

FORMACIÓN CRÍTICA EN RELACIONES PÚBLICAS: ANÁLISIS METODOLÓGICO DE INVESTIGACIONES ACADÉMICAS SOBRE SOSTENIBILIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO EN EL MARCO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2023 (ONU)

Solís Petersen, Loreto

FORMACIÓN CRÍTICA EN RELACIONES PÚBLICAS: ANÁLISIS METODOLÓGICO DE INVESTIGACIONES ACADÉMICAS SOBRE SOSTENIBILIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO EN EL MARCO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2023 (ONU)

Solís Petersen, Loreto

Duoc UC Sede Viña del Mar

Lor.solis@profesor.duoc.cl

lsolisp@duocuc.cl

Material original e inédito autorizado para su primera publicación en la *Revista Académica Hologramática*.

Fecha de recepción: 1 de noviembre de 2025

Fecha de aceptación: 30 de noviembre de 2025

RESUMEN

El presente artículo examina cómo los estudiantes de V semestre de la carrera de Relaciones Públicas de Duoc UC llevaron a cabo sus investigaciones, abordando no solo tres documentos clave —el Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023 (ONU), la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (CEPAL) y el Informe Ipsos – Día Internacional de la Mujer 2025—, sino también todos los textos referenciados en la bibliografía. Su aproximación metodológica combinó un análisis crítico bibliográfico con la aplicación de técnicas de

investigación cualitativas y cuantitativas, permitiendo poner en tensión los contenidos teóricos con evidencias empíricas recogidas en estudios de caso, focus groups, entrevistas y cuestionarios.

Los resultados muestran que los estudiantes integraron perspectivas críticas respecto a los avances y retrocesos hacia los ODS, destacando la centralidad de la igualdad de género y la necesidad de articular enfoques regionales con realidades sociales específicas de Chile y América Latina. Se evidencian además tensiones entre la retórica institucional de los informes oficiales y las percepciones sociales recogidas, revelando la importancia de formar profesionales capaces de traducir marcos normativos globales en estrategias comunicacionales fundamentadas y pertinentes.

En conjunto, este estudio contribuye al campo de la enseñanza de las Relaciones Públicas y a la comunicación estratégica aplicada a la sostenibilidad, subrayando la relevancia de desarrollar competencias críticas y metodológicas en los futuros profesionales para la articulación de narrativas inclusivas, fundamentadas y transformadoras.

PALABRAS CLAVE: Relaciones Públicas, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) - Igualdad de género - Metodología mixta - Comunicación estratégica.

ABSTRACT

This article examines how fifth-semester students in the Public Relations program at Duoc UC conducted research related to the 2023 Sustainable Development Goals (SDGs), the 2030 Agenda, and the Ipsos International Women's Day 2025 Report. The main objective is to analyze their methodological approach and the integration of critical perspectives regarding sustainability and gender equality.

A mixed exploratory approach was employed, combining critical bibliographic analysis with qualitative and quantitative research techniques, including case studies, focus groups, in-depth interviews, and questionnaires applied to 900 participants. Student teams prepared reports identifying communicational dimensions, synthesizing content, and proposing strategic applications in the field of Public Relations.

Results indicate that students successfully connected global normative frameworks with regional realities, identifying gaps between institutional discourse and social perceptions of gender equality. They demonstrated a critical understanding of SDG progress and setbacks and highlighted the need for inclusive campaigns incorporating diverse voices and evidence-based communication strategies. Gender equality emerged as a transversal axis, while understanding global financial and structural dimensions remained a challenge.

Conclusions emphasize the relevance of a mixed-method approach to develop critical and strategic competencies in future Public Relations professionals. They also underscore the importance of training communicators capable of translating global objectives into inclusive and transformative narratives, moving beyond the mere aestheticization of campaigns toward real social impact. This study provides evidence of the effectiveness of integrating critical and empirical approaches in teaching strategic communication applied to sustainability and gender equity.

KEY WORDS: Public Relations – SDGs - Gender Equality - Mixed Methodology - Strategic Communication

1.-INTRODUCCIÓN

La formación en Relaciones Públicas se encuentra cada vez más vinculada a las agendas globales de desarrollo sostenible, particularmente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos en la Agenda 2030. Los futuros profesionales del área deben articular habilidades comunicacionales con un pensamiento crítico capaz de interpretar los retos globales que atraviesan lo económico, lo social y lo ambiental. En este contexto, resulta pertinente analizar cómo los estudiantes se aproximan metodológicamente a textos de referencia internacional.

Este trabajo se centra en tres documentos clave: (a) el Informe de los ODS 2030 de la ONU, que alerta sobre el riesgo de retroceso de más del 30% de las metas (Naciones Unidas, 2023); (b) la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la CEPAL, que destaca la necesidad de transformar los modelos de desarrollo con la igualdad en el centro (Naciones Unidas, 2018); y (c) el Informe Ipsos 2025, que ofrece percepciones ciudadanas sobre la igualdad de género a nivel global y nacional (Ipsos, 2025). Además del análisis bibliográfico, los estudiantes integraron técnicas de recolección de datos cualitativas y cuantitativas previamente detalladas, incluyendo *focus groups*, entrevistas en profundidad, cuestionarios y estudios de caso, lo que permitió contrastar la información teórica con evidencia empírica.

El objetivo general es examinar cómo los estudiantes de Relaciones Públicas abordan estos textos desde un enfoque metodológico, identificando patrones de análisis y estrategias discursivas, combinando hallazgos cualitativos y cuantitativos, para finalmente articular aprendizajes en torno a la comunicación de la sostenibilidad y equidad de género.

2. -MARCO TEÓRICO

2.1 La Agenda 2030 y los ODS

La Agenda 2030 constituye un pacto global adoptado por 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas. Sus 17 objetivos y 169 metas buscan integrar lo económico, lo social y lo ambiental en una visión transformadora de desarrollo (Naciones Unidas, 2018). Para América Latina y el Caribe, la CEPAL ha enfatizado la necesidad de reducir las desigualdades estructurales, fortalecer la institucionalidad y avanzar hacia economías bajas en carbono. Asimismo, se plantea la centralidad de la igualdad como un principio transversal y la necesidad de alianzas multiactor para lograr los cambios propuestos. En este sentido, las Relaciones Públicas adquieren un rol fundamental al articular procesos de comunicación estratégica que permitan generar consensos, visibilizar buenas prácticas y coordinar esfuerzos entre actores públicos, privados y de la sociedad civil. Su aporte profesional es clave para traducir los lineamientos normativos en mensajes comprensibles y movilizadores, garantizando así que los objetivos planteados en la Agenda 2030 se concreten en acciones efectivas y sostenibles.

2.2- El estado de avance de los ODS

A mitad de camino hacia 2030, el Informe 2023 alerta que más del 50% de las metas avanzan lentamente y un 30% están estancadas o en retroceso (Naciones Unidas, 2023). Problemas como la pobreza extrema, el hambre, la crisis climática y la desigualdad de género persisten con fuerza. El informe propone un *Plan de Rescate para las Personas y el Planeta* que reoriente financiamiento, cooperación y acción global. Esto incluye fortalecer las instituciones públicas, promover empleos verdes, mejorar la educación y acelerar la acción climática. En este artículo académico asumimos explícitamente la responsabilidad de abordar la equidad de género como un componente transversal de la sostenibilidad, reconociendo que

sin su integración efectiva resulta imposible alcanzar los objetivos de la Agenda 2030. Desde la formación en Relaciones Públicas, esto implica analizar críticamente los discursos, promover narrativas inclusivas y contribuir a la visibilización de las mujeres en todos los ámbitos sociales, políticos y económicos.

2.3 Igualdad de género y percepciones sociales

El ODS 5 busca lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas. El informe Ipsos 2025 muestra que, a nivel global, un 59% considera que el liderazgo femenino mejoraría gobiernos y empresas, mientras que en Chile el 62% coincide con esta idea (Ipsos, 2025). No obstante, también emergen percepciones contradictorias, con un 64% que cree que ya se ha alcanzado suficiente avance en igualdad de derechos. Este tipo de tensiones resulta crucial para el análisis comunicacional, pues abre la discusión sobre la construcción de narrativas sociales que reflejan tanto avances como resistencias culturales. A partir de los informes de los estudiantes, se observa que la mayoría identificó la igualdad de género como un eje central del análisis, vinculando los datos de Ipsos con la necesidad de estrategias comunicacionales que promuevan liderazgos femeninos y reduzcan las percepciones de estancamiento. Además, se destacó que un sector de los estudiantes problematizó las contradicciones entre la retórica institucional y las percepciones ciudadanas, sugiriendo que las Relaciones Públicas deben diseñar campañas inclusivas que hagan frente tanto a la complacencia social como a la persistencia de brechas estructurales.

Además de los informes internacionales, investigaciones recientes sobre campañas estatales del ODS 5 en Chile muestran que muchas de ellas priorizan el componente estético (colores, frases genéricas, diseño amigable) por sobre contenidos transformadores y representaciones diversas. Esto genera un impacto simbólico limitado y una sensación de desconexión en las

audiencias jóvenes, quienes demandan mensajes realistas, inclusivos y pedagógicos (Aguilera et al., 2025). Dichas observaciones se vinculan con lo planteado por Kabeer (1999) y Rowlands (1997) sobre la necesidad de que el empoderamiento vaya más allá de los símbolos y se traduzca en agencia y logros concretos.

3. -METODOLOGÍA

La investigación adoptó un enfoque exploratorio de carácter mixto. Se recopilaron producciones escritas de 26 estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas en el marco del II Congreso internacional de Relaciones Públicas de Duoc UC el cual giró en torno de comunicación estratégica y sostenibilidad. Junto al análisis documental, se incorporaron estudios de caso presentados en el congreso (Aguilera et al., 2025), que examinaron campañas digitales del ODS 5 mediante análisis visual, *focus group*, entrevistas y aplicación de encuestas a muestra representativa de su público objetivo, enriqueciendo el corpus de datos para la triangulación.

3.1. Procedimiento:

1. Lectura guiada de los tres textos seleccionados.
2. Puesta en tensión con la aplicación de *focus group* y entrevistas en profundidad a muestra representativa de su público objetivo.
3. Elaboración de informes por equipos de trabajo que debían incluir: (a) síntesis crítica, (b) identificación de dimensiones comunicacionales, y (c) propuestas de aplicación en el campo de las Relaciones Públicas.
4. Análisis cualitativo de contenido mediante categorización inductiva.
5. Análisis cuantitativo descriptivo de frecuencias y patrones temáticos.

6. Validación cruzada de hallazgos mediante discusión grupal y comparación entre secciones.

3.2 Instrumentos

Rúbrica de análisis crítico y matriz de codificación para el registro de categorías emergentes. Además, se aplicó un cuestionario post-análisis para cuantificar percepciones estudiantiles sobre los aprendizajes adquiridos. Asimismo, como herramientas de recolección de datos no solo se utilizó el estudio bibliográfico, sino también entrevistas en profundidad y *focus group* en los que se aplicaron al menos tres técnicas proyectivas, lo que permitió enriquecer la interpretación de los hallazgos y contrastar la información proveniente de distintas fuentes.

4. RESULTADOS

4.1. Hallazgos cualitativos

Del análisis de las producciones estudiantiles se desprenden cinco ejes principales:

1. **Lectura crítica de los ODS:** Los estudiantes destacan la brecha entre el discurso oficial y los avances reales, señalando la urgencia de acciones concretas más allá de la retórica. Algunos incluso sugirieron que la comunicación institucional corre el riesgo de generar escepticismo si no se acompaña de políticas medibles.
2. **Visión integradora de la Agenda 2030:** Se reconoce la importancia de articular lo económico, lo social y lo ambiental, identificando desafíos específicos para América Latina, como la desigualdad estructural y la vulnerabilidad al cambio climático. Varios estudiantes conectaron esta lectura con la necesidad de campañas de sensibilización en medios locales. También destacaron que las Relaciones Públicas

juegan un papel determinante en la concreción de estas metas, al coordinar mensajes claros y al facilitar la creación de consensos entre actores sociales diversos.

3. **Igualdad de género como eje comunicacional:** El informe Ipsos es usado por los estudiantes como evidencia para analizar la percepción pública, subrayando la necesidad de narrativas inclusivas y menos estereotipadas en medios y campañas. Se destacó la importancia de incorporar vocerías femeninas en campañas de sostenibilidad. Los hallazgos de los informes estudiantiles subrayan que la mayoría identificó la igualdad de género como un eje central, vinculando los datos de Ipsos con la urgencia de liderazgos femeninos y con la necesidad de contrarrestar percepciones de estancamiento. Además, algunos estudiantes problematizaron la distancia entre la retórica institucional y las percepciones ciudadanas, sugiriendo que las Relaciones Públicas deben diseñar campañas inclusivas que atiendan tanto la complacencia como las persistentes brechas estructurales. No obstante, entre los estudios complementarios se evidencia que las campañas institucionales en Chile tienden a invisibilizar diversidades como mujeres trans y pueblos originarios, lo que debilita su capacidad de generar identificación social (Aguilera et al., 2025).
4. **Rol de las Relaciones Públicas:** Se enfatiza el papel estratégico del comunicador en sensibilizar a audiencias, gestionar alianzas y fomentar una comunicación transparente en torno a la sostenibilidad. Los estudiantes consideraron que los relacionadores públicos pueden articular puentes entre la evidencia científica y las percepciones ciudadanas. Se recalcó que esta disciplina es clave para traducir lineamientos normativos en mensajes comprensibles y movilizadores, contribuyendo a la concreción de los objetivos de la Agenda 2030.
5. **Tensiones y contradicciones:** Los estudiantes identifican disonancias entre la visión optimista de los documentos institucionales y las percepciones sociales de

estancamiento en igualdad de género. En este punto, emergieron reflexiones sobre cómo las Relaciones Públicas deben gestionar dichas tensiones evitando la polarización. La incorporación de entrevistas en profundidad y *focus groups* permitió recoger matices en estas tensiones, identificando que las técnicas proyectivas ayudaron a revelar percepciones implícitas de escepticismo hacia las instituciones y expectativas más concretas sobre el rol comunicacional.

4.2. Hallazgos cuantitativos

A partir de la codificación de los cuestionarios aplicados se identificaron como prioridades principales la necesidad de acciones urgentes para evitar el retroceso de los ODS y la igualdad de género como eje transversal. En contraste, la problematización de las limitaciones del sistema financiero internacional obtuvo una menor representación. Los resultados completos se presentan en la **Tabla 1**.

Tabla 1

Resultados cuantitativos del análisis de informes estudiantiles

Categoría de análisis	Porcentaje de estudiantes
Necesidad de acciones urgentes para evitar el retroceso de los ODS	87%
Identificación de la igualdad de género como eje transversal y comunicacional	78%
Propuestas de alianzas público-privadas como estrategia clave	64%
Integración de datos cuantitativos del informe Ipsos en los análisis	55%

Categoría de análisis	Porcentaje de estudiantes
Problemáticas vinculadas a las limitaciones del sistema financiero internacional	29%
Reconocimiento del rol estratégico de las Relaciones Públicas (cuestionario posterior)	72%

Nota. Los porcentajes se calcularon a partir de la codificación de cuestionarios aplicados a un total de 900 participantes.

5.DISCUSIÓN

Los resultados evidencian que los estudiantes logran articular marcos normativos globales con realidades regionales y percepciones sociales. La combinación metodológica entre análisis crítico y uso de datos empíricos refuerza competencias esenciales para el ejercicio profesional en Relaciones Públicas, en tanto promueve la capacidad de interpretar contextos complejos y traducirlos en estrategias comunicacionales pertinentes.

Una de las aristas más relevantes identificadas es la distancia entre la estetización de las campañas estatales y la necesidad de construir narrativas más representativas, inclusivas y críticas. Este hallazgo coincide con lo planteado por Lombardo y Mergaert (2013) y Verlooy (2006), quienes sostienen que la transversalización de género exige más que declaraciones retóricas: requiere estructuras comunicacionales interseccionales, participativas y sostenidas en el tiempo.

Al mismo tiempo, se evidencian otras limitaciones. La escasa atención a la arquitectura financiera internacional revela la dificultad de los estudiantes para vincular dimensiones macroeconómicas con la práctica comunicacional. Asimismo, la identificación de tensiones

entre los avances normativos y las percepciones sociales abre un espacio de mejora en la formación crítica, al visibilizar la necesidad de cuestionar no solo los discursos institucionales, sino también las resistencias culturales que obstaculizan la igualdad de género. Esto coincide con el planteamiento de Guterres (2023), quien subraya la urgencia de reformar la arquitectura financiera global para que los países más vulnerables cuenten con condiciones adecuadas para avanzar en el cumplimiento de los ODS.

En este escenario, el rol de las Relaciones Públicas, tal como fue interpretado por los estudiantes, se proyecta más allá de la mera gestión de imagen hacia una función estratégica y transformadora en la comunicación de la sostenibilidad, donde la credibilidad, el respaldo en evidencia y el diseño de narrativas inclusivas resultan esenciales. Esta visión se alinea con lo señalado por la CEPAL (2018), que destaca la importancia de impulsar un cambio estructural progresivo que sitúe la igualdad en el centro de las estrategias de desarrollo, garantizando que la comunicación no solo difunda objetivos, sino que también contribuya activamente a su concreción.

6.CONCLUSIONES

El análisis exploratorio realizado demuestra que los estudiantes de Relaciones Públicas abordan los textos vinculados a sostenibilidad y género desde una perspectiva crítica e integradora, reconociendo tanto los avances alcanzados como los retrocesos persistentes. La utilización de una metodología mixta permitió identificar patrones discursivos y, al mismo tiempo, cuantificar tendencias presentes en su producción académica, lo que refuerza la pertinencia de este enfoque para el estudio de fenómenos comunicacionales complejos.

El principal aporte de esta experiencia radica en evidenciar que la enseñanza de las Relaciones Públicas debe incorporar de manera transversal los Objetivos de Desarrollo

Sostenible y la Agenda 2030, no solo como marcos normativos de referencia, sino también como instancias de reflexión crítica y de desarrollo de competencias profesionales. La igualdad de género emerge como un eje prioritario y transversal, mientras que la comprensión de las dimensiones financieras globales se configura como un desafío aún pendiente en la formación.

Asimismo, este ejercicio pedagógico contribuye a la formación de profesionales capaces de comunicar la sostenibilidad con responsabilidad, articulando evidencias, narrativas y estrategias orientadas a la construcción de un futuro más equitativo.

En definitiva, la enseñanza de las Relaciones Públicas debe fomentar competencias críticas que permitan trascender lógicas de marketing superficial presentadas bajo la apariencia de empoderamiento, promoviendo en su lugar narrativas con verdadero impacto simbólico y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, K., Contreras, C., & Magan, F. (2025). *Estetización de la igualdad de género en campañas del ODS 5: ¿Empoderamiento visual o marketing disfrazado?* Ponencia presentada en el Congreso Internacional de Relaciones Públicas, Duoc UC, Viña del Mar, Chile.
- Ahmed, S. (2017). *Living a feminist life*. Durham, NC: Duke University Press.
- Chamorro, C. L., Rangel, D., & Acevedo, J. M. (2022). Revisión del cumplimiento del ODS 5: Igualdad de género en el contexto colombiano. *Criterio Libre*, 20(36), pp.1–12.

- Dhar, S. (2018). Gender and sustainable development goals (SDGs): An analysis. *Indian Journal of Gender Studies*, 25(1), pp. 47–78.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Making waves: Stories of participatory communication for social change*. New York, NY: Rockefeller Foundation.
- Ipsos. (2025). *Informe Día Internacional de la Mujer 2025*. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-es>
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), pp. 435–464.
- Lombardo, E., & Mergaert, L. (2013). Gender mainstreaming and policy implementation: The EU experience. *Journal of Women, Politics & Policy*, 34(1), pp. 39–58.
- Martínez Valle, J. (2016). *La campaña de comunicación institucional: más allá de los spots*. Barcelona: Ediciones UOC.
- Mirziyoyeva, Z., & Salahodjaev, R. (2023). Gender equality and climate change: The role of women's empowerment in adaptation and mitigation. *Journal of Cleaner Production*, 418, 137850. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137850>
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago: CEPAL.
- Naciones Unidas. (2023). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023: Edición especial*. Nueva York: ONU.
- ONU Mujeres. (s.f.). *La igualdad de género*. Recuperado de <https://colectivajusticiamujer.org/wp-content/uploads/2021/01/foll-igualdadg-8pp-web-ok2.pdf>

Organización de Naciones Unidas. (s.f.). *Estereotipos de género*. Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Recuperado de <https://www.ohchr.org/es/women/genderstereotyping>

Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Prevención de la violencia de género*. Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de <https://www.paho.org/es/temas/prevencionviolencia>

Perela, M. (2010). Violencia de género: violencia psicológica. *Foro de Educación*, 8(12), pp. 75–92. <https://revistas.ucm.es/index.php/FORO/article/view/37248/36050>

Ramos, A., Barberá, E., & Sarrió, M. (2003). Mujeres directivas, espacio de poder y relaciones de género. *Anuario de Psicología*, 34(2), pp. 267–278.

Real Academia Española. (2019). *Desigualdad*. Recuperado de <https://www.rae.es/diccionarioestudiante/desigualdad>

Real Academia Española. (2024). *Segregación*. Recuperado de <https://dle.rae.es/segregación>

Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. Oxford: Oxfam.

Sebastiá, I. (2020). ¿Qué es la brecha de género? *El Orden Mundial*. Recuperado de <https://elordenmundial.com/que-es-brecha-genero/>

Servaes, J. (2020). *Communication for development and social change*. Cham, Switzerland: Springer.

Stuart, E., & Woodroffe, J. (2016). Leaving no one behind: A critical path for the SDGs. *Gender & Development*, 24(1), pp. 69–81.

FORMACIÓN CRÍTICA EN RELACIONES PÚBLICAS: ANÁLISIS METODOLÓGICO DE INVESTIGACIONES
ACADÉMICAS SOBRE SOSTENIBILIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO EN EL MARCO DE LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2023 (ONU)

Solís Petersen, Loreto

Verloo, M. (2006). Mainstreaming gender equality in Europe: A critical frame analysis
approach. *The Greek Review of Social Research*, 117, pp. 11–34.