del Carchi | Tulcán | Ecuador | dody.haro@upec.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0009-2422-0386>

<http://doi.org/10.46652/rgn.v11i49.1606>
ISSN 2477-9083
Vol. 11 No. 49, enero-marzo, 2026, e2601606
Quito, Ecuador

Enviado: diciembre 31, 2025
Aceptado: febrero 19, 2026
Publicado: abril 01, 2026
Publicación Continua



Abstract

This article presents a mapping of recent research on communication for sustainability in indexed databases, with the aim of characterizing its thematic landscape and scientific output in the period 2020-2025. A descriptive and exploratory literature review is developed following the SALSA model (search, appraisal, synthesis, analysis) and is part of the logic of integrative reviews. The protocol included the delimitation of the object of study (sustainable communication), the time interval (2020-2025), and the types of eligible designs, as well as a structured search in Scopus, SciELO, Dialnet, and Redalyc. The results show the progressive consolidation of communication for sustainability as a field in formation and allow us to identify four main axes: communication of sustainability in organizational management and marketing; digital communication and social networks; community and territorial communication; and academic and university experiences linked to sustainable development. Likewise, there is a hegemony of instrumental approaches oriented towards reporting, marketing, and reputation, coexisting with critical and participatory nuclei that are still in the minority. The study highlights gaps and opportunities for comparative, multi-actor research with more integrative theoretical frameworks.

Keywords: communication for sustainability; literature review; educommunication; thematic analysis; indexed databases; Agenda 2030

Introducción

La sostenibilidad se ha ido consolidando como una importante arista estructurante de la agenda global y las políticas públicas, principalmente a partir de las dos últimas décadas. La aprobación de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas, que consolida al desarrollo sostenible como un compromiso holístico con tres dimensiones esenciales: social, económica y ambiental (ONU, 2015). En este contexto de transformación la comunicación adquiere un papel estratégico, debiendo sobrepasar de la mera transmisión de información, hacia un proceso relacional, dialógico y situado, que articule discursos, actores y prácticas enfocadas hacia la transformación social y ecológica, en la línea de la comunicación para el desarrollo y el cambio social y de la comunicación para la sostenibilidad (Servaes, 2013; Touri, 2020).

En este sentido, la reciente literatura académica evidencia un progresivo interés por la “comunicación del compromiso social y para la sostenibilidad”, tanto desde perspectivas macro—como la gobernanza global y las transiciones socioecológicas— como también desde ámbitos específicos como el corporativo, educativo o el comunitario (Costa-Sánchez y Peñafiel-Saiz, 2024). De esta forma, diversas revisiones y estados del arte han cartografiado la comunicación para la sostenibilidad en subdisciplinas concretas, como, por ejemplo, el marketing y la comunicación corporativa, donde se han identificado temáticas orientadas hacia la publicidad verde, las reacciones de los consumidores y las estrategias de reporting (Braga et al., 2024; Borges et al., 2023). Paralelamente, se han encontrado estudios de caso situados en territorios específicos, como la Reserva de Biosfera Yasuní en Ecuador, que han enfatizado el rol de la comunicación en la articulación de medios de vidas rurales, diversidad productiva y desarrollo sostenible en situaciones de elevada vulnerabilidad socioambiental (Duque-Rengel y Heredia-Rengifo, 2022).

A pesar de ello, se puede determinar que el campo de la comunicación para la sostenibilidad se presenta aún fragmentado, con desarrollos esparcidos por subcampos (comunicación corporativa,

educación, comunicación comunitaria, comunicación política, etc.) y sin un mapa integrado que represente un panorama temático y su impacto científico en las principales bases de datos indexadas en el período reciente. Es importante mencionar que, dentro de la literatura identificada, se pueden reflejar carencias del análisis, que, desde una perspectiva iberoamericana y global, caracterice de manera sistemática la producción académica entre 2020 y 2025, un periodo marcado por la pandemia COVID-19, crisis ambientales y la intensificación del debate público sobre transiciones sostenibles. Por lo tanto, resulta pertinente recurrir a enfoques de revisión bibliográfica rigurosos, que combinen estrategias de búsqueda, valoración y síntesis propias de tipologías como las revisiones sistematizadas e integradoras (Grant y Booth, 2009; Whittemore y Knalf, 2005), con incorporación de estándares recientes de calidad y transparencia en elaboración de revisiones y mapas de literatura (Page et al., 2021).

A raíz de estas consideraciones, el problema de investigación que orienta el presente trabajo se enfoca en la escasa visión de conjunto sobre cómo se configura, qué temas prioriza y qué impacto científico genera la investigación sobre comunicación para la sostenibilidad en las bases de datos indexadas durante el periodo 2020-25. Por lo tanto, la pregunta base del estudio es: ¿Cuál es el panorama temático y el impacto científico de la investigación sobre comunicación para la sostenibilidad en las bases de datos indexadas durante el período 2020-2025? De manera que el objetivo general es mapear y analizar el desarrollo reciente de la comunicación para la sostenibilidad en la literatura académica indexada entre 2020-2025, a partir de una revisión bibliográfica. De este objetivo general se derivan tres objetivos específicos: (a) describir los patrones de productividad, visibilidad e impacto de los artículos identificados; (b) caracterizar los enfoques teóricos, metodológicos y contextuales que estructuran el campo; y (c) cartografiar los principales ejes temáticos y tensiones que articulan las relaciones entre comunicación y sostenibilidad en el periodo analizado.

Metodología

Esta investigación se plantea como una revisión bibliográfica de carácter descriptivo y exploratorio orientada al mapeo de la producción académica reciente sobre comunicación para la sostenibilidad y educación en bases de datos indexadas. Por su propósito de cartografiar temas, enfoques y tipos de evidencia (más que estimar efectos), el diseño se aproxima a un scoping review con lógica integradora, operativizada mediante las cuatro fases del método SALSA (search, appraisal, synthesis, analysis): búsqueda, evaluación, síntesis y análisis de la evidencia disponible (Grant y Booth, 2009). Este enfoque permite incluir artículos de revisión (revisiones sistemáticas, scoping reviews, meta-análisis, revisiones estructuradas) además de estudios empíricos o teóricos que abordan temáticas de comunicación para la sostenibilidad.

Para comenzar con este estudio se determinó un protocolo metodológico que delimitó (a) el objeto de estudio (comunicación para la sostenibilidad); (b) el período (2020 - 2025); (c) las fuentes (Scopus, SciELO, Dialnet y Redalyc); y (d) criterios de elegibilidad. Se consideraron como criterios de inclusión: artículos científicos con foco explícito en comunicación y sostenibilidad (o

educación vinculada a sostenibilidad/ODS), publicados entre 2020 y 2025, indexados en las bases señaladas y con acceso al texto completo. Los criterios de exclusión fueron: documentos no arbitrados (noticias, entradas web, etc), duplicados, trabajos sin relación sustantiva con comunicación para la sostenibilidad o centrados únicamente en sostenibilidad sin componente comunicacional, y textos sin acceso abierto. Esta decisión responde a la lógica de las revisiones integradoras, que buscan acoplar estudios de enfoques diversos con el fin de brindar una comprensión más vasta de un fenómeno de estudio (Whittemore y Knafl, 2005).

Como segundo paso se llevó a cabo la búsqueda en bases de datos indexadas, específicamente en Scopus, Dialnet, Scielo y Redalyc, mediante una estrategia bilingüe (español/inglés) utilizando la ecuación de búsqueda: (“comunicación sostenible” OR “educación”) AND (“revisión sistemática” OR “systematic review” OR “meta-análisis” OR “meta-analysis” OR “scoping review” OR “revisión de literatura”). Dicha estrategia de investigación se respaldó en sugerencias metodológicas que enfatizan transparencia y reproducibilidad en la identificación de estudios en ciencias sociales (Snyder, 2019). El siguiente paso consistió en la depuración de duplicados y la lectura detenida de títulos, resúmenes, palabras clave y cuando fue necesario el texto completo. Con esto se llegó a la conformación del corpus final de 15 artículos que cumplieran con los criterios de pertinencia temática, indexación y textos con acceso libre.

Para el análisis se construyeron matrices que registraron variables descriptivas (año, revista, país o región, tipo de artículo, diseño metodológico) y dimensiones analíticas (enfoques teóricos, concepciones de comunicación para la sostenibilidad/educación, ámbitos de aplicación, estrategias metodológicas). El análisis de contenido temático combinó un procedimiento inductivo (emergencia de categorías desde el corpus) con una contrastación deductiva mínima a partir de ejes conceptuales del campo (instrumental vs. crítico participativo). La síntesis se elaboró identificando patrones, tendencias y vacíos en campos temáticos en consolidación o poco estudiados (Grant y Booth, 2009; Whittemore y Knafl, 2005). Asimismo, el proceso de selección y reporte se inspiró en los principios de claridad y trazabilidad propuestos por la declaración PRISMA 2020 (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses), adaptados al carácter no estrictamente sistemático de esta revisión (Page et al., 2021).

Desarrollo

Caracterización del corpus y patrones de ubicación

En el siguiente apartado se van a presentar los resultados principales de esta revisión de literatura, y para comenzar la Tabla 1 mostrará de manera general el panorama del corpus teórico seleccionado.

Tabla 1. Características generales de los artículos incluidos

Código	Autor(es) y año	Base de datos	Tipo de artículo	Enfoque principal
A1	Fuentes Martínez, 2025	Redalyc	Artículo teórico–argumentativo / ensayo conceptual	Integra la cultura de paz en las empresas como parte del desarrollo sostenible, pone foco en el rol de la comunicación y en la construcción de confianza.
A2	Vázquez Chas, 2022	Redalyc	Estudio empírico cualitativo con análisis de contenido en redes sociales	Examina la comunicación digital de la sostenibilidad en redes sociales en cinco marcas de agua mineral.
A3	Newton y Ellis, 2025	Scopus	Estudio empírico cualitativo con grupos focales de estudiantes de diseño de comunicación	Explora cómo estudiantes de diseño comunicacional entienden y articulan la sostenibilidad en su práctica, identificando percepciones, vacíos y resistencias, y proponiendo ajustes curriculares para integrar de forma más consistente la responsabilidad socioambiental en la formación de diseñadores.
A4	Weder, 2023	Scopus	Estudio mixto con análisis de contenido de informes (documental)	Lectura evolutiva de la comunicación estratégica de la sostenibilidad, analizando 30 años de informes ambientales, sostenibilidad de corporaciones energéticas y los marcos narrativos que los organizan.
A5	Abendaño Ramírez, Guamán Guadalima y Fierro Cueva, 2024	Scopus	Estudio empírico mixto, exploratorio-descriptivo	Identifica indicadores para la comunicación sostenible en empresas privadas de Ecuador, asocia gestión de comunicación, compromiso de colaboradores e indicadores de desempeño.
A6	Costa-Sánchez y Peña-fiel-Saiz, 2024	Scopus	Revisión de literatura / estado del arte (análisis bibliográfico)	Analiza de forma multifocal la comunicación del compromiso social para la sostenibilidad, sistematizando tendencias recientes en estrategias corporativas, cobertura mediática, movimientos ciudadanos y redes sociales.
A7	Orozco-Toro, Vega, Retamal-Ferrada, Ávila y Durán, 2023	Scielo	Estudio empírico cuantitativo (encuesta)	Describe de manera comparativa la gestión estratégica de la comunicación de la sostenibilidad en grandes empresas de Ecuador, Colombia y Chile, aplicando el Modelo de Convergencia Comunicación–Sostenibilidad y proponiendo el escenario del “Bien Común”.
A8	Duque-Rengel y Heredia-Rengifo, 2022	Scopus	Estudio empírico cuanti–cualitativo, exploratorio-descriptivo	Identifica las condiciones socio-productivas y tácticas de comunicación para la sostenibilidad en la Reserva de Biosfera Yasuní, vinculando comunicación estratégica, desarrollo rural y sostenibilidad amazónica.
A9	Durán, Vega, Matus, Orozco-Toro y Avila, 2020	Scopus	Estudio empírico cuantitativo, exploratorio	Analiza la influencia de la cultura nacional en la gestión de comunicación para la sostenibilidad en grandes empresas de Ecuador, Colombia y Chile, probando un modelo de convergencia comunicación–sostenibilidad.

Código	Autor(es) y año	Base de datos	Tipo de artículo	Enfoque principal
A10	Becerra Cárdenas, 2025	Scopus	Estudio empírico cualitativo, investigación social participativa	Aporta una experiencia de educomunicación socioambiental con comunidad rural (Mapiripán, Meta) para la protección del jaguar y su hábitat, articulando educación ambiental, gobernanza local y comunicación participativa.
A11	Braga, Tardin, Perin y Boaventura, 2024	Scopus	Revisión de literatura en marketing con co-citación y análisis temático cualitativo (bibliometría + análisis cualitativo)	Organiza los fundamentos y corrientes de la comunicación sostenible en marketing, identificando cuatro grandes ejes: informes, publicidad sostenible, reacciones del consumidor y promoción de conductas pro-sostenibles.
A12	Shetty y Nayak, 2025	Scopus	Revisión de alcance de estudios empíricos sobre comunicación de la sostenibilidad en redes sociales en Asia	Mapea investigaciones asiáticas sobre comunicación de la sostenibilidad en social media, distinguiendo contenido generado por marca, por causas y por usuarios, y relacionando estos flujos comunicativos con conductas proambientales en consumo y conservación.
A13	Borges, Campos, Teixeira, Lucas, Ferreira-Oliveira, Rodrigues y Vaz-Velho, 2023	Scopus	Artículo de revisión sistemática de literatura (SLR) con análisis bibliométrico y de contenido	Identifica cómo las empresas comunican la sostenibilidad, caracterizando medios, herramientas y estrategias, tipificando siete grandes núcleos temáticos sobre comunicación corporativa de la sostenibilidad.
A14	Osuna-Ramírez y Escobar-Sierra, 2023	Scielo	Estudio empírico de métodos mixtos	Analiza cómo las IES colombianas comunican la sostenibilidad universitaria en redes sociales durante la pandemia, mostrando que prevalece un enfoque fragmentado y predominantemente económico de la sostenibilidad en la comunicación de marketing institucional.
A15	Martín Rivero, Gorina Sánchez, Alonso Berenguer, Gorina Sánchez, 2022	Scielo	Artículo teórico-propositivo basado en el método sistémico-estructural-funcional	Propone una estrategia de gestión de la formación permanente del profesorado universitario en comunicación de la ciencia abierta orientada al desarrollo sostenible, articulando fases, acciones y criterios de evaluación para fortalecer competencias comunicativas y el impacto social de la ciencia en clave de sostenibilidad.

Fuente: elaboración propia.

El análisis del corpus teórico pone en evidencia un panorama metodológico y temático variado, en donde se encontraron revisiones de literatura, ensayos teóricos y estudios empíricos con diferentes enfoques. Los trabajos predominantes se obtuvieron de la base indexada Scopus, se identificó una gran presencia de publicaciones latinoamericanas centradas en la comunicación organizacional o corporativa, la gestión interna de la comunicación, la comunicación universitaria y experiencias comunitarias, lo que reafirmó la centralidad de la comunicación como dimensión estratégica del desarrollo sostenible y del cambio social (Servaes, 2013). En esta línea, el estudio de

Durán et al. (2020), mostró cómo la cultura nacional moduló la gestión de la comunicación para la sostenibilidad en grandes empresas andinas, subrayando el peso de los contextos socioculturales en las estrategias comunicativas.

Asimismo, se determinó ciertas tensiones entre enfoques instrumentales orientados a estudiar reporting, marketing o reputación, y acercamientos mayormente críticos o participativos, que trabajaron propuestas integrales de la Agenda 2030 (ONU, 2015). Por lo tanto, el desarrollo de propuestas sobre diseño de comunicación sostenible y educomunicación transmedia, posibilita examinar un giro normativo y metodológico que concibe el diseño comunicacional como un escenario de innovación en clave de sostenibilidad holística y sentido de justicia social (Cadarsó, 2015; Tárca et al., 2023; Touri, 2020).

Enfoques teóricos y metodológicos predominantes

En cuanto a la orientación del campo, el análisis de los artículos muestra una tensión de fondo entre los enfoques más instrumentales —centrados en la gestión, el reporting y la comunicación estratégica de las organizaciones— y miradas crítico-participativas que hacen énfasis en la justicia socioambiental, la agencia comunitaria y la transformación cultural. En la literatura analizada, el predominio del eje corporativo-empresarial va en consonancia con los hallazgos previos que señalan la tendencia a convertir la sostenibilidad en un recurso de legitimación y posicionamiento de marca, con el riesgo de caer en un reduccionismo comunicacional (Braga et al., 2024; Borges et al., 2023). En contraposición a ello, los aportes comunitarios y educomunicacionales, pese a ser menos frecuentes, se convierten en fuentes de innovación normativa al enlazar la comunicación con procesos territoriales, dinámicas de gobernanza y experiencias de aprendizaje social (Servaes, 2013; Touri, 2020).

Tabla 2. Dimensiones de sostenibilidad y enfoques de comunicación sostenible en los artículos analizados

Código	Dimensión de sostenibilidad predominante	Tipo de comunicación sostenible	Estrategia comunicativa predominante	Orientación crítica / transformadora
A1	Social y política (cultura de paz vinculada al desarrollo sostenible)	Corporativa / empresarial	Comunicación interna y corporativa orientada a construir confianza y cultura de paz en las organizaciones	Sí
A2	Ambiental y social (salud y sostenibilidad en consumo de agua embotellada)	Corporativa / empresarial con presencia mediática/digital	Marketing de marca y contenidos persuasivos sobre sostenibilidad en redes sociales	No
A3	Educativa, económica y ambiental (educación como catalizador para transformar prácticas del ámbito empresarial)	Educativo / empresarial	Carácter integrativo trabajo desde los currículos de educación hacia prácticas habituales en las empresas.	Si

Código	Dimensión de sostenibilidad predominante	Tipo de comunicación sostenible	Estrategia comunicativa predominante	Orientación crítica / transformadora
A4	Ambiental y social (relato corporativo de la sostenibilidad)	Corporativa / empresarial	Construcción narrativa y análisis crítico de discursos de reporting y comunicación estratégica	Sí
A5	Social y económica (relaciones laborales y bienestar organizacional)	Corporativa / empresarial (comunicación interna)	Gestión relacional interna y diseño de indicadores de comunicación interna sostenible	No
A6	Ambiental, social y económica (visión integral de compromiso social y sostenibilidad)	Multiactor (empresarial, institucional y mediático/ciudadano)	Síntesis de reporting, marketing, comunicación institucional y activismo en torno a la sostenibilidad	Sí
A7	Social, económica y ambiental (gestión de RSE y sostenibilidad corporativa)	Corporativa / empresarial	Gestión estratégica e informativa de la comunicación para la sostenibilidad orientada al “bien común”	No
A8	Ambiental y social (sostenibilidad rural y conservación amazónica)	Comunitaria / territorial articulada con instituciones	Comunicación estratégica comunitaria sobre actividades productivas y actores clave de sostenibilidad en la Amazonía	No
A9	Ambiental, social y económica (modelo convergente de sostenibilidad)	Corporativa / empresarial	Comunicación corporativa para la sostenibilidad modulada por rasgos de cultura nacional	No
A10	Ambiental y social (conservación del jaguar y comunidad local)	Comunitaria / ciudadana con enfoque educocomunicativo	Procesos educocomunicativos para sensibilización y primeros pasos de gobernanza ambiental local	Sí
A11	Ambiental, social y económica (sostenibilidad en marketing y consumo)	Corporativa / empresarial (marketing y marcas)	Revisión de reporting, green advertising y social marketing en comunicación de la sostenibilidad	No
A12	Ambiental y social (cambio climático, activismo y consumo responsable)	Mediática / digital (redes sociales y plataformas online)	Análisis de reporting corporativo, marketing verde y comunicación activista sobre sostenibilidad en social media	No
A13	Ambiental, social y económica (triple bottom line corporativo)	Corporativa / empresarial	Mapeo de canales corporativos (informes, web, redes, marketing) para comunicar sostenibilidad	No
A14	Económica y social (sostenibilidad universitaria ligada a captación y reputación)	Institucional pública (universidades) con enfoque de marketing	Comunicación de marketing digital de la sostenibilidad universitaria en redes sociales durante la pandemia	No
A15	Social y política (acceso abierto al conocimiento para el desarrollo sostenible)	Institucional pública y educativa	Estrategia formativa para comunicar ciencia abierta orientada al desarrollo sostenible y los ODS	Sí

Fuente: elaboración propia.

Por su parte, en la Tabla 2, los resultados revelan un predominio hegemónico de la comunicación para la sostenibilidad enfocada en el ámbito corporativo-empresarial (A2, A4, A5, A7, A9, A11, A13), centrada en dimensiones ambientales y sociales, con menor presencia de enfoques comunitarios, educomunicativos o multiactor (A3, A8, A10, A14, A15). Dichos enfoques confirman la primacía de una lógica instrumental y orientada con el “triple bottom line” de la Agenda 2030 (económico-ambiental-social), aunque coexisten núcleos de orientación crítica y participativa.

Al mismo tiempo, los casos con orientación crítica/transformadora (ejemplo, la propuesta educomunicativa de conservación del jaguar en A10 o la estrategia formativa sobre ciencia abierta y ODS en A15) evidencian un desplazamiento hacia la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social Sostenible (CSSC), en donde se destacan la centralidad y contribución de las culturas locales en los procesos de cambio. Sobre esta misma línea trabajos encaminados en medición de la comunicación y el diseño aportan marcos normativos y operativos que buscan estandarizar dichas prácticas, desde el diseño comunicacional responsable (Cadarsó, 2015) y la evaluación de competencias comunicativas sostenibles en educación (Stănescu et al., 2022), esto amplía escenarios para una agenda de investigación aplicada que dialoga con estudios organizacionales como el de Durán et al. (2020), sobre la gestión de la comunicación para la sostenibilidad en contextos latinoamericanos.

Patrones de productividad y procedencia

Tabla 3. Productividad anual y procedencia regional por tipo de enfoque (N = 15)

Bloque	Categoría	Instrumental (n)	Crítico/participativo (n)	Total (n)	% sobre N
Productividad	2020	—	—	1	6.7
	2021	—	—	0	0.0
	2022	—	—	4	26.7
	2023	—	—	4	26.7
	2024	—	—	4	26.7
	2025	—	—	2	13.3
	Total	—	—	15	100.0
Procedencia	América Latina	7	3	10	66.7
	Europa	2	2	4	26.7
	Otros	1	0	1	6.7
	Total	10	5	15	100.0

Fuente: elaboración propia.

Considerando que se revisaron investigaciones concernientes al 2020 y al 2025, en la Tabla 3 se presenta un punto de inflexión en 2022, en donde el número de artículos se estabilizó en un nivel superior al del 2020. Dicha tendencia se interpreta como un proceso de consolidación de una agenda académica coherente con la Agenda 2030, brindando a la comunicación una articulación

en espacios como la economía, la sociedad y el medio ambiente. Igualmente, este crecimiento pareció responder al giro teórico que postula a la comunicación, no solo como un elemento de difusión informativa, sino más bien como una praxis relacional y cultural esencial para el fomento de espacios sostenibles a largo plazo (Servaes, 2013; Touri, 2020). De esta forma, esta estabilización en publicaciones relacionadas sugiere también la urgencia de un campo especializado en donde confluyeron propuestas de diseño, estudios empíricos y experiencias educomunicacionales con perspectivas transformadoras.

Asimismo, se evidencia hegemonía en los artículos de producción latinoamericana, siendo la mayoría de enfoque instrumental, con presencia de un grupo con enfoque crítico participativo, la región europea presentó equilibrio entre ambas perspectivas y en cuanto a hacia se seleccionó una sola investigación cuya orientación fue instrumental. Esta distribución territorial se interpreta con expresiones de trayectorias históricas particulares: en América Latina se ha enfatizado en la comunicación popular con autores como Mario Kaplún y con la participación de culturas y problemáticas locales (Servaes, 2013). Por el contrario, en los contextos europeos y asiático se encuentran mayormente perspectivas de agendas corporativas y empresariales (Cardsaso, 2015). La coexistencia de enfoques instrumentales y críticos confirmó, además, la tensión señalada por los enfoques teóricos recientes entre una comunicación entendida como herramienta de gestión reputacional y otra orientada a la transformación estructural de las relaciones socioambientales (Touri, 2020).

Ejes temáticos de la comunicación para la sostenibilidad

Figura 1. Panorama temático de la comunicación para la sostenibilidad (2020–2025, n = 15).



Fuente: elaboración propia.

La Figura 3 permite sintetizar el horizonte temático de esta revisión en cuatro ejes principales: (1) gestión y marketing de la sostenibilidad en organizaciones; (2) comunicación digital y redes

sociales sobre sostenibilidad; (3) comunicación comunitaria y territorial para la sostenibilidad socioambiental; y (4) comunicación académica universitaria y de ciencia abierta para el desarrollo sostenible. Este mapeo demostró que la mayor densidad de investigaciones se concentró en el ámbito organizacional y de mercado, por lo que esta concentración temática confirma lo señalado por revisiones en comunicación corporativa y marketing, donde la sostenibilidad se comunica con fines de reputación, legitimidad y alineación con el triple bottom line (Braga et al., 2024; Borges et al., 2023). Por su parte las experiencias del ámbito comunitario, o educativo, aunque menos numerosas, logran introducir de manera propositiva enfoques críticos y participativos en línea con los planteamientos de la Comunicación para la Sostenibilidad y el Cambio Social (Servaes, 2013).

De igual forma, la tematización específica del diseño y la medición de la comunicación sostenible en educación sugirió una creciente preocupación por operacionalizar competencias y criterios evaluativos, tal como propusieron los trabajos sobre diseño comunicacional responsable (Cadarsó, 2015) y medición de la comunicación sostenible en contextos educativos (Stănescu et al., 2022). En conjunto, la figura mostró un campo en expansión que combinó aplicaciones instrumentales con núcleos emergentes de innovación teórica y metodológica.

Conclusión

La conclusión principal de este estudio sobre la temática de comunicación para la sostenibilidad, en el período 2020-2025, evidencia que este es un campo en consolidación, caracterizado por un crecimiento gradual, pero todavía limitado en términos de volumen de publicaciones y consolidación teórica. El análisis temático evidencia la coexistencia de cuatro grandes ejes que articulan dicho campo: (1) la comunicación para la sostenibilidad en la gestión y el marketing; (2) la comunicación digital vinculada a redes sociales y plataformas en línea; (3) la comunicación comunitaria y territorial orientada a procesos de desarrollo local; y (4) comunicación académica y educativa que incorpora la sostenibilidad en experiencias formativas e institucionales. Los cuatro ejes comparten la preocupación por la articulación entre actores, medios y discursos, sin embargo, difieren en los marcos normativos que privilegian, encontrándose entre enfoques instrumentales —que se centran en la reputación, la legitimidad y la gestión de públicos— y del otro lado perspectivas críticas que subrayan ámbitos como la justicia social, la participación, la justicia ambiental y la transformación de los modelos de desarrollo.

En segundo lugar, el ámbito metodológico reveló una predominancia de estudios empíricos de corte cuantitativo y de diseños de estudio de caso, junto con un número menor de trabajos cualitativos. Dicha configuración metodológica es indicio de un esfuerzo por describir prácticas concretas de comunicación para la sostenibilidad en organizaciones o comunidades educativas, pero también evidencia la necesidad de fortalecer los diseños comparativos, longitudinales y mixtos que propicien explicar con mayor profundidad los efectos y límites de dichas prácticas. Asimismo, se observa una cierta concentración temática en torno a determinados ámbitos (comunicación corporativa, universidad, proyectos comunitarios específicos), mientras que otros

dominios relevantes —como los movimientos sociales, las políticas públicas de comunicación o las experiencias de co-creación con ciudadanía— aparecen menos desarrollados.

Este estudio encuentra varios retos para la agenda de futuras investigaciones. Por ejemplo, la necesidad de avanzar hacia marcos teóricos-metodológicos mayormente integradores que articulen de manera explícita las dimensiones cultural, social, ecológica y económica de la sostenibilidad. Así mismo, que considere el desarrollo de indicadores y herramientas robustas para la evaluación del impacto comunicacional en las iniciativas de sostenibilidad; y la ampliación de los contextos analizados hacia realidades del Sur Global y/o territorios periféricos, frecuentemente afectados por crisis socioambientales.

Entre las limitaciones identificadas en este estudio se encuentran, en primer lugar, el corpus reducido ($n=15$) y una cobertura de bases de datos reducidos (Scopus, SciELO, Dialnet y Redalyc), lo que puede limitar la generalización del panorama investigativo. Asimismo, la clasificación de enfoques (instrumental vs. crítico/participativo) implica un elemento interpretativo susceptible de subjetividad, aun cuando se sustente en criterios analíticos explícitos. Adicionalmente, cabe resaltar que la revisión no integró literatura en otros idiomas que no fueran español-inglés, ni otros formatos como libros, capítulos o actas de congresos.

Finalmente, los hallazgos requieren la formulación de preguntas específicas que busquen profundizar el tema y diversificar el campo, por ejemplo: ¿de qué manera pueden articularse enfoques decoloniales latinoamericanos y marcos europeos de comunicación corporativa para la sostenibilidad? y ¿qué características específicas adopta la comunicación para la sostenibilidad en territorios amazónicos atravesados por extractivismo y conflictividad socioambiental?. Por último, el período 2020-2025 de las bases de datos aquí analizadas, puede interpretarse como una fase de expansión y diversificación del campo, en la que se sientan bases importantes, pero aun provisionales para la consolidación de la comunicación para la sostenibilidad como línea de investigación estratégica en las ciencias de la comunicación.

Referencias

- Becerra Cárdenas, K. (2025). El jaguar ruge por su vida en Mapiripán – Meta: La educomunicación: Estrategia de sensibilización y gobernanza para proteger el jaguar y su hábitat. *Conservación Colombiana*, 30(1), 73–90. <https://doi.org/10.54588/cc.2025v30n1a8>
- Borges, E., Campos, S., Teixeira, M. S., Lucas, M. R., Ferreira-Oliveira, A. T., Rodrigues, A. S., & Vaz-Velho, M. (2023). How do companies communicate sustainability? A systematic literature review. *Sustainability*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/su15108263>
- Braga, L. D., Tardin, M. G., Perin, M. G., & Boaventura, P. (2024). Sustainability communication in marketing: A literature review. *RAUSP Management Journal*, 59(3), 293–311. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-10-2023-0205>
- Cadarso, M. (2015). Sustainable communication design principles – 2.0 version. *Procedia Manufacturing*, 3, 5993–6000. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.700>

- Costa-Sánchez, C., & Peñafiel-Saiz, C. (2024). Comunicación del compromiso social y para la sostenibilidad: Análisis multifocal y tendencias. *El profesional de la información*, 33(3). <https://doi.org/10.3145/EPI.2024.0301>
- Duque-Rengel, V. K., & Heredia-Rengifo, M. G. (2022). Comunicación para la sostenibilidad en la Amazonía ecuatoriana: El caso de la reserva de biosfera Yasuní. *Visual Review: International Visual Culture Review*, 10(1), 1–12.
- Durán, A. M., Vega, M., Matus, P., Orozco-Toro, J. A., & Ávila, C. (2020). Influencia de la cultura nacional en la gestión de comunicación para la sostenibilidad. *Cuadernos.info*, 47, 184–210. <https://doi.org/10.7764/cdi.47.1859>
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* (Resolución A/RES/70/1). <https://n9.cl/y3igc>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372(71). <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Servaes, J. (2013a). *Sustainability, participation & culture in communication: Theory and praxis*. Intellect.
- Servaes, J. (Ed.). (2013b). *Sustainable development and green communication: African and Asian perspectives*. Palgrave Macmillan.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Stănescu, M., Andronache, D., & Böhmer, A. (2022). Measuring sustainable communication in education. *Journal of Educational Sciences*, 23(1), 22–39. <https://doi.org/10.35923/JES.2022.1.02>
- Touri, M. (2020). Sustainable development through communication: Toward new theoretical approaches. En M. Touri, & E. Thomson, (eds.). *Sustainable development and communication in global food networks* (pp. 75–96). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46119-5_3
- Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546–553. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x>

Autores

Evelin Nataly Benavides Torres. Máster Universitario en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación. Profesora Ocasional en la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Dody Josuhá Haro López. Licenciado en Artes Visuales. Técnico Docente de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.