

Responsabilidad Social Universitaria: El caso de la Universidad de la República. Un análisis de su comunicación por medio de redes sociales, con énfasis en Twitter

*University Social Responsibility: The case of the University of the Republic.
An analysis of your communication through social networks,
with an emphasis on Twitter*

Recibido: 10-02-2021 • Aprobado: 21-06-2021 • Página inicial: 167 - Página final: 188

Aiblis Vidal*
Carolina Asuaga**
Gabriel Budiño***

Resumen: La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) enfatiza en el papel de las universidades y su contribución a la comunidad. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la comunicación de la RSU de la Universidad de la República (UdelaR), a través de las redes sociales, con énfasis en Twitter. Para ello se analizaron un total de 31.330 tweets y retweets recopilados hasta el 15 de julio de 2020. Se concluye la inclinación de la UdelaR a comunicar las acciones de RSU, empleando las redes sociales virtuales para interactuar con sus grupos de interés, observando una tendencia a comunicar, en mayor medida, las temáticas vinculadas con la actividad que desarrolla cada área y servicio de la UdelaR.

Palabras clave: Responsabilidad social, responsabilidad social universitaria, sostenibilidad, redes sociales, comunicación.

Abstrac: University Social Responsibility (USR) emphasizes the role of universities and their contribution to the community. This research aimed to analyze the communication of the USR of the University of the Republic (UdelaR) through social networks, with emphasis on Twitter. For this, a total of 31.330 tweets and retweets collected until July 15, 2020 were analyzed. The UdelaR's inclination to communicate USR actions is concluded, using virtual social networks to interact with its interest groups, observing a tendency to communicate, to a greater extent, the themes related to the activity carried out by each area and service of the UdelaR.

Keywords: Social responsibility, university social responsibility, sustainability, social networks, communication.

JEL: I20, I23, L31

* Licenciada en Contabilidad y Finanzas y Máster en Administración de Negocios. Profesora de la Universidad de la República. Uruguay. avidal@ccee.edu.uy
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5882-3673>

** Contadora Pública y Máster on Science (DEA) en Economía Financiera y Contabilidad. Profesora de la Universidad de la República. Uruguay. casuaga@ccee.edu.uy
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4454-4152>

*** Contador Público y Máster en Sistemas de Información. Profesor agregado de la Universidad de la República. Uruguay. gbudino@ccee.edu.uy
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5299-5933>

Responsabilidade Social Universitária: O caso da Universidade da República. Uma análise da sua comunicação nas redes sociais, com ênfase no Twitter

Resumo: A Responsabilidade Social Universitária (RSU) enfatiza o papel das universidades e sua contribuição para a comunidade. Esta pesquisa teve como objetivo analisar a comunicação da RSU da Universidade da República (UdelaR) por meio das redes sociais, com ênfase no Twitter. Para isso, foram analisados 31.330 tweets e retuítés coletados até 15 de julho de 2020. Conclui-se a vocação da UdelaR para comunicar as ações da RSU, utilizando as redes sociais virtuais para interagir com os seus grupos de interesse, observando uma tendência para comunicar, em maior medida, os temas relacionados com a atividade desenvolvida por cada área e serviço da UdelaR.

Palavras-chave: Responsabilidade social, responsabilidade social universitária, sustentabilidade, redes sociais, comunicação.

Introducción

Las crecientes exigencias a nivel internacional en materia de sostenibilidad empresarial, permiten visualizar que la incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) representa sin dudas una ventaja competitiva para asegurar la sustentabilidad en el mediano y largo plazo. Bajo esta premisa, la RSC persigue lograr la vinculación de los intereses sociales, ambientales y económicos con el accionar y valores de una organización. Constituye una visión de negocio sostenible, una forma de administrar y conducir una organización que integra el bienestar social, el cuidado del medio ambiente y la rentabilidad económica, incorporando estos intereses a la toma de decisiones. De esta manera, se concibe un estilo de actuación que proyecta generar beneficios económicos en armonía con el impacto ambiental y social de la organización.

Las organizaciones públicas, entre ellas las universidades, no están ajenas a esta realidad, y en este artículo, se analiza la comunicación de la responsabilidad social de la principal universidad de Uruguay, la Universidad de la República (UdelaR), a través de las redes sociales, con énfasis en Twitter.

El trabajo se muestra en cinco apartados, siendo el primero esta introducción. En el segundo se desarrolla el marco teórico, y en el tercero se muestra los objetivos y metodología. Se describe a la Universidad de la República para luego mostrar los resultados alcanzados y las conclusiones derivadas.

Marco teórico

El Triple Balance o Triple Cuenta de Resultados, como expresión de la RSC, busca medir el impacto que tiene la actividad de una empresa en las tres dimensiones (social, económica y ambiental) del desarrollo sostenible, enfatizando en la responsabilidad social de la organización ante los terceros interesados o grupos de interés (*stakeholders*). Ambas filosofías persiguen impactar positivamente en el entorno y comunidad, armonizando el crecimiento económico con la inclusión social y la protección del medio ambiente para favorecer el bienestar de los individuos y la sociedad.

En este contexto, existen varias iniciativas internacionales que promueven la sostenibilidad corporativa y el bienestar social. Entre ellas se destaca el Pacto Global de las Naciones Unidas que, en opinión de Lise Kingo Gerente General y Directora Ejecutiva del Pacto, tiene como fin conseguir y aumentar las soluciones que hagan frente a los retos mundiales, creando un impacto en cuestión de valores y principios compartidos para aportar una faceta humana al mercado global (Como

se citó en Naciones Unidas, s.f.a). Esta iniciativa voluntaria de RSC persigue potenciar un sector privado sostenible y responsable sobre la base de 10 principios, incentivando la integración de la sostenibilidad en las estrategias y operaciones de las organizaciones, tanto para el beneficio de la sociedad como para el suyo.

De igual forma, la Agenda 2030 que impulsa los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promovidos por las Naciones Unidas, es universal e integral, centrada en las personas, el planeta y la prosperidad, la cual solo es posible lograr en asociación con múltiples actores (UNSDG, 2018, p. 4), exigiendo una acción mundial entre los gobiernos, las empresas y la sociedad civil (*Global Reporting Initiative*, Pacto Global de las Naciones Unidas y Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, 2015, p. 4).

Para el Secretario General de la ONU, es primordial que todos los sectores se movilicen en tres niveles: acción global, acción local (gobiernos, autoridades) y la acción del sector privado, la sociedad civil, la academia y otros grupos de interés a fin de poder impulsar los ODS en todos los niveles (Naciones Unidas, s.f.b).

Al respecto, la intervención del gobierno y sus instituciones es fundamental como precursores de la RSC, debiendo desempeñar un papel activo y protagónico, impulsando la gestión sostenible. A lo largo de la historia, las actuaciones del Estado, como ente público, lo han llevado a protagonizar acontecimientos importantes que han destacado su rol relevante en los cambios y transformaciones de la humanidad. Ante las demandas actuales del planeta y la sociedad, los gobiernos deberían invertir en una economía y sociedad sostenible, así como incentivar la RSC tanto en el sector público como en el privado. Desde la posición que ejercen, tienen a su alcance la posibilidad de promover medidas y soluciones políticas, sociales, ambientales y financieras, desarrollando su liderazgo como un actor de cambio.

Por lo cual, el Estado no debe ser visto como un agente estático y poco competitivo; su papel en la innovación y mejora competitiva ha sido siempre decisivo en la historia mundial: “Cabe destacar que el Estado y todas sus empresas públicas y administraciones pueden ser pioneros y jugar un papel decisivo a la hora de desarrollar, legitimar y consolidar modelos de Triple Balance” (Vidal et al., 2019, p. 33).

En Uruguay, se promueve la Agenda 2030 y se integran los ODS en el contexto nacional, departamental y local para promover la equidad en un marco de derechos (Naciones Unidas Uruguay, 2019). En tal sentido, el gobierno de Uruguay en su conjunto, que trabaja transversalmente y conjuntamente con los diversos Ministerios y otros agentes públicos, ha centrado sus políticas públicas en el cumplimiento de los ODS de cara al año 2030 (Uruguay suma valor, 2017).

En el Informe Nacional Voluntario (Presidencia de la República Oriental del Uruguay, 2019) se señala que Uruguay es referente en la región a raíz de su crecimiento económico sostenible, sus políticas de reducción de la pobreza y la desigualdad, entre otras. El mencionado informe sostiene que se continuará en el camino de posibilitar el logro de los ODS en el marco de la Agenda 2030, por medio de políticas de promoción del desarrollo y la consolidación de capacidades, tanto institucionales como de ciudadanos, con el fin de garantizar la inclusión e igualdad (Presidencia de la República Oriental del Uruguay, 2019).

La gran mayoría de las empresas públicas uruguayas se ha adherido a los Principios del Pacto Mundial y desarrolla acciones encaminadas al cumplimiento de los ODS; también elaboran periódicamente informes para comunicar su desempeño y contribución al beneficio de la sociedad. Estos informes se muestran bajo diferentes denominaciones (memoria anual, comunicación de progreso, informes o reportes de sostenibilidad), pero todos ellos están orientados en dar respuesta a su encargo como empresas públicas. Ello evidencia la inclinación del sector público uruguayo a incorporar la RSC en su estrategia de negocios y comunicar su desempeño.

Como parte de la RSC, la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) enfatiza en el papel de las universidades y su contribución a la comunidad, permitiendo orientar y canalizar estratégicamente su impacto en la sociedad. Las instituciones académicas tienen el potencial para generar una onda de cambio positivo, ayudando así a asegurar un mundo en donde tanto las empresas como las sociedades puedan florecer (Global Compact de Naciones Unidas, 2007). En la Agenda 2030, la calidad de la educación es un asunto de prioridad mundial. El ODS 4 está dirigido a: “[...] garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos” (Naciones Unidas, 2018).

Al respecto, la Declaración de Incheon y Marco de Acción ODS 4 – Educación 2030, en el marco del Foro Mundial sobre la Educación 2015, establece que:

además de impartir competencias para el empleo, la educación terciaria y las universidades desempeñan un papel esencial, debido a que estimulan el pensamiento crítico y creativo y generan y difunden conocimientos que favorecen el desarrollo social, cultural, ecológico y económico... son indispensables para la educación de los científicos, expertos y líderes del futuro. Gracias a sus actividades de investigación, cumplen una función básica en la creación de conocimientos y facilitan el desarrollo de capacidades analíticas y creativas que permiten encontrar soluciones a problemas locales y mundiales en todos los ámbitos del desarrollo sostenible (UNESCO, 2015, p. 41).

En consonancia con esto, las universidades desarrollan una función crucial en la formación de competencias profesionales y de valores éticos, sociales y medioambientales de las futuras generaciones; contribuyen a concientizar a la comunidad en temas relevantes; promueven la investigación e innovación; introducen ideas de avanzada y adelantos científico-técnicos; enriquecen el pensamiento colectivo; interactúan con diferentes sectores de la sociedad, etc.; por lo que su actividad tiene gran repercusión en el entorno que la rodea, siendo esencial el desarrollo de un compromiso permanente con la RSU y su incorporación en la gestión universitaria.

La RSU puede entenderse como una de las acciones básicas de una universidad y debería ser el marco que encuadre a su misión y estrategia. Sobre el tema, Sanz sostiene:

[...] en el contexto latinoamericano la función social de la universidad se plantea como un eje estratégico en su planificación, tanto en las universidades públicas como en las privadas” y argumenta su importancia en las universidades públicas como forma de dar respuesta a la financiación pública que reciben, mientras que en las privadas como “una forma de visualizar su función en el entorno proporcionando conocimientos y transferencia tecnológica para un desarrollo sostenible del mismo (2016).

Para Larrán y Andrades (2015, p. 101), la RSU implica la reformulación de la estrategia universitaria, y debería extenderse a las distintas áreas funcionales, como lo son la enseñanza, la investigación, la extensión y la gestión, y es esa RSU la que define la relación con los diversos grupos de interés o *stakeholders*, de forma que configuren un diálogo transparente con los diversos actores intervinientes. De ahí que la misión y visión de la universidad se redefine desde un modelo de gestión integral con sustento ético, donde la responsabilidad se entiende como responsabilidad por los impactos de sus acciones (Vallaes, 2011, como se citó en Ramallo, 2015, p. 27).

Muchos son los ejemplos del protagonismo de las universidades en la historia del conocimiento, la investigación y la innovación. Actualmente, ante la pandemia del COVID-19 que invadió a escala mundial, se manifestó una vez la importancia del aporte de la academia en la solución de problemáticas sociales, así como la necesidad de fortalecer los vínculos Estado-universidad-sociedad. En Uruguay, un grupo de científicos de la Universidad de la República (UdelaR) desarrollaron un test de diagnóstico para detectar el coronavirus (El Observador, 2020). Estos exámenes fueron importantes para controlar la expansión de la enfermedad, dado que a mayor cantidad de pruebas, más casos sospechosos se podían confirmar y aislar lo antes posible, contribuyendo a la contención del virus a nivel nacional.

Con lo cual, resulta necesario que las acciones en materia de RSU sean comunicadas a efectos de mostrar el compromiso de la universidad con su entorno y el cumplimiento de su encargo social, informando los resultados a los grupos de interés. Pero, ¿cómo la Universidad puede comunicar sus acciones de RSU? ¿Debe reportar su actuación social? ¿Es posible medir los impactos en RSU? ¿Se puede evaluar la RSU?

La Organización Internacional de Normalización (2010) establece que una organización debería informar a las partes interesadas afectadas sobre su desempeño en Responsabilidad Social (RS) durante un período definido. La publicación de un informe resulta un aspecto valioso dentro de las actividades de RS de una organización. Se puede presentar una publicación electrónica del informe, información o versiones interactivas en el sitio web, así como copias impresas. También podría ser un documento independiente o parte del informe anual.

Aunque no existen criterios únicos, las universidades utilizan diversas metodologías para elaborar reportes de sostenibilidad. Algunas son firmantes del Pacto Mundial y han declarado el desarrollo de acciones tendientes al cumplimiento de los ODS. Nótese que el Capítulo de Latinoamérica y el Caribe de PRME (por sus siglas en inglés, Principios para la Educación Responsable en Gestión) elaboró un sistema de indicadores de RSU en concordancia a los seis principios propuestos por la iniciativa PRME (organización pionera entre las Naciones Unidas y las instituciones académicas, fundada en el 2007), a efectos que las universidades cuenten con indicadores diseñados específicamente para evaluar el entorno universitario. Dichos indicadores son divididos en 5 áreas: 1) Liderazgo y estrategia institucional. 2) Docencia. 3) Investigación. 4) Extensión o proyección social. 5) Administración de la operación (PRME, 2018).

Con ello se pretende que las universidades puedan reportar utilizando los indicadores establecidos a efectos de un Reporte de Sostenibilidad. De esta manera, se facilita “la correcta evaluación y el respectivo reporte a quien corresponda teniendo en cuenta parámetros [...] en RSU cuyo grado de cumplimiento se pretende medir con los indicadores” (PRME, 2018, p. 6), diseñados específicamente para evaluar el entorno universitario. Con lo cual, este reporte de RSU facilita la rendición de cuentas, la mejora de los procesos y la relación con los *stakeholders*, posicionando las buenas prácticas de la institución, a la vez que aumenta su prestigio ante la sociedad.

La evaluación de la RSU es un tema que ha despertado el interés de la comunidad científica y universitaria. Autores como Ramallo (2015); Guijarro et al. (2016); Baca et al. (2017); Aldeanueva y Arrabal (2018); Garbizo et al. (2018); López et al. (s.f.) han propuesto distintos indicadores para la medición de la RSU. De esta manera, se puede identificar el impacto de la RSU, así como el grado de conformidad de la

comunidad interna y externa de la universidad, y en consecuencia corregir y mejorar su desempeño.

Vallaey (2009, como se citó en Ramallo, 2015) hace una propuesta para evaluar a la universidad siguiendo herramientas de autodiagnóstico que se asemejan a ciertos principios de gestión de calidad total. El objetivo último es conocer las fortalezas y debilidades de la universidad a efectos de identificar el grado de RS y determinar los aspectos a mejorar. Para este autor como metodología, basada en el aprendizaje interno, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- a) Las percepciones de los actores internos a la universidad (indicadores cualitativos).
- b) Los resultados de desempeño de la universidad (indicadores cuantitativos).
- c) Las expectativas de los grupos de interés externos a la universidad (opiniones y sugerencias).

En la era digital, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es muy frecuente para divulgar asuntos de interés e interactuar con los *stakeholders*. Las redes sociales virtuales posibilitan intercambiar información actual y relevante, permitiendo además identificar las percepciones de los diferentes grupos de interés. Con la aparición de la *Web 2.0*, ha cambiado la relación entre la empresa y los clientes. Estos últimos, emplean continuamente las redes sociales para acceder a la información que desean, adquirir los productos y servicios que ofrecen las empresas, así como para manifestar su criterio (Palacios et al., 2020). Esto conlleva a que las relaciones entre la organización y su entorno, por intermedio de las TIC, deban ser estudiadas para diseñar estrategias que mejoren la gestión de las comunicaciones; dado que es a partir de diversos intereses que las redes virtuales se forman, logrando relacionamientos a través de la tecnología sin existir el contacto físico de por medio (Budiño, 2011).

Por lo cual, en la actualidad, las redes sociales se han convertido en un importante medio de comunicación en el cual los públicos dialogan, siendo una de sus fortalezas la rapidez con la que se divulgan las noticias, apuntando a la necesidad de que el contenido publicado sea lo más eficaz y concreto posible; constituyendo uno de los canales más usados para la comunicación interpersonal dado el potencial alcance posible a través de un solo mensaje (Palacios et al., 2020)

Por su parte, Budiño (2011), en relación a las redes sociales, sostiene que estas permiten interactuar, intercambiar ideas, gestionar disconformidades, distribuir conocimiento, escuchar a los clientes actuales y potenciales, así como a los demás actores del entorno. La generación de contenidos y su capacidad de potencializar

o combatir un mensaje se rigen por las características propias de las redes sociales y no por leyes de mercado, por lo que resulta importante reconocer el poder de las comunidades virtuales y el rol de las personas dentro y fuera de la organización.

Según la investigación *El Perfil del Internauta Uruguayo 2018* del Grupo Radar (2018), se concluye que el 89% de los uruguayos son usuarios de internet, siendo las redes sociales y el chat los más utilizados. Cerca del 90% de los usuarios buscan información en internet, ya sea en los sitios web oficiales o en las redes sociales. En cuanto a las redes, *Instagram* se impone como la segunda red social en número de usuarios, duplicando a *Twitter*; y *Facebook* ha comenzado a decrecer. En Uruguay, el usuario promedio de internet se conecta casi 6 horas diarias y ha crecido el número de usuarios de redes sociales (6 de cada 10) que admite ser adepto a las mismas (bastante a totalmente adicto). Los usuarios leen y comparten lo que postean las marcas y los *influencers*, cuentan buenas y malas experiencias, razón por lo cual, “[...] las redes sociales son cada vez más un formidable canal de difusión de información sobre empresas, marcas e instituciones” (Grupo Radar, 2018).

Un rasgo novedoso de las redes sociales en Iberoamérica aparece sobre todo en el área de los usos o aplicaciones concretas, específicamente en los sectores de turismo, educación y salud, posibilitando una ventana de oportunidad (Matassi y Boczkowski, 2020, p. 11). Las universidades emplean frecuentemente las redes sociales para dialogar con su comunidad (Guzmán et al., 2012; Brito et al., 2012; Aldeanueva y Arrabal, 2018; Amaral y Santos, 2020; González et al., 2020; Lucero et al., 2020).

Aldeanueva y Arrabal (2018, p. 124) sostienen que las organizaciones trasladan la sensibilidad social a su entorno por diversos medios de comunicación, especialmente las redes sociales. *Twitter* es una de las redes más utilizadas, y es habitualmente empleada por las universidades para comunicarse con sus grupos de interés. El uso de *Twitter* por parte de la universidad posibilita acceder también a grupos de interés fuera de la comunidad universitaria, por medio de los *retweets* y *replies* de su información (Guzmán et al., 2012). Resulta importante, como parte de la estrategia de comunicación de las universidades, evaluar y revisar permanentemente su comunicaciones en las redes, fomentando la información que genere valor, siendo necesario fomentar la investigación y la implementación de experiencias en redes sociales en el contexto universitario (Brito et al., 2012).

Metodología

La presente investigación tuvo como finalidad analizar la comunicación de la RSU de la UdelaR de Uruguay, a través de las redes sociales más conocidas y utilizadas

(Twitter, Facebook e Instagram). En una primera instancia se identificaron todas las cuentas oficiales de redes sociales de los diferentes servicios universitarios que dispone la UdelaR para verificar su veracidad y autenticidad, así como analizar sus interacciones.

Con énfasis en la red Twitter se emplearon, para la recogida de información, las herramientas Burrdd, Twelets y la hoja de cálculo Excel, obteniendo los últimos 3.200 tweets de la UdelaR y sus servicios universitarios al cierre del 15/07/2020, para un total de 31.330 tweets y retweets recopilados. Se utilizó, como referencia, la metodología propuesta por Aldeanueva y Arrabal (2018) y se buscaron 64 términos relacionados con responsabilidad social en las publicaciones realizadas (Tabla 1), agrupándolos por temáticas comunes, a fin de analizar qué comunica la UdelaR en materia de RSU.

Tabla 1
Diccionario de términos

Bienestar social	Medio ambiente
Bienestar universitario	Medioambiental
Código de conducta	Medioambiente
Código ético	Memoria de responsabilidad social
Cohesión social	Memoria de sostenibilidad
Compromiso	Moral
Compromiso social	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Comunicación responsable	ODS
Comunicación socialmente responsable	Protección ambiental
Comunidad	Protección del medioambiente
Conciencia	Realidad social
Conciencia social	Reciclaje
Cooperación	Rendición de cuentas
Cooperación al desarrollo	Responsable
Cooperación internacional	Responsabilidad social
Discapacidad	Responsabilidad social corporativa
Ecología	Responsabilidad social de la universidad
Educación responsable	Responsabilidad social universitaria
Educación socialmente responsable	RSC
Equidad	RSU
Ética	Solidaridad
Extensión	Sostenibilidad

Función social de la universidad	Sustentabilidad
Género	Universidad comprometida
Gestión ambiental	Universidad responsable
Gestión de impactos	Universidad saludable
Gestión medioambiental	Universidad socialmente responsable
Gestión socialmente responsable	Universidad solidaria
Grupos de interés	Universidad sostenible
Impacto económico	Universidad transparente
Impacto medioambiental	Valores éticos
Impacto social	Voluntariado

Elaboración propia a partir de Aldeanueva y Arrabal (2018, p. 127).

Descripción de la Universidad de la República

La Universidad de la República constituye una universidad pública, es la más grande y también la principal institución de Educación Superior del país (Arocena, 2014). Su historia puede analizarse a través de las distintas etapas, por las cuales ha transitado en su desarrollo como casa de altos estudios: 1) Proceso fundacional (1833-1849). 2) Primera etapa: la universidad vieja (1850-1885). 3) Segunda etapa: el nacimiento de la universidad moderna (1885-1908). 4) Tercera etapa: el reformismo (1908-1935). 5) Cuarta etapa: la conquista de la autonomía y el cogobierno (1935-1958). 6) Quinta etapa: hacia la “universidad nueva” (1958-1973). 7) Sexta etapa: la intervención (1973-1985). 8) Séptima etapa: el regreso a la ley de 1958 (1985 a 2006) (Universidad de la República, 2020).

La UdelaR se inauguró formalmente el 18 de julio de 1849. En sus inicios, se reproduce el modelo de universidad napoleónica, la cual ponía bajo la órbita de la Universidad la totalidad de la instrucción pública: primaria, secundaria y superior; y esta última se agrupó en cuatro facultades. El año lectivo de 1850 comienza con sesenta estudiantes inscriptos.

Después de varios años de lucha por la autonomía universitaria, se promulgó la Ley Orgánica de 1958, por la cual se rige actualmente la Universidad de la República; esta norma consagra la gratuidad total de la enseñanza y el cogobierno conformado por docentes, estudiantes y egresados. En los años 1958-1973 se crea el Departamento de extensión y comisiones de bienestar estudiantil y acción social para asistir a los estudiantes mediante becas, comedores, un proyecto de hogar estudiantil y, de esa manera, permitir el acceso de sectores más amplios de la sociedad a las carreras universitarias (Universidad de la República, 2020).

En 1973, la Universidad sufre la intervención y ocupación del gobierno a raíz del golpe de Estado en el país, siendo clausurada por un tiempo. Durante los doce años que dura la intervención, la Universidad deja de investigar, de hacer extensión y su nivel de enseñanza decae. A partir de 1985, se reimplantó el cogobierno de los tres órdenes. La UdelaR comienza a recorrer un camino de apertura en torno a cuatro ejes: apertura institucional, social, regional e internacional; siendo uno de sus problemas el incremento en el número de estudiantes, cuya proyección es creciente y no dispone de infraestructura suficiente (Universidad de la República, 2020).

En la actualidad, la UdelaR cuenta con 21 servicios universitarios (facultades, institutos, etc.) agrupados por áreas. En el área de la Salud cabe mencionar que la Facultad de medicina integra entre otros, el Hospital de Clínicas Dr. Manuel Quintela, el cual constituye un Hospital Universitario, siendo a su vez el que recibe mayor porcentaje de pacientes en comparación con los otros dos grandes hospitales públicos (Universidad de la República, 2017).

La Universidad cuenta con seis programas presupuestales que refieren a los diversos fines y funciones de la institución, con objetivos definidos para su consecución, estos son:

1. Académico: desarrollar las actividades sustantivas universitarias de enseñanza, investigación y relacionamiento con el medio de manera integral, así como la gestión en cada uno de los servicios universitarios.
2. Desarrollo institucional: impulsar las políticas globales de la institución relacionadas con el desarrollo equilibrado de las funciones universitarias, el crecimiento de las actividades de investigación e innovación, la mejora de los instrumentos y condiciones de formación de sus estudiantes, de las relaciones con el medio y la extensión universitaria, el afianzamiento de un cuerpo docente de alta calidad y la modernización de la estructura académica, etc.
3. Bienestar universitario: optimizar las condiciones de estudio y trabajo en la institución a través de actividades de esparcimiento y de relacionamiento social, cultural y deporte que faciliten la formación integral de estudiantes, funcionarios y su integración efectiva a la vida universitaria. Promover mayor equidad en el ingreso efectivo, fortaleciendo diversos programas de becas y apoyos para estudiantes. Fomentar la participación en el cogobierno universitario y desarrollar propuestas que atiendan los aspectos de seguridad y salud laboral para el mejor desempeño de las actividades universitarias.
4. Atención a la salud en el Hospital de Clínicas: contribuir a mejorar la atención a la salud de la población, con su perfil de hospital de alta complejidad y de referencia nacional, fortaleciendo el eje público del Sistema Nacional Integrado

de Salud, participando en la formación de los recursos humanos en salud, así como la generación y aplicación de nuevos conocimientos, con alto contenido ético y de responsabilidad social.

5. Desarrollo en el interior del país: impulsar fuertemente el desarrollo de la enseñanza, la investigación y el relacionamiento con el medio en todo el territorio nacional con criterio regional, contribuyendo a dar respuestas eficaces a los problemas nacionales priorizados en las diferentes áreas del conocimiento.
6. Programa de inversiones en infraestructura edilicia: desarrollar un plan de obras integral con una visión de territorio y cultura universitaria que contemple todos sus componentes. Mejorar la red de comunicación y disponer del equipamiento adecuado para formar a los estudiantes universitarios de las próximas décadas y para desarrollar las actividades de investigación e innovación que requiere el Uruguay, etc. (Universidad de la República, 2016, pp. 61-62).

Durante el año 2017, la Udelar dictó 96 carreras de grado y 302 de posgrado (Tabla 2), así como más de 1.030 cursos de educación permanente. En este período se inscribieron 25.545 estudiantes de grado, lo que significa casi un 10 % más que en el año 2015 y casi un 32% más que en el año 2010, siendo la Facultad de ciencias económicas y de administración la de mayor cantidad de inscriptos (3.545) (Universidad de la República, 2018).

Tabla 2
Oferta Académica Udelar 2017

Carreras	Tipos de carreras	Cantidad
Grado	Licenciaturas y equivalentes	96
	Técnicas y Tecnológicas	45
	Títulos intermedios	11
Posgrado	Doctorados	32
	Maestrías	87
	Especializaciones	183

Universidad de la República (2018, p. 6).

En relación a las carreras de posgrado, la Udelar ofrece múltiples propuestas, aunque aún insuficientes. La Universidad entiende como una de sus metas esenciales brindar enseñanza de posgrado de la más alta calidad, como parte de su responsabilidad social y académica, para contribuir de forma adecuada al desarrollo integral del País, así como una mejor inserción en la sociedad del conocimiento (Arocena, 2014, pp. 96-97).

La UdelaR en 2017 contó con 9.982 docentes, con grados académicos de 1 a 5, que ocuparon 11.229 cargos; además, colaboraron 6.246 funcionarios técnicos, administrativos y de servicios. La participación femenina fue del 66 %, la cual se ha mantenido en los últimos años. Como una herramienta educativa, la Red de Entornos Virtuales de Aprendizaje (EVA) de la UdelaR ha alcanzado los 256.978 usuarios (estudiantes, docentes, funcionarios y otros), e integra 12.679 cursos compuestos por 211.376 recursos, 1.047.98 mensajes y 255.532 preguntas (Universidad de la República, 2018).

Resultados

Según un relevamiento realizado sobre el uso de las redes sociales por la Universidad, se encontró que la UdelaR y los servicios universitarios poseen cuentas de Twitter, Facebook e Instagram, con un total de 85.185 seguidores, 190.888 y 47.178 respectivamente, así como 39.139 publicaciones, 186.519 me gusta y 3.256 publicaciones hasta el 15 de julio de 2020.

Para analizar qué comunica la UdelaR en materia de RSU a través de las redes sociales, se seleccionó Twitter, se utilizó la herramienta gratuita Burrnd para analizar la veracidad de las cuentas, la cantidad de tweets que realizaron, los retweets y likes obtenidos y el promedio de los mismos. Para obtener más información, se utilizó la versión unlimited de la herramienta Twlets, mediante la cual se obtuvieron los últimos 3.200 tweets de cada cuenta oficial de la UdelaR y los servicios universitarios hasta el 15 de julio de 2020.

Esta herramienta permitió bajar los tweets y retweets (31.330) a la hoja de cálculo Excel para analizar la frecuencia de los términos sobre responsabilidad social identificados en la Tabla 1.

La metodología utilizada para buscar los términos definidos fue la siguiente:

1. Depuración de retweets entre las distintas cuentas de los servicios universitarios y la UdelaR en sí.
2. Depuración de términos no vinculados a la temática que contenían la palabra buscada (por ejemplo se depuró la palabra “genética” al buscar la palabra “ética”).
3. Selección de retweets donde estuviese involucrado el servicio universitario que lo realizó.
4. Filtración de tweets que tuviesen hashtags o palabras buscadas, pero sin ninguna vinculación directa en la temática (por ejemplo se filtró los tweets de un centro universitario que comunicó divulgación general y horarios de una materia con el hashtag #comunicación responsable).

Posteriormente, se tomaron como muestra las 2.443 publicaciones de los servicios ubicados en la capital del país, por ser los que abarcan mayor cantidad de funcionarios y estudiantes y, en consecuencia, pueden interactuar con una mayor comunidad. En el total de tweets y retweets analizados, la frecuencia de empleo (Tabla 3) de los términos referidos a responsabilidad social (con el previo trabajo de filtrado y depuración), fue la siguiente:

Tabla 3

Frecuencia de empleo de los términos identificados

Extensión	599
Género	378
Comunidad	323
Cooperación	129
Bienestar universitario	218
Discapacidad	147
Equidad	101
Compromiso	100
Responsable	100
Medio ambiente	95
Conciencia	54
Ética	50
Solidaridad	46
Ecología	35
Sustentabilidad	29
Gestión ambiental	12
ODS	12
Moral	6
Responsabilidad social	4
Reciclaje	2
Impacto social	3
Total	2.443

Elaboración propia.

La Figura 1 muestra un árbol que visualiza el resultado del análisis de los tweets y retweets del período seleccionado. De los 2.443 relevantes a efectos de la investigación, 1.694 corresponden a tweets y 749 a retweets, lo que demuestra que la mayoría de las publicaciones pertenecen a tweets originales, evidenciando

la inclinación a comunicar las acciones de RSU. Los servicios universitarios que los publicaron se agruparon en cuatro áreas de conocimiento: agrarias; ciencia y tecnología; sociales, humanas y artísticas; ciencias de la salud; adicionando también la UdelaR central. De los tweets analizados, las áreas de sociales, humanas y artísticas comunican la mayor cantidad (569)M en segundo lugar se encuentran las ciencias de la salud (481); luego, las agrarias (288).

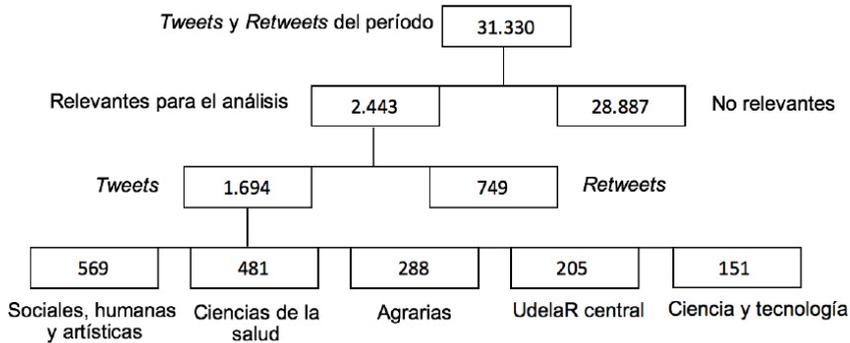


Figura 1. Árbol de resultados
 Elaboración propia.

A fin de analizar los principales temas que se comunican, se agruparon los términos de la Tabla 3 por temáticas afines, lo cual permitió determinar que la UdelaR comunica mayormente temas generales de RSU (41%), seguido de cuestiones sociales (36%) y ambientales (23%) (Figura 2). Ello evidencia la pronunciación de la Universidad con respecto a los temas que conciernen a la RSU y el empleo de las redes sociales para comunicar los mismos. Sin embargo, se considera que se podría emplear y aprovechar aún más este espacio, dadas las ventajas que ofrece, para interactuar frecuentemente con la comunidad.

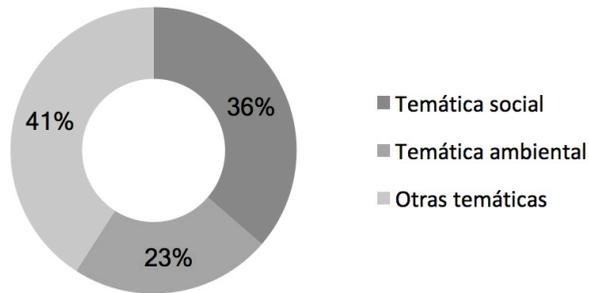


Figura 2. Temáticas de RSU
Elaboración propia.

De forma general, se aprecia que existe una relación entre la temática de RSU de las publicaciones y las áreas que las divulgan, siendo así que se manifiestan mayormente las comunicaciones referidas al ámbito social en las áreas de las ciencias de la salud (32%) y sociales, humanas y artísticas (31%), como se muestra en el Figura 3.

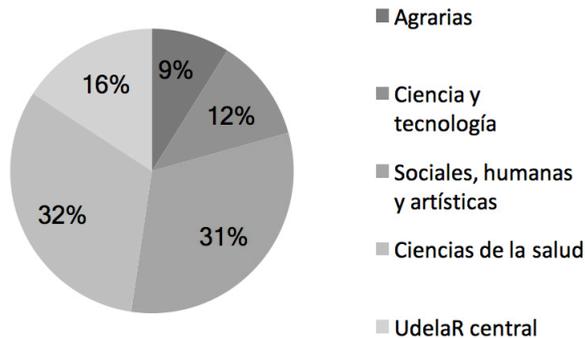


Figura 3. Áreas que publican la temática social
Elaboración propia

De la misma forma se evidencia que la comunicación sobre medioambiente (Figura 4) la realizan mayoritariamente las áreas Agrarias (34%), lo que permite apreciar una inclinación a comunicar, mayoritariamente, los temas que se relacionan directamente con el servicio universitario.

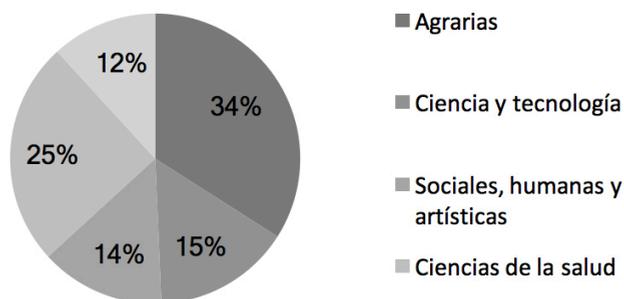


Figura 4. *Áreas que publican la temática ambiental*
 Elaboración propia.

Conclusiones

Los resultados alcanzados permiten aseverar que la UdelaR emplea las tecnologías de la información y la comunicación, específicamente las redes sociales virtuales, para comunicar su Responsabilidad Social Universitaria (RSU). De esta forma, se brinda información sobre la actuación social de la universidad, a la vez que se logra el acercamiento y el diálogo con la comunidad universitaria, contribuyendo a generar una conciencia social y ambiental en su entorno.

Se observa una tendencia a comunicar, en mayor medida, las temáticas de RSU vinculadas con la actividad que desarrolla cada área y servicio de la UdelaR. Esto responde a la tendencia de reportar información vinculada a los grupos de interés internos y externos de las diferentes áreas. No obstante, se considera que podría ser mayor la comunicación de sus acciones en este ámbito, pudiendo revelar con mayor frecuencia el cumplimiento de su encargo social e interactuar rápidamente con sus grupos de interés. Por lo cual, para dar continuidad a esta investigación, en estudios posteriores se realizará una evaluación de la RSU de la UdelaR, analizando su desempeño y las percepciones de los diferentes grupos de interés al respecto.

Referencias

- Aldeanueva, I., y Arrabal, G. (2018). La comunicación y medición de la Responsabilidad Social Universitaria: Redes sociales y propuesta de indicadores. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(1), 121-136. DOI: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.12.626>
- Amaral, I., y Santos, S. (2020). Redes sociales y fenómenos comunicativos: aplicación, análisis y metodologías de investigación. *Revista Prisma Social*, 28, 21-43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7263736>
- Arocena, R. (2014). Trabajando por una Segunda Reforma Universitaria: la Universidad para el desarrollo. En *Memoria del Rectorado 2006-2014* (pp. 96-98). Ediciones Universitarias, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR). <http://udelar.edu.uy/portal/institucional/memorias-de-la-udelar/>
- Baca, H., Rondán, F., y García, J. (2017). Propuesta de medición de la responsabilidad social universitaria. *Revista Espacios*. 38(43). <http://www.revistaespacios.com/a17v38n43/a17v38n43p12.pdf>
- Brito, J., Laaser, W., y Toloza, E. (2012). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *Revista de Educación a Distancia*, 32, 27-36. <https://revistas.um.es/red/article/view/233071/253511>
- Budiño, G. (2011). Gestión de comunidades virtuales: el rol del *community manager*. *QUANTUM*, 6(1), 5-7. <http://biblioteca.fcea.edu.uy/QUANTUM/Vol6/No1/QuantumCap1.pdf>
- El Observador. (2020). Científicos uruguayos desarrollaron un test para detectar coronavirus. <https://www.elobservador.com.uy/nota/desarrollaron-test-para-detectar-coronavirus-entre-cientificos-de-udelar-e-instituto-pasteur-202031883623>
- Garbizo, N., Ordaz, M., y Cruz, M. (2018). Sistema indicadores de responsabilidad social universitaria para la labor educativa, desde la atención a la diversidad. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/11/responsabilidad-social-universitaria.html> //hdl.handle.net/20.500.11763/atlante1811responsabilidad-social-universitaria

- Global Compact de Naciones Unidas. (2007). Principios para una educación responsable en gestión. <http://www.bibliotecavirtualrs.com/wp-content/uploads/2011/12/EDUCACIONRESPONSABLEPRMEencastellano.pdf>
- Global Reporting Initiative, Pacto Global de las Naciones Unidas y Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible. (2015). *SDG Compass*. Aprende más sobre los ODS. <https://sdgcompass.org/sdgs/>
- González, C., Valdivieso, L., y Velasco, V. (2020). Estudiantes universitarios descubren redes sociales y *edublog* como medio de aprendizaje. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 23(1), 224-226. DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.23.1.24213>
- Grupo Radar. (2018). El Perfil del Internauta Uruguayo. 15ª edición 2018. <http://www.gruporadar.com.uy/01/16-12-2018-presentamos-la-15a-edicion-del-perfil-del-internauta-uruguayo-2018/>
- Guijarro, C., Gomera, A., y Antúnez, M. (2016). Propuesta de indicadores de la Responsabilidad Social Universitaria conforme a la guía G4 del GRI: el caso de la Universidad de Córdoba. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. 103-137. <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/6861/10876>
- Guzmán, A., del Moral, M., y Ladrón, F. (2012). Usos de *Twitter* en las universidades iberoamericanas. *RELATEC, Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 11(1), 31-36. <https://relatec.unex.es/article/view/845>
- Larrán, M., y Andrades, F. (2015). Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, 6(15), 91-107. DOI: <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2015.15.144>
- López, M., Perusquia, J., y Villalón, R. (s.f.) Indicadores propuestos para medir el impacto de la Responsabilidad Social Universitaria. <https://docplayer.es/163803627-Indicadores-propuestos-para-medir-el-impacto-de-la-responsabilidad-social-universitaria.html>
- Lucero, P., Landeta, L., Loma, T., y Vargas, M. (2020). Análisis de redes sociales en los estudiantes de la Carrera de Psicología clínica de la Universidad Central del Ecuador. *Revista científica UISRAEL*, 7(1), 59-61. DOI: <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n1.2020.161>
- Matassi, M., y Boczkowski, P. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 29(1), 9-11. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>

- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. (LC/G.2681-P/Rev.3). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Naciones Unidas. (s.f.a). Crónica ONU. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAscueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Naciones Unidas. (s.f.b). La Agenda de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
- Naciones Unidas Uruguay. (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible en Uruguay. <https://www.onu.org.uy/ods-en-uruguay/>
- Organización Internacional de Normalización. (2010). ISO 26000 Guía de responsabilidad social. Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza. <http://americlatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf>
- Palacios, D., Ponce, J., Villamrin, W., y Palma, A. (2020). Las redes sociales y su influencia como estrategia de marketing en las PYMES de Manabí – Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 9-11. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/04/redes-sociales-marketing.html>
- Presidencia de la República Oriental del Uruguay. (2019). Informe Nacional Voluntario – Uruguay 2019. http://www.ods.gub.uy/images/Informe_Nacional_Voluntario_Uruguay_2019.pdf
- PRME. (2018). *Sistema de indicadores de responsabilidad social universitaria. Informe de Progreso – PRME. Guía para su aplicación*. Capítulo Latinoamérica y el Caribe. <https://rsuiberoamerica.files.wordpress.com/2018/10/cartillaprimeonline-1.pdf>
- Ramallo, M. (2015). La evaluación de la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista Debate Universitario*. Universidad Abierta Interamericana (UAI), 4(7), 27-33. <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/debate-universitario/article/view/6413/pdf>
- Sanz, C. (2016). La formación continua: un aspecto básico de la Responsabilidad Social de la universidad. En *Universidad + Sociedad en el contexto de la Educación Permanente* [en línea], 54-55. Ediciones Universitarias. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/9593/1/recla2015.pdf>
- UNESCO. (2015). Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4. <https://www.gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/245656s.pdf>

- Universidad de la República. (2016). Memoria 2015. Ediciones Universitarias, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR), 59-63. <http://udelar.edu.uy/portal/institucional/memorias-de-la-udelar/>
- Universidad de la República. (2017). Memoria 2016. Ediciones Universitarias, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR), 68-73. <http://udelar.edu.uy/portal/institucional/memorias-de-la-udelar/>
- Universidad de la República. (2018). Memoria 2017. Ediciones Universitarias, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR), 6-17, 25. <http://udelar.edu.uy/portal/institucional/memorias-de-la-udelar/>
- Universidad de la República. (2020). Historia de la Udelar. Universidad de la República Uruguay. <http://udelar.edu.uy/portal/institucional/historia-de-la-udelar/>
- UNSDG. (2018). *Desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: desafíos y ejes de política pública*. Grupo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe. Panamá, 4-10. <https://onu.org.gt/wp-content/uploads/2018/10/Desaf%C3%ADos-y-Estrategias-para-el-Desarrollo-sostenible-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-compressed.pdf>
- Uruguay suma valor. (2017). Qué son los ODS. <http://www.ods.gub.uy/index.php/quesonlosods>
- Vidal, A., Ramos, J., y Asuaga, C. (2019). Análisis comparativo de los reportes de sostenibilidad de las empresas públicas uruguayas. *Revista Proyecciones*, 13, 31-33. DOI: <https://doi.org/10.24215/26185474e003>

Para citar este artículo:

Vidal, A., Asuaga, C y Budiño, G. (2021). Responsabilidad Social Universitaria: El caso de la Universidad de la República. Un análisis de su comunicación por medio de redes sociales, con énfasis en Twitter. *En-Contexto*, 9(15), 167-188. DOI: <https://doi.org/10.53995/23463279.876>

