

## **Presentación: Las Relaciones Públicas ante el reto global del cambio climático**

### **Presentation: Public Relations in the face of the global challenge of climate change**

Paul Capriotti<sup>1</sup> | [ORCID ID](#)

[paul.capriotti@urv.cat](mailto:paul.capriotti@urv.cat)

Universitat Rovira i Virgili, España

Herlinda Ortiz-Rodríguez<sup>2</sup> | [ORCID ID](#)

[herlinda.ortiz@anahuac.mx](mailto:herlinda.ortiz@anahuac.mx) / [herortiz@uv.mx](mailto:herortiz@uv.mx)

Universidad Anáhuac Puebla y Universidad Veracruzana, México

<http://dx.doi.org/10.5783/revrrpp.v14i28.882>

El cambio climático es cada vez más crítico, con impactos que se ven reflejados en los recientes fenómenos meteorológicos devastadores y la pérdida de la biodiversidad a nivel mundial (Miller, 2007; Richardson et al., 2023; Edenhofer & Seyboth, 2013; Forster et al., 2023).

En los últimos años, la preocupación por el cambio climático se ha incorporado a la agenda pública, tanto para los gobiernos como para las organizaciones y la sociedad. Por esta razón, es esencial involucrar a todos los sectores de la sociedad en la toma de medidas urgentes, ya que esto es crucial para garantizar el futuro del planeta y de las próximas generaciones (Tsevreni et al., 2023). Los gobiernos a nivel mundial están impulsando la adopción de nuevas políticas públicas para buscar soluciones a corto plazo. Las organizaciones han generado prácticas de gestión sostenible, promoviendo una mayor conciencia ambiental y enfocándose en el cumplimiento de las diversas normativas y recomendaciones relacionadas con los criterios ESG. En cuanto a la sociedad, se han visto mayores movimientos sociales para generar conciencia y mitigar los impactos negativos de la destrucción provocada por el hombre desde que habitamos este planeta (Medina & Páramo, 2024).

Así pues, el cambio climático es un desafío global que requiere la colaboración de los gobiernos, las organizaciones y la sociedad, pero también de los investigadores y las entidades académicas, para que bajo sus conocimientos y avances científicos se aborde este problema. La integración de diversas disciplinas es crucial para abordar este complejo problema y avanzar en la propuesta de soluciones (Van Linden et al., 2015).

---

<sup>1</sup> Paul Capriotti es Catedrático en la Universidad Rovira i Virgili, España. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9398-5886>

<sup>2</sup> Herlinda Ortiz-Rodríguez es profesora e investigadora en la Universidad Anáhuac Puebla y en la Universidad Veracruzana, México. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7059-8931>

Desde la perspectiva de las ciencias sociales, las narrativas sobre el cambio climático pueden influir en cómo los ciudadanos perciben su rol frente a este fenómeno (Ballantyne, 2016). De este modo, es importante que tanto los gobiernos como las organizaciones implementen estrategias de comunicación que destaquen los compromisos ambientales para lograr la sensibilización no solo de la comunidad a nivel general, sino también de sus públicos estratégicos (Karacaoğlu & Akbaba, 2024). Esto no solo fortalece su legitimidad ante la sociedad, sino que también impulsa cambios sistémicos en sus sectores de influencia, ya que la comunicación del cambio climático ha demostrado ser esencial para desarrollar enfoques interdisciplinarios que aborden este desafío.

En este sentido, para contribuir a disminuir y detener el impacto del cambio climático, las Relaciones Públicas desempeñan un papel fundamental impulsando acciones concretas frente al cambio climático que fomenten la sensibilización y desarrollen una conciencia medioambiental en todos los grupos clave. Una estrategia comunicativa bien diseñada no solo informa, sino que también moviliza a diversos públicos hacia soluciones sostenibles. Sin embargo, la complejidad del cambio climático como fenómeno científico y social plantea retos significativos, como superar la desinformación, combatir el escepticismo climático y lograr un entendimiento transversal entre culturas y niveles socioeconómicos (Karacaoğlu & Akbaba, 2024).

El éxito de la comunicación enfocada hacia la sensibilización del cambio climático contribuirá a detectar los públicos estratégicos y diseñar un mensaje rector para crear estrategias que incentiven la participación y el cambio en la actitud de los públicos frente a esta problemática. A medida que se intensifican los impactos del cambio climático, las estrategias de comunicación deben continuar evolucionando para fomentar la resiliencia social y promover soluciones sostenibles (Schäfer & Schlichting, 2014). Esto debe ser un campo que integre enfoques educativos para empoderar a las comunidades con conocimientos y habilidades que les permitan adaptarse y participar activamente en la mitigación del cambio climático.

Este número presenta seis artículos relativos a las relaciones públicas y la comunicación vinculada con el cambio climático.

El artículo “Think tanks, lobbies y expertos como fuentes en la cobertura del cambio climático del diario El País” se centra en caracterizar la presencia de estos grupos como fuentes en la cobertura del cambio climático en el diario El País, en comparación con políticos, científicos y activistas.

El artículo “La construction narrative du risque dans les rapports de développement durable de Petrobras” examina cómo Petrobras comunica oficialmente sobre los riesgos ambientales, utilizando los informes de sostenibilidad como estrategia de legitimación en relación con los estándares ESG.

El artículo “Branded Podcasts Medioambientales y RSC: Desafíos y Oportunidades ante la Crisis Ecosocial” analiza dichos podcasts medioambientales como herramienta de comunicación estratégica en la Responsabilidad Social Corporativa.

El artículo “Responsabilidad social de las marcas de moda de autor en España. Análisis de los websites basado en la sostenibilidad y la transparencia” pretende analizar las estrategias de comunicación de sostenibilidad de dichas marcas y evaluar las percepciones de los diseñadores españoles sobre la RSC en sus procesos empresariales.

El artículo “La sostenibilidad en la organización y producción de eventos: estado de la cuestión” tiene como objetivo la revisión de la literatura científica, analizando conceptos relacionados como la responsabilidad social corporativa y su relación con las tendencias sobre eventos.

El artículo “Relaciones Públicas y startups en Andalucía. Análisis de actividad con perspectiva de género” analiza la situación actual de las startups en Andalucía, España, con un enfoque especial en las estrategias de relaciones públicas de empresas lideradas por mujeres.

Además de estos artículos relativos a la comunicación y el cambio climático, este número también incluye cinco artículos adicionales de temáticas muy relevantes:

El artículo “Acceso de los grupos de interés al proceso de formulación de políticas en la UE basado en portfolios” explora los patrones de reuniones entre la Comisión Europea y los grupos de interés registrados, buscando establecer una relación entre la naturaleza económica o social de las carteras y los intereses representados por las entidades con las que se reúnen.

El artículo “The integration of generative artificial intelligence in public relations practices: a systematic review” examina cómo se retrata la integración de la inteligencia artificial generativa en las prácticas de Relaciones Públicas en la literatura científica reciente de las bases de datos Scopus, Web of Science y Scielo.

El artículo "Estrategias de comunicación digital para la conservación del patrimonio: análisis de la gestión en la Oficina del Conservador de Cienfuegos" explora la gestión de comunicación del patrimonio en la Oficina del Conservador de la Ciudad de Cienfuegos (Cuba), enfocándose en el uso de redes sociales y el entorno digital.

El artículo “É urgente falar de bem-estar nas instituições de ensino superior: qual é o papel das relações públicas e da comunicação organizacional?” pretende evaluar cómo han actuado las oficinas de comunicación de las Instituciones de Educación Superior en relación con la comunicación del bienestar de los estudiantes.

Finalmente, se incluye una reseña del libro “Incidencia pública. El poder en el siglo XXI”, el cual trata sobre la necesidad de superar las disyuntivas habituales entre lo público y lo privado, planteando que la relación entre lo público y lo privado debe estar basada en la colaboración y en la comprensión mutua.

## Referencias

- Ballantyne, A. G. (2016). Climate change communication: what can we learn from communication theory? *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7(3), 329–344. <https://doi.org/10.1002/WCC.392>
- Edenhofer, O., & Seyboth, K. (2013). Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). *Encyclopedia of Energy, Natural Resource, and Environmental Economics*, 1–3, 48–56. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375067-9.00128-5>
- Forster, P. M., Smith, C. J., Walsh, T., Lamb, W. F., Lamboll, R., Hauser, M., Ribes, A., Rosen, D., Gillett, N., Palmer, M. D., Rogelj, J., Von Schuckmann, K., Seneviratne, S. I., Trewin, B., Zhang, X., Allen, M., Andrew, R., Birt, A., Borger, A., ... Zhai, P. (2023). Indicators of Global Climate Change 2022: annual update of large-scale indicators of the state of the climate system and human influence. *Earth System Science Data*, 15(6), 2295–2327. <https://doi.org/10.5194/ESSD-15-2295-2023>
- Karacaoğlu, B., & Akbaba, M. F. (2024). Multidisciplinary Perspective: A Review of the Importance of Communication in Managing Climate Change Challenges. *Environmental Research and Technology*, 7(3), 457-470. <https://doi.org/10.35208/ERT.1461700>
- Medina-Arboleda, I. F., & Páramo, P. (2024). Declaraciones de asociaciones profesionales en Latinoamérica sobre el cambio climático. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(2), I-X. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.2.0>
- Miller, G. (2007). *Ciencia ambiental: Desarrollo sostenible, un enfoque integral*, 8va edición, Editores Internacional Thomson, México.
- Richardson, K., Steffen, W., Lucht, W., Bendtsen, J., Cornell, S. E., Donges, J. F., Drüke, M., Fetzer, I., Bala, G., von Bloh, W., Feulner, G., Fiedler, S., Gerten, D., Gleeson, T., Hofmann, M., Huiskamp, W., Kummu, M., Mohan, C., Nogués-Bravo, D., ... Rockström, J. (2023). Earth beyond six of nine planetary boundaries. *Science Advances*, 9(37). [https://doi.org/10.1126/SCIADV.ADH2458/SUPPL\\_FILE/SCIADV.ADH2458\\_SM.PDF](https://doi.org/10.1126/SCIADV.ADH2458/SUPPL_FILE/SCIADV.ADH2458_SM.PDF)
- Schäfer, M. S., & Schlichting, I. (2014). Media Representations of Climate Change: A Meta-Analysis of the Research Field. *Environmental Communication*, 8(2), 142–160. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.914050>
- Tsevreni, I., Proutsos, N., Tsevreni, M., & Tigkas, D. (2023). Generation Z Worries, Suffers and Acts against Climate Crisis—The Potential of Sensing Children’s and Young People’s Eco-Anxiety: A Critical Analysis Based on an Integrative Review. *Climate*, 11(8), 171. <https://doi.org/10.3390/CLI11080171>
- Van Linden, S. L. D., Leiserowitz, A. A., Feinberg, G. D., & Maibach, E. W. (2015). The Scientific Consensus on Climate Change as a Gateway Belief: Experimental Evidence. *PLoS ONE*, 10(2). <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0118489>