

## Responsabilidad Social Universitaria 2.0. Análisis de las páginas web de universidades de AUSJAL University Social Responsibility 2.0. Analysis of the websites of universities AUSJAL

Agrivalca Ramsenia Canelón<sup>1</sup>  
Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela  
[acanelon@gmail.com](mailto:acanelon@gmail.com)

Recepción: 27/03/2013 Revisión: 22/05/2013 Aceptación: 24/05/2013 Publicación: 30/05/2013  
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-5-2013-03-27-48>

### Resumen

Se aborda el concepto de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), valorando las páginas web institucionales como plataforma para la difusión de información acerca de las políticas e iniciativas apuntaladas por las casas de estudio superior en esta área, así como también para el diálogo con los *stakeholders*, entendiéndose la comunicación en una doble vertiente estratégica: instrumental y relacional. Así, se traza un recorrido teórico que parte del impacto de la universidad en la sociedad con arreglo a cuatro ámbitos: organizacional, educativo, cognitivo-epistemológico y social (Vallaeyts *et al.*, 2009: 2), para luego ahondar en las bondades que suponen las TIC al tamiz de un modelo universitario que apuesta por la rendición de cuentas y la transparencia frente a los *stakeholders* (Azüero, 2009: 14), auspiciando la visibilidad de su actuación socialmente responsable y, con ello, la consolidación de su imagen y su reputación corporativa (Garde *et. al.*, 2011: 4-7). En este encuadre, la investigación se apalanca en el análisis de contenido de los *websites* de 14 casas de estudio pertenecientes a la Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL), sobre la base de cinco categorías: presencia de información atinente a RSU; tipo de información acerca de RSU; *stakeholders* a quienes se dirigen los contenidos de RSU; facilidad de acceso a la información sobre RSU; y mecanismos de participación de los *stakeholders* en la web (tanto de carácter general como específicos en RSU), realizándose la observación entre septiembre de 2012 y enero de 2013. En síntesis, la exploración arroja cinco hallazgos clave: la oferta generalizada de información sobre RSU; el énfasis en los contenidos alusivos al "Impacto Social"; la inclinación por la comunidad académica como público objetivo; la dificultad en la ubicación de tópicos de interés acerca de RSU dentro del *website*; y el predominio de recursos de comunicación eminentemente expositivos.

---

<sup>1</sup> Coordinadora Académica y profesora del Postgrado en Comunicación Social y Publicidad de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), en Venezuela.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Universitaria, Transparencia, Rendición de Cuentas, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Relaciones Públicas, Imagen Corporativa, AUSJAL.

### **Abstract**

It deals with the concept of University Social Responsibility (USR), assessing the institutional websites as a platform for the dissemination of information about policies and initiatives conducted by universities in this area, as well as for dialogue with stakeholders, understanding the communication strategy in two ways: instrumental and relational. Thus, it takes a theoretical route from the impact of the university in society according to four areas: organizational, educational, social and cognitive-epistemological (Vallaey *et al.*, 2009: 2), and then delve into the advantages by the Information and Communication Technologies for a university model that focuses on accountability and transparency for stakeholders (Azuerro, 2009: 14), sponsoring the visibility of your socially responsible action and thereby consolidate its image and corporate reputation (Garde *et al.*, 2011: 4-7). In this framework, research leverages content analysis of the websites of 14 universities belonging to the Association of Universities Entrusted to the Society of Jesus in Latin America (AUSJAL), based on five categories: presence of information about USR, type of information about USR; stakeholders that target the content of USR; easy access to information on USR, and mechanisms of participation and interaction with stakeholders, performing observation between September 2012 and January 2013. In short, the exploration produces five key findings: the provision of information about USR; the emphasis on content alluding to Social Impact; the inclination by the academic community as a target audience; the difficulty in locating topics of interest about the USR within the website; and the predominance of expository communication resources.

**Keywords:** University Social Responsibility, Transparency, Accountability, Information and Communication Technologies, Public Relations, Corporate Image, AUSJAL.

### **Sumario**

1. Introducción
2. Marco Teórico
3. Metodología
4. Resultados
5. Conclusiones
6. Referencias

### **Summary**

1. Introduction
2. Theoretical Framework
3. Methodology
4. Results
5. Conclusions
6. References

## 1. INTRODUCCIÓN

A la vista de un escenario decididamente globalizado, en el que tienden a privar como constantes la incertidumbre y la complejidad al fragor de los desmesurados desafíos planteados como consecuencia de la incorporación y la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), las necesidades emergentes en las más diversas esferas de la sociedad y el desenvolvimiento humano conllevan el reconocimiento y la asunción de responsabilidades por parte de los individuos, los grupos y, más allá, las organizaciones en tanto iniciativa racionalizada para la consecución de objetivos.

En este encuadre, una mirada de recorrido nada escaso que ya atraviesa algunas décadas en su haber y se proyecta con fructífera trayectoria hacia el futuro, aboga a favor de un ejercicio de reflexión ininterrumpida en torno a la Educación Superior, con foco sobre el rol que corresponde desempeñar a la universidad inserta en la Sociedad del Conocimiento, por lo demás comprometida con la transformación social, el desarrollo económico sostenible, la inclusión y el respeto a la diversidad, el fortalecimiento democrático y el ejercicio pleno de la ciudadanía.

En este orden de ideas, se trae al ruedo la figura de un nuevo “pacto” que refunde la relación de la máxima casa de estudios con la sociedad, allanando el camino hacia la formalización del concepto de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), de por sí aún desprovisto de consenso en sus enunciados y términos, pero de suyo prometedor en cuanto a la concepción integral de la universidad como institución que influye sobre el entorno.

Justamente, huelga encontrar en las líneas precedentes los fundamentos que inspiran la investigación que ocupa estas páginas, realizada a modo de modesta contribución al debate alrededor de la Universidad y el despliegue de su misión amparada en la noción de RSU. Para ello se apalanca en el valor que entraña la comunicación, enmarcada en la formulación de estrategias institucionales de largo plazo, en procura de una adecuada difusión de los avances conseguidos “en” y “desde” la Universidad en esta materia, pero sobre todo de cara a la socialización e internalización del concepto. En este recodo, el desarrollo experimentado por las TIC se erige en un factor relevante toda vez que habilita tanto el acceso como el

intercambio de información entre las “partes interesadas” (transparencia), extendiendo incluso las posibilidades de diálogo.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ¿De qué va la Responsabilidad Social Universitaria (RSU)?**

Si bien con andadura lenta pero decididamente sostenida, la corriente de la Responsabilidad Social ha conseguido trascender los linderos que circunscribían su ámbito de aplicación a la empresa en exclusiva, a no dudar instancia originaria en la que el concepto anidó y alcanzó su desarrollo en clave de gestión para impregnar luego el fuero organizacional con amplio espectro. Precisamente, en este enmarcado surge un punto de apalancamiento tratándose de la universidad, con un doble eje de debate dada su condición de actor institucional cuya misión redunda en la formación integral del ser humano a la vista de un desempeño profesional inmediato o de mediano plazo y, más allá, de cara al ejercicio permanente de la ciudadanía (De la Cuesta, 2011: 4).

No en balde, la introducción de la universidad por los derroteros de la Responsabilidad Social viene a acompasarse con el hilo de las profundas transformaciones acaecidas en el seno de la Educación Superior durante la última década, de donde ha derivado la configuración de no pocas tipologías o modelos explicativos en derredor de la figura universitaria, entabados particularmente en la reconsideración de los aspectos relativos a su identidad y, por ende, su consabida vinculación, revestida de responsabilidad, tanto con la sociedad local en la que se inserta como con la sociedad universal a la que tributa.

Desde la perspectiva de estos argumentos, priva para la universidad el requisito indispensable de repensarse a sí misma en el contexto de la posición estratégica que ocupa. Ello conlleva, a decir de Carrizo (2005: 77), la responsabilidad de dialogar con otros actores del sistema al tamiz de la tríada Ciencia-Política-Ciudadanía, elucidando, por un lado, los modos de producción de conocimiento (qué, cómo y con quién conocer) y, por el otro, la articulación entre el conocimiento y las políticas (para qué conocer).

Este loable cometido, anunciado de hecho en el Artículo 6, letra (b), de la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción (1998: 24), y refrendado

después por Morín en “Los siete saberes necesarios para la educación del futuro” (1999), retrotrae a la universidad en tanto agente para la transformación social dentro de un horizonte de “valor humanizador” (Ayuso, 2008: 20-21). A la luz de este planteamiento, en consecuencia, se sigue para la institución universitaria el establecimiento de un nuevo “contrato social”, a tenor del cual la consolidación de los diferentes ámbitos de su quehacer (léase docencia, investigación, extensión y gestión) transita por la consideración de los impactos generados, y aún esperados, sobre el entorno y el propio *corpus* organizacional (ya sea en su conjunto o por grupos específicos), redituando el potencial del capital relacional merced una lógica de observación y atenta escucha (interna y externa).

Obedeciendo a este hilo conductor, oportuno es traer a colación una revisión siquiera sucinta de las nociones esgrimidas en torno a la Responsabilidad Social con arreglo al ámbito universitario, de tal modo de identificar sus principales rasgos y alcances concretos, a saber:

**Cuadro 1. Definiciones de Responsabilidad Social Universitaria (RSU)**

Autores/as	Definición
Proyecto Universidad- Construye País (2004)	Entenderemos por Responsabilidad Social Universitaria la capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos clave: gestión, docencia, investigación y extensión. Así asume la Responsabilidad Social ante su propia comunidad universitaria y el país donde está inserta.
Francois Vallaey y Luis Carrizo (2005)	Una política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales y ambientales que la universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover el Desarrollo Humano Sostenible.
Asociación de Universidades de Colombia -ASCUN- (2007)	La capacidad de la universidad para responder a las necesidades y demandas cada vez más urgentes de transformación de la sociedad mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión.

Fuente: Elaboración propia

A la sazón, la lectura de estas definiciones subraya la caracterización de la RSU en tanto filosofía de gestión y gobierno a partir de la cual las casas de estudio superior, en pleno ejercicio de su autonomía, renuevan su compromiso con la sociedad, responsabilizándose por la incidencia de sus ejecutorias a la vez que mostrándose receptivas frente a los requerimientos, las expectativas y las interpelaciones de los actores sociales, en franca sintonía con la vertiente de los *stakeholders* según el esquema propuesto por la AECA (2003, citado por Núñez y Alonso, 2009: 169-170): alumnado, empleados/as, agentes sociales, otras instituciones de Educación Superior, proveedores, empresas, autoridades públicas, sociedad y comunidad local, entorno natural<sup>2</sup>.

En este orden de ideas, cabe admitir la licencia de apelar a la gestión de los impactos a los fines de aplicación, aunque matizada por las señas de identidad de la institución universitaria en genérico, y de cada organización de estudio superior en distintivo, transversalizándose a la postre en el accionar y en las funciones que concurren tanto en la dinámica interna como en la proyección exterior (Maseda y Amiano, 2011: 13). De allí, citando a Vallaey *et. al.*, (2009: 2 y ss.), la concreción de cuatro categorías de impacto al momento de calibrar la actuación de una universidad bajo la óptica socialmente responsable, en detalle:

- Impactos organizacionales: entrañan los asuntos de cariz laboral y ambiental, habida cuenta de que la universidad, en su talante de organización, incide sobre los miembros de la comunidad que en ella hacen vida al ritmo de la cotidianidad (estudiantes, personal docente y de investigación, y personal administrativo y de servicios).
- Impactos educativos: alude a la arquitectura curricular, con posterior deslinde en el perfil de egreso, sumada a los procesos de transferencia de conocimiento merced las estrategias de enseñanza-aprendizaje.

---

<sup>2</sup> Por lo demás, estrechamente ligados con este primer anillo de públicos de interés, conviene igualmente considerar, dentro de la órbita de influencia de la universidad, a otros actores sociales para nada desdeñables en lo atinente al diagnóstico del quehacer institucional, léase los padres y representantes de los estudiantes, las familias de los empleados, los egresados, los empleadores y los colegios/gremios profesionales, por traer al ruedo solamente a algunos.

- Impactos cognitivos y epistemológicos: dan cuenta de la gestión social del conocimiento, consintiéndose en el hecho de que la majestad universitaria se edifica, con carta de naturaleza, sobre la plataforma de la investigación, la producción y la difusión del saber.
- Impactos sociales: entronca directamente con el puntal de la extensión y la proyección social, razón por la cual inscribe a la universidad en el cauce de la relación con los actores del entorno próximo, afincándose en la premisa de la Educación Superior como bien público social.

De tal suerte, en el camino socialmente responsable franqueado por las casas de estudio superior, la consolidación del concepto reclama acciones de sensibilización destinadas a hilvanar, progresivamente, una cultura organizacional sustentada sobre los valores de la transparencia, la participación y la mejora continua. Se aviene así la puesta a punto de un eje estratégico engranado en la difusión de información acerca de las iniciativas de RSU motorizadas y, con connotaciones que superan a ese plano, en la comunicación con las "partes interesadas" por el buen desempeño de los centros educativos, apostadas lo mismo a lo interno de la organización que tras los márgenes cada vez más difusos que la separan del entorno; al fin y al cabo, integrantes todas de la comunidad universitaria en un sentido extendido, y sobre las que recae el logro de un doble objetivo rayano en la motivación y la educación con respecto a la gestión socialmente responsable de la institución (Vallaey, 2007: 10-11).

## **2.2. La Comunicación de la RSU: círculos y vínculos**

Invocar el concepto de la Responsabilidad Social conduce, indefectiblemente, a los terrenos de la transparencia y la consabida rendición de cuentas (*accountability*) (Azüero, 2009: 14), en relación con los compromisos asumidos y las acciones emprendidas por la organización, aparejada a la evaluación, el reporte y la comunicación de resultados, adhiriendo una perspectiva *multistakeholder* (Gargantini, 2011: 30).

Una exigencia de esta envergadura, a los efectos de gestión, repara en el despliegue de herramientas y metodologías idóneas, tales como los sistemas integrados de calidad, el levantamiento de información contable y la aplicación de auditorías, con el ánimo de ofrecer

una suerte de relación de causalidad entre las medidas adoptadas y los logros obtenidos (Núñez y Alonso, 2009: 174).

De ahí que uno de los documentos corporativos que ha cobrado harta relevancia durante los años recientes, convirtiéndose a los fines prácticos y por mérito propio en el instrumento por antonomasia para la comunicación de la Responsabilidad Social, sobre todo entre las grandes empresas y con apego a los estándares internacionales de certificación, es la Memoria de Sostenibilidad. Así las cosas, valiéndose de este informe anual, confeccionado con carácter voluntario en tanto pilar del sistema de *reporting*, los grupos de interés son puestos al corriente de los resultados de la organización en materia de Responsabilidad Social con arreglo a la "Triple Cuenta" o "Línea de Triple Fondo", contemplándose los campos económico, ambiental y social (Martín, 2011: 7).

En esta onda, las instituciones universitarias de ningún modo quedan exentas de hacer lo propio divulgando informes relativos a sus actividades de Responsabilidad Social, aunque con parámetros acoplados a su esencia. Por ende, de antemano se entiende que estos reportes han de exceder la data de cuño financiero como parte de un enfoque integral que eleva la capacidad de dar respuesta (*respondere, responsum*), frente al colectivo universitario y la sociedad en general, en torno a temas que van desde la eficiencia en el uso de los recursos hasta la generación de valores inmateriales (Vergara, 2007: 3-4).

Empero, por encima del fomento de una cultura de la transparencia apalancada en el acceso y la facilitación de la información, con resonancia evidente en el juzgado de la opinión pública, se avizora en este movimiento la piedra de toque en aras de la comunicación permanente de la universidad con los múltiples actores sociales interesados en su quehacer, favoreciéndose de esta manera la participación y el diálogo como dimensión fundamental de la RSU, pues "sólo a través de un *feedback* continuado, fluido y efectivo, las organizaciones pueden conocer qué se espera de ellas y cómo responder a las demandas de su entorno" (Asociación de Directivos de Comunicación, 2010: 8).

Por lo tanto, recurriendo de nuevo a Vallaey (2007: 11), la gestión socialmente responsable de las casas de estudio superior sintoniza, en pleno, con una ética organizacional dialógica, la cual, a su vez, rescata una concepción holística de la comunicación que, de suyo, pone el



acento sobre el reconocimiento del otro. Siguiendo este razonamiento, la RSU funge cual encuadre para colocar en el centro del modelo comunicacional ya no la herramienta o el recurso técnico, mas sí el proceso de relación y los actores que en ella participan, en este caso los centros educativos y sus públicos de interés, lo que implica priorizar el ideal humanista que, en definitiva, viabiliza el traslado creíble y transparente de los compromisos y las actuaciones ejecutadas en beneficio de la sociedad (Matos, 1988: 214).

Precisamente, he allí el nicho desde donde Garde *et. al.*, (2011: 4-7) visualiza un elemento de diferenciación y legitimación en la apuesta por la gestión socialmente responsable de las casas de estudio superior, amplificada a través de la transparencia informativa. En este orden de ideas, el autor destaca, en razón de su incidencia sobre el sistema perceptivo formador de la imagen y la reputación, la información atinente a las iniciativas de Responsabilidad Social emprendidas por las instituciones educativas y difundidas a través de sus páginas web, atributo éste que abre las compuertas hacia “un nuevo modelo de universidad, con información constante y actualizada a cada momento” (Ortega, 2007: 26).

De por sí, Carrillo, Castillo y Gómez (2006) encuentran en la páginas web uno de los mejores canales para que una organización interactúe de manera permanente con sus grupos de interés, traduciéndose sus ventajas en una relación más personalizada y en un mayor control de los resultados, con el agregado de que permite la integración de diferentes lenguajes (sonido, movimiento e imagen), la variación del contenido y la actualización constante sin coste, subrayándose el acceso posible desde cualquier ubicación geográfica, por añadidura exento de límite de tiempo.

En ese recodo, el término interactividad luce fundamental para entender la lógica de interlocutores que no son simples observadores tácitos, sino que conducen y orientan la dirección de la comunicación a través de sus elecciones; en suma, una comunicación bilateral como característica clave del ciberespacio que ofrece a las organizaciones la oportunidad de crear un diálogo directo con cada usuario.

Por consiguiente, el arribo de las TIC impone una redefinición de las prácticas de la RSU, amén de una especialización de las herramientas destinadas a los públicos atendiendo al nuevo ecosistema digital, toda vez que despejan el paso para la elaboración de mensajes

específicos-segmentados, y para la canalización de éstos mediante actividades concretas (Castillo, 2008).

### **2.3. AUSJAL: camino a la Responsabilidad Social Universitaria (RSU)**

A lo largo de la ruta signada por el afinamiento y el deslinde entre una pluralidad de voces que retrata, cada cual, corrientes teóricas y de abordaje variopintas en torno a la RSU, la Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL)<sup>3</sup> no ha vacilado en inscribirse en este giro innovador, centrando el concepto del quehacer universitario socialmente responsable en el horizonte de la justicia social, de conformidad con el ideario inspirado en “la tradición y la pedagogía ignaciana”, a cual mejor referente identitario, y formalizado en el marco de la V Asamblea de Rectores celebrada en la ciudad de Quito (Ecuador) en el año 1990.

Semejante incursión sería refrendada más adelante, en 1995, con la publicación del documento “Desafíos de América Latina y Propuesta Educativa de AUSJAL”, guiado por el imperativo de responder a la interpelación de la sociedad latinoamericana, preñada de múltiples carencias (creciente pobreza, baja productividad y dificultades de gobernabilidad), invocando la responsabilidad social de las universidades a cargo de la Compañía de Jesús al amparo de la pregunta “¿Qué Universidad para qué sociedad?”, so pena el riesgo de estar “formando profesionales exitosos para sociedades fracasadas” (Ugalde, 2007: 1).

El consenso cifrado alrededor de este enfoque maestro sería recogido en el enmarcado de los Planes Estratégicos AUSJAL 2001-2005 y AUSJAL 2011-2017, con vistas a su concreción en líneas de acción de RSU según las condiciones y las circunstancias particulares de cada país sede, aunque apegadas siempre a una estrategia común y de liderazgo compartido embebidos de los enunciados oficiales tanto de la Misión como de la Visión de la AUSJAL.

Al vuelo de este mandatorio, con motivo de la XIV Asamblea General Ordinaria de AUSJAL,

<sup>3</sup> La Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL) es una red interuniversitaria de gestión privada con presencia en 15 países de Latinoamérica que forma parte, a su vez, de una red mundial más amplia integrada por cerca de 200 centros de educación superior en los cinco continentes. Fue constituida el 10 de noviembre de 1985 en la ciudad de Roma, de la mano de los rectores de las universidades jesuitas de América Latina, definiéndose como un organismo internacional de carácter voluntario y no confesional (“Acerca de AUSJAL” y “Breve Reseña Histórica”. Disponible en: [http://www.ausjal.org/historia\\_continuaci%C3%B3n.html](http://www.ausjal.org/historia_continuaci%C3%B3n.html). Recuperado el 18 de octubre de 2012).

llevada a cabo en mayo de 2005, fue sometido a moción el borrador del texto "Políticas e Indicadores de Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL"<sup>4</sup>. Más tarde, el itinerario marcó la pauta para que en 2007, a propósito de la realización de la XV Asamblea Ordinaria de Rectores de AUSJAL, fuese expuesto al buen criterio de la concurrencia los lineamientos del "Proyecto de Fortalecimiento Institucional de la Responsabilidad Social de las Universidades de AUSJAL", a cuya merced se organizó, entre el 12 y el 14 de junio de ese mismo año, el I Encuentro de la Red de Homólogos de Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de AUSJAL<sup>5</sup> y el I Seminario Internacional sobre Responsabilidad Social Universitaria (RSU) (Di Trolío, 2011: 4).

El principal producto derivado de esta sinergia emplazó la declaración oficial del concepto de RSU suscrito por la AUSJAL (2009: 18), enunciado como sigue:

Es la habilidad y efectividad de una universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, proyección social y gestión interna. Estas funciones deben estar animadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social, mediante la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo humano sustentable.

No por casualidad, pues, la direccionalidad impresa por la AUSJAL en la vía de modelar la cristalización de la RSU en su seno, aglutinándola en torno a cinco aristas, léase:

- Impacto educativo: Formación académica y pedagógica que propicie "experiencias vivenciales, iniciativas interdisciplinarias y reflexión crítica de las mismas".
- Impacto cognoscitivo y epistemológico: Producción de saberes y promoción de modelos epistemológicos que favorezcan "la democratización de la ciencia".

---

<sup>4</sup> El documento, en cuestión, cambió de nombre más tarde, dando margen en 2009 a la elaboración de la publicación "Políticas y Sistema de Autoevaluación y Gestión de la RSU de AUSJAL".

<sup>5</sup> Las Redes de Homólogos de AUSJAL son comunidades formadas por académicos, docentes e investigadores, profesionales y/o autoridades de las universidades asociadas, que se desempeñan en áreas de trabajo comunes y complementarias, motorizando planes e iniciativas con el apoyo de la Secretaría Ejecutiva y el respaldo institucional de sus respectivos centros educativos (Disponible en: <http://www.ausjal.org/redes.html>. Recuperado el 8 de septiembre de 2012).

- Impacto social: Supone “la participación en el desarrollo humano sustentable de la comunidad de la que forma parte...propiciando la co-producción entre distintos actores y saberes hacia un conocimiento de calidad y pertinencia en términos de asociación”.
- Impacto de funcionamiento organizacional: Implica la “coherencia entre los principios organizacionales y la identidad ignaciana, en un ambiente que favorezca la inclusión, la participación y la mejora continua”.
- Impacto medioambiental: Creación de “una cultura de protección del ambiente”, en beneficio de las generaciones actuales y futuras (AUSJAL, 2009: 15-16).

Pivotada sobre esta plataforma, fue emprendida la cimentación del Sistema de Autoevaluación y Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de AUSJAL, a guisa de metodología de autodiagnóstico y seguimiento basada en un sistema de indicadores. Cónsona con estos esfuerzos, importante es resaltar también la mirada convocada desde el flanco de la sensibilización/comunicación de la RSU, tanto a lo interno como a lo externo de las universidades pertenecientes a la Asociación, en aras de que el enfoque consiga permear entre los públicos de interés.

En este sentido, propio es reconocer las soluciones implementadas por la Red de Homólogos en el interin 2007-2011, las cuales han facilitado la transferencia horizontal y el intercambio de experiencias y buenas prácticas en una especie de “construcción colectiva basada en metodologías participativas” con soporte en 41 foros virtuales. A ello se agrega la difusión periódica de boletines informativos entre los homólogos, además de la puesta al aire de su *website* integrado a la página de AUSJAL.

Justamente, en este marco, y dado el auge registrado por la comunicación de la Responsabilidad Social, cada vez más imbricada en la dinámica de las TIC, merece la pena indagar en la difusión del accionar socialmente responsable de las casas de estudio superior pertenecientes a la AUSJAL, haciendo foco específico en el uso de sus páginas web institucionales para cubrir las demandas de transparencia informativa e interacción con los *stakeholders* en tanto modelo de comportamiento.

### 3. METODOLOGÍA

La investigación se inscribió en el marco de un estudio de tipo exploratorio-descriptivo, toda vez que su propósito último residió en analizar los *websites* de una muestra de instituciones académicas pertenecientes a la AUSJAL, con el ánimo de ahondar en la comunicación de su RSU. En consecuencia, la pesquisa en cuestión descansó sobre un sustrato eminentemente interpretativo, sirviéndose del Estudio de Caso.

La selección de las casas de Educación Superior obedeció a su compromiso manifiesto para con la RSU, traducido, tal como se reseñó en páginas precedentes, en la incorporación de este principio dentro de las prioridades establecidas en los Planes Estratégicos AUSJAL 2001-2005 y 2011-2017, amén de la creación, en el año 2007, de la Red RSU-AUSJAL, esfuerzo que decantó en la puesta en marcha del “Proyecto de Fortalecimiento Institucional de la RSU” y la implementación de distintas herramientas consensuadas bajo la rúbrica del documento “Políticas y Sistema de Autoevaluación y Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL” (AUSJAL, 2009).

Apegándose a estas coordenadas, se apeló a la técnica del análisis de contenido para indagar en el discurso atinente a la RSU presente en las páginas web de 14 universidades adscritas a la Red RSU-AUSJAL que participaron voluntariamente en el proceso de Autoevaluación de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), logrando cumplimentar los recaudos solicitados y arrojando resultados en los plazos acordados:

**Cuadro 2. Universidades participantes en el proceso de Autoevaluación de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) de AUSJAL**

Universidad	País	Website
Universidad Católica de Córdoba (UCC)	Argentina	<a href="http://www.ucc.edu.ar">www.ucc.edu.ar</a>
Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)	Brasil	<a href="http://www.unisinos.br">www.unisinos.br</a>
Pontificia Universidad Javeriana de Cali (UJC)	Colombia	<a href="http://www.puj.edu.co">www.puj.edu.co</a>
Universidad Católica del Ecuador (PUCE)	Ecuador	<a href="http://www.puce.edu.ec">www.puce.edu.ec</a>

Universidad Rafael Landívar (URL)	Guatemala	<a href="http://www.url.edu.gt">www.url.edu.gt</a>
Universidad Iberomericana -Ciudad de México- (UIA)	México	<a href="http://www.uia.mx">www.uia.mx</a>
Universidad Centroamericana (UCA)	Nicaragua	<a href="http://www.uca.edu.ni">www.uca.edu.ni</a>
Universidad del Pacífico (UP)	Perú	<a href="http://www.up.edu.pe">www.up.edu.pe</a>
Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM)		<a href="http://www.uarm.edu.pe">www.uarm.edu.pe</a>
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (JSC)	El Salvador	<a href="http://www.uca.edu.sv">www.uca.edu.sv</a>
Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga (UCU)	Uruguay	<a href="http://www.ucu.edu.uy">www.ucu.edu.uy</a>
Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)	Venezuela	<a href="http://www.ucab.edu.ve">www.ucab.edu.ve</a>
Universidad Católica del Táchira (UCAT)		<a href="http://www.ucat.edu.ve">www.ucat.edu.ve</a>
Universidad Católica Andrés Bello -Extensión Guayana- (UCAB Guayana)		<a href="http://guayanaweb.ucab.edu.ve/">http://guayanaweb.ucab.edu.ve/</a>

Fuente: Elaboración propia

Las categorías de análisis fueron estructuradas en atención a valorar la divulgación *online* de información sobre Responsabilidad Social por parte de las universidades a través de sus *websites*, considerándose por añadidura la incidencia directa de esta acción en el relacionamiento con sus grupos de interés. Hechas estas aclaratorias, se consintió en establecer como criterios mínimos para el examen de contenido los que se explicitan a continuación:

- Identificación de la presencia o ausencia de información alusiva a la RSU.
- Tipo de información acerca de la RSU que puede visibilizarse en el *website*.
- Identificación de los *stakeholders* a quienes se dirigen los contenidos sobre RSU.
- Usabilidad del sitio web: facilidad de acceso a la información sobre RSU.

- Mecanismos de participación de los *stakeholders* en la web, tanto de carácter general como específicos en RSU.

Por lo que atañe a la recolección de la data, se procedió a visitar las páginas web de los distintos centros de educación superior seleccionados durante las semanas comprendidas entre el 17 de septiembre de 2012 y el 17 de enero de 2013.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1. Identificación de la presencia o ausencia de información alusiva a la RSU**

Sin excepción, los 14 portales explorados sí difunden contenido referido a la RSU, lo que implica el reconocimiento explícito de la temática y su importancia. En tal sentido, cada entidad educativa le da una solución diferente a la oferta de información, ya sea habilitando algunas una sección específica sobre RSU (la menos frecuente, para un total de 4 universidades), mientras que otras (la mayoría, para un total de 10 universidades) todavía transitan por una etapa si se quiere básica desde el punto de vista de la comunicación, habida cuenta de que alojan los aspectos inherentes a su trabajo en RSU en diversos apartados del *website*, carentes de un criterio unificador.

### **4.2. Tipo de información acerca de la RSU que puede visibilizarse en el *website***

Según pudo observarse, las cinco temáticas estipuladas en el encuadre del documento "Políticas y Sistema de Autoevaluación y Gestión de la Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL" (Impacto Educativo, Impacto Cognoscitivo y Epistemológico, Impacto Social, Impacto Organizacional e Impacto Medioambiental), tienen una presencia muy poco homogénea. En ese sentido, el grueso de la información alusiva al tema de la RSU tiende a concentrarse como un apéndice del apartado "Proyección Social", propio de la dimensión "Impacto Social". Este predominio puede obedecer al hecho de que la temática está conectada con los rasgos más definitorios del trabajo apuntalado por la tradición de la Compañía de Jesús, encontrando cauce en tres tipos de actividades de Responsabilidad Social generadas desde la universidad en su vinculación con la comunidad: Aprendizaje-Servicio, Servicio Comunitario Institucional y Voluntariado.

Más rezagados quedan los otros aspectos, en especial los relativos al “Impacto Medioambiental”, con la notable excepción de la Universidad Iberoamericana-Ciudad de México (México), la cual inserta dentro de su sección “Vinculación Social” el enlace al apartado “Ibero Campus Verde”, en el que se explicitan líneas de acción en materia de Agua, Compras, Edificios, Energía, Espacios Abiertos, Materiales y Residuos Peligrosos, Movilidad Sustentable, Residuos Sólidos y Servicios de Alimentos. Por añadidura, ofrece los reportes a los Planes de Acción 2009-2012 y 2012-2020 en esta materia.

#### **4.3. Identificación de los *stakeholders* a los cuales se dirigen los contenidos sobre RSU**

En términos generales, a juzgar por el tipo de contenidos sobre RSU ofrecidos en las páginas web (ora que estén dispuestos en una sección específica dedicada a RSU, ora que se ubiquen en espacios diferentes dentro del *site* sin responder a la denominación RSU), los *stakeholders* privilegiados en términos de sujetos de recepción pertenecen a la misma comunidad universitaria (estudiantes, docentes, investigadores, autoridades y empleados). Poco se advierte en lo que concierne a informaciones de RSU que estén “dirigidas hacia” o “busquen captar la atención de” inversores o patrocinadores, cuando no establecer algún tipo de vinculación con proveedores o egresados por la vía de la RSU, o cuando menos brindar a los periodistas una fuente de interés que puedan capitalizar en función de la cobertura en medios masivos de comunicación.

#### **4.4. Usabilidad del sitio web: facilidad de acceso a la información sobre RSU**

Como constante para las universidades, preciso es señalar las dificultades concomitantes a la ubicación de la información sobre RSU a lo interno de las páginas web, toda vez que se encuentra desperdigada entre diferentes secciones, obligando al/la usuario/a a atravesar muchos vínculos antes de llegar al tópico de su interés. En esta onda, de los 14 *websites* examinados, un número nada desdeñable de 10 carece de una sección específica para la información acerca de la gestión socialmente responsable de la universidad. En todo caso, manifiestan un comportamiento similar en cuanto suelen alojar el grueso del contenido relativo al tema en los apartados “Proyección a la Comunidad”, “Extensión”, “Servicio Comunitario” y “Proyección Social”.



Una meritoria excepción se detectó en el caso de la Universidad Católica de Córdoba (Argentina), la cual dispone en su página web de un espacio autónomo llamado "Secretaría de Proyección y Responsabilidad Social Universitaria" (PyRSU), localizado en un nivel relevante como lo es el *homepage*. Allí se brinda acceso al Sistema de Gestión de Actividades de Proyección Social de la casa de estudios y a documentos clave. Asimismo, se ponen al alcance del/la usuario/a informes técnicos bajo el formato de Memorias, con indicación de los proyectos de RSU llevados a cabo por la institución educativa de manera sistemática, aunque tan sólo para los períodos 2005-2007 y 2010.

Otro tanto merece destacarse tratándose de la Universidad del Pacífico (Perú), la cual también ostenta una sección autónoma con noticias de RSU, publicaciones (entre ellas, la "Guía Práctica para la Gestión de Proyectos con Responsabilidad Social"), indicación de áreas e iniciativas, investigaciones, biblioteca, oferta de Postgrado en el ámbito de la Responsabilidad Social, y enlace al "Fondo UP Solidario" para brindar ayuda económica a alumnos de escasos recursos.

No se queda atrás la Universidad Iberoamericana-Ciudad de México (México) que, aun cuando exhibe un apartado denominado "Responsabilidad Social Institucional", éste es contenido por una sección todavía mayor llamada "Vinculación Social", la cual cubre el espectro del accionar socialmente responsable de la institución académica en extenso con los siguientes botones: "Ibero Campus Verde", "Programa sobre Asuntos Migratorios", "Programa de Interculturalidad y Asuntos Indígenas", "Programa Construyendo Puentes", "Programa de Medio Ambiente", "Programa de Cultura Judaica", "Programa de Derechos Humanos" y "Vida Universitaria".

Con todo, independientemente de las diferencias obvias en la arquitectura trazada para la visibilización de la información sobre el desempeño socialmente responsable de las diversas casas de estudio, los *websites* de todas ellas muestran en su *frontpage* el enlace a la página web de la AUSJAL, en cuya sección "Redes de Homólogos" se ofrece contenido concreto acerca de la "Red de Homólogos de Responsabilidad Social Universitaria", explayando con detenimiento aspectos medulares como Misión; Líneas de Trabajo; Universidades participantes; Publicaciones (boletines y documentos); Programas, proyectos e iniciativas en ejecución; y Proyectos ejecutados.

#### 4.5. Mecanismos de participación de los *stakeholders* en la web

De acuerdo con los hallazgos, los *websites* exhiben un nivel de interactividad muy bajo en lo atinente a los temas de RSU. A título ilustrativo, sírvase citar el hecho de que, por lo que concierne a las herramientas reservadas a habilitar la retroalimentación o *feedback* de los grupos de interés en general, dos de las páginas incluidas en la muestra de estudio (Universidad Rafael Landívar -Guatemala- y Universidad Javeriana de Cali -Colombia-) brindan tan sólo un correo electrónico como dispositivo de contacto y de consabido enlace con la organización. Mientras, en tres de los casos se da un paso adelante merced la incorporación en el repertorio de página en Facebook y cuenta en Twitter (Universidad José Simón Cañas -El Salvador-, Universidad Antonio Ruiz de Montoya -Perú-, y Universidad Católica de Córdoba -Argentina-). Entretanto, tres casas de estudio, casualmente venezolanas, agregan a estas herramientas el RSS (Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Católica del Táchira y Universidad Católica Extensión Guayana). Por su parte, la Universidad Centroamericana (Nicaragua) completa su panoplia de redes sociales, compuesta por Facebook y Twitter, con Youtube; al cabo que la Universidad del Pacífico (Perú) y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Ecuador) hacen lo propio articulando Facebook, Twitter, RSS, Flickr y Youtube. Descuellan dentro del grupo, como los casos excepcionales, la Universidad Iberoamericana -Ciudad de México (México), que incluye, a los recursos antes mencionados, plataforma blogging Posterous; asimismo, la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Brasil) luce todavía más completa al adicionar las plataformas Foursquare y Slideshare.

No obstante, conviene poner de relieve aquí que los recursos de comunicación digital antes mencionados son de uso común para todas las áreas contempladas en el *website*, de donde se sigue que la escucha y el posterior encauzamiento de las inquietudes de los *stakeholders* relativas al desempeño socialmente responsable de las universidades, en específico, lucen precarios. Una de las pocas rupturas a esta regla la constituye la página web de la Universidad Católica de Córdoba (Argentina), en la que se señala expresamente el correo electrónico de la Secretaría de Proyección y Responsabilidad Social Universitaria (SPyRSU), amén de su dirección física y su teléfono de oficina; empero, valga acotar, aún en su estimable caso no se incluye otro instrumento de retroalimentación o *feedback*. Igualmente lo hace la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (Perú), suministrando el correo electrónico,

la dirección de oficina y el número telefónico de la Directora de la Unidad de Proyección Social, a cuyo cargo se reserva la promoción de la Responsabilidad Social de la institución. Únicamente la Universidad Iberoamericana-Ciudad de México (México) ofrece página propia de Facebook para su Coordinación de Responsabilidad Social Institucional (Ibero Responsabilidad Social), incluida en el apartado "Vinculación Social", con el complemento del correo electrónico, la dirección física y el teléfono de oficina de la persona encargada.

## 5. CONCLUSIONES

Traer al ruedo del debate la comunicación de la Responsabilidad Social de las casas de estudio superior pertenecientes a la AUSJAL supone emplazar un concepto que está construyéndose en el seno de cada organización educativa al cobijo de una serie de directrices acordadas en confluencia de perspectivas. No en vano, el trabajo en red trae consigo el intercambio de experiencias, el emprendimiento de proyectos compartidos y la multiplicación de fortalezas, expandiendo el halo alrededor de los aprendizajes con un "otro" y entre un "nosotros". Semejante razonamiento retrotrae al diálogo cual capital semilla ganado a la cristalización, que no sólo a la declaratoria, de "la visión, la opción y la acción social", lo que ha de traducirse en la búsqueda de un lenguaje común que propenda a consensuar decisiones y expresiones en torno al enfoque de la RSU y su comunicación, obedeciendo a tres puntos:

- El posicionamiento y la internalización, entre públicos internos y externos, del concepto de la RSU de acuerdo con la seña distintiva de la Compañía de Jesús.
- Un proceso participativo que identifique las voces de todos los *stakeholders* involucrados en clave de retroalimentación conjunta.
- La homologación de los criterios para la comunicación de la RSU, lo que comporta la definición de políticas, el diseño de estrategias y la aplicación de herramientas idóneas, algunas de ellas incluidas en el repertorio de las TIC.

En este orden de ideas, ateniéndose a los hallazgos arrojados por la pesquisa, se podría afirmar que los *websites* de las universidades de AUSJAL revelan un inmenso potencial por lo que atañe a la visibilización del tema de la Responsabilidad Social, si bien hoy se hallan en una fase incipiente (salvo contadas excepciones) en términos de la interacción y el diálogo

con los públicos, entrabados en recursos de comunicación eminentemente expositivos (diseminación de información), que constriñen al mínimo el *feedback*.

A la sazón, merced la concienciación de las bondades que proporcionan las TIC, y más en detalle las páginas web institucionales asociadas a herramientas de la web 2.0, las casas de estudio superior pueden y deben comunicar sus lineamientos y sus prácticas socialmente sostenibles, amplificando el temario y, con ello, el radio de alcance de los públicos más allá de la comunidad académica inmediata. El llamado es a implicar también a poblaciones aledañas, inversores, empresas, egresados y medios de comunicación, entre otros, en especial en la víspera de la formalización de las Memorias de RSU.

## 6. REFERENCIAS

AA.VV. (2004). Observando la Responsabilidad Social Universitaria. Proyecto Universidad-Construye País. Chile, 2004.

APONTE, C. (2007). Propuesta de indicadores de evaluación de la función de Proyección Social/Extensión Universitaria/Interacción en la Educación Superior. Documento de Trabajo V 4. Asociación de Universidades de Colombia (ASCUN). Colombia.

ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS DE COMUNICACIÓN. (2010). *La aplicación de las Herramientas de Comunicación a la RSE*. Madrid, España: Medioresponsable.

ASOCIACIÓN DE UNIVERSIDADES CONFIADAS A LA COMPAÑÍA DE JESÚS EN AMÉRICA LATINA (AUSJAL). (2009). *Políticas y Sistema de Autoevaluación y Gestión de la RSU en AUSJAL*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Alejandría.

AYUSO, C. (2008). El carácter humanizador, responsabilidad sustancial de la universidad. *Alma Mater*, 564, 20-21.

AZUERO, D. (2009). La comunicación de la RSE. Propuestas para un modelo de comunicación responsable. *Cuadernos Forética*, 13.

CARRILLO, M., CASTILLO, A., y GÓMEZ, L. (2006). Las nuevas tecnologías al servicio de la comunicación empresarial. Marco teórico y resultados de la investigación empírica. *Hologramática*, VI, 4, 35-54.

CARRIZO, L. (2005). Conocimiento y Responsabilidad Social. Retos y desafíos hacia la Universidad Transdisciplinaria. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 1, 1, 75-86.

CASTILLO, A. (2008). Las Tecnologías de la Comunicación en el uso de las Relaciones Públicas. Ponencia presentada en el IX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Grupo Temático 2: Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas. 9 al 11 de octubre. Ciudad de México - México.

DE LA CUESTA, M. (2011). Responsabilidad Social Universitaria. Papeles de Trabajo de la Fundación Carolina.

DI TROLIO, S. (2011). La Red de RSU y el Proyecto de Fortalecimiento Institucional de la Responsabilidad Social de las Universidades de AUSJAL: logros, lecciones y futuros retos. *Carta de AUSJAL*, 1, 34, 4-7.

GARDE, R., *et. al.* (2011). La Divulgación online de Responsabilidad Social Universitaria. Un Estudio Comparativo en las Universidades Públicas y Privadas Estadounidenses. Ponencia presentada en el XVI Congreso de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. 21 al 23 de septiembre. Universidad de Granada. Granada - España.

GARGANTINI, D. (2011). Proceso de institucionalización del enfoque de RSU en universidades de América Latina-Políticas e indicadores de RSU en AUSJAL. Ponencia presentada en las III Jornadas de Responsabilidad Social Universitaria. 24 y 25 de mayo. Universidad Zaragoza. Zaragoza – España.

MARTÍN, E. (2011). Memoria RSU de la Universidad de Zaragoza. Ponencia presentada en las III Jornadas Responsabilidad Social Universitaria. Universidad de Zaragoza. 24 y 25 de Mayo. Zaragoza – España.

MASEDA, A., y AMIANO, I. (2011). La Responsabilidad Social en la Educación Universitaria. Ponencia presentada en las III Jornadas de Responsabilidad Social Universitaria. Universidad de Zaragoza. 24 y 25 de mayo. Zaragoza – España.

MATOS, J. (1988). La Antropología del siglo XXI. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XL, 2, 213-220.

MORÍN, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

NÚÑEZ, M., y ALONSO, I. (2009). La Responsabilidad Social en el mapa estratégico de las universidades públicas. *Pecunia*, 9, 157-180.

ORTEGA, S. (2007). La Nueva E-Universidad. Estrategias de Comunicación en los portales universitarios. *FISEC-Estrategias*, III, 6, 19-34.

VALLAEYS, F., et. al. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria. Manual de primeros pasos*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores - Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

VALLAEYS, F. (2007). Responsabilidad Social Universitaria. Propuesta para una definición madura y eficiente. Programa para la Formación en Humanidades. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

VALLAEYS, F., y CARRIZO, L. (2005). *Responsabilidad Social Universitaria. Marco Conceptual, Antecedentes y Herramientas RSU. Red Ética y Desarrollo*. Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

VERGARA, A. (2007). Responsabilidad Social Universitaria: entre la economía y la esperanza. Ponencia presentada en el I Seminario Internacional de Responsabilidad Social. Universidad de Valparaíso. 2 al 4 de abril. Valparaíso – Chile.

UGALDE, L. (2007). AUSJAL y la Responsabilidad Social de la Universidad. Ponencia presentada en el I Seminario Internacional sobre Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Universidad Católica Andrés Bello. 12 al 14 de junio. Caracas – Venezuela.

#### **Forma de citar este artículo:**

CANELÓN, A. (2013). Responsabilidad Social Universitaria 2.0. Análisis de páginas web de universidades de AUSJAL. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. III, N° 5, 27-48. Recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/189>