



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN
FAC. COMUNICACIÓN, HISTORIA Y CS. SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO**

**ANÁLISIS DE LAS NOTAS DE PRENSA PUBLICADAS EN EL
MICROSITIO DE LA DIRECCIÓN DE SUSTENTABILIDAD DE LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE CON TEMÁTICA
AGENDA 2030 Y SUSTENTABILIDAD EN EL PERIODO 2019 – 2022**

Tesis para optar al grado académico de Licenciado en
Comunicación Social y al título profesional de Periodista

**Alumno
Paulina Salazar Chaparro**

**Profesor Guía
Dra. Lorena Retamal Ferrada**

Concepción, noviembre 2023

Agradecimientos

A mis padres y familia que me han acompañado durante todo el proceso. A mi profesora por guiarme entre tantas dudas y sobre todo a quienes la vida no les alcanzó para disfrutar este momento, mi abuelos Adolfo y Gladys.

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 1 |
| I. CAPÍTULO I..... | 3 |
| PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.1. Problema y justificación..... | 4 |
| 1.2. Justificación | 6 |
| 1.3. Delimitación | 7 |
| 1.4. Preguntas de investigación | 11 |
| 1.5. Objetivos..... | 12 |
| 1.5.1. Objetivo general | 12 |
| 1.5.2. Objetivos específicos | 12 |
| 1.1. Hipótesis..... | 13 |
| II. CAPÍTULO II..... | 14 |
| MARCO TEÓRICO | 14 |
| 2.1. Universidades | 15 |
| 2.2. Responsabilidad Social Universitaria | 18 |
| 2.3. Sostenibilidad | 22 |
| 2.4. Agenda 2030..... | 24 |
| 2.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible..... | 26 |
| 2.6. Estrategias de comunicación | 27 |
| 2.7. Sitio Web | 32 |
| 2.8. Micrositios Web..... | 34 |
| 2.9. Grupos de interés | 35 |
| III. CAPÍTULO III..... | 40 |
| ANTECEDENTES DE LA UNIVERSIDAD Y LA DIRECCIÓN DE SUSTENTABILIDAD | 40 |
| 3.1. Historia de la Pontificia Universidad Católica de Chile | 41 |
| 3.2. Historia de la Dirección de Sustentabilidad | 41 |
| 3.2.1. Compromiso | 42 |
| 3.2.2. Equipo..... | 42 |
| IV. CAPÍTULO IV | 44 |
| EXPLICACIONES METODOLÓGICAS | 44 |
| 1.2. Alcance de la investigación | 45 |
| 4.1. Enfoque de la investigación | 45 |

| | | |
|--------|---|----|
| 4.2. | Diseño de la investigación | 46 |
| 4.3. | Técnica de recolección de datos y análisis..... | 46 |
| 4.3.1. | Técnica de recolección de datos | 46 |
| 4.3.2. | Técnica de análisis..... | 47 |
| 4.4. | Población | 47 |
| 4.5. | Muestreo | 47 |
| 4.6. | Descripción de los instrumentos | 48 |
| 4.6.1. | <i>Ficha de “Recogida de datos”</i> | 48 |
| 4.6.2. | Libro de códigos..... | 49 |
| 4.6.3. | <i>Ficha de Matriz de datos</i> | 54 |
| V. | CAPÍTULO V | 55 |
| VI. | RESULTADOS | 55 |
| VII. | CAPÍTULO VI | 67 |
| | CONCLUSIONES | 67 |
| | Siglas y abreviaturas | 71 |
| | Referencias bibliográficas | 72 |
| | Anexos | 84 |

Introducción

La Agenda 2030 es una hoja de ruta adoptada por 193 Estados miembros de la ONU y establece 17 objetivos, denominados Objetivos de Desarrollo Sostenible que buscan trabajar la sostenibilidad de sus tres ámbitos: económico, social y medioambiental. Por otra parte, la sostenibilidad se ha convertido en un tema clave en el mundo actual, y las instituciones académicas han adoptado esta temática como una de sus prioridades.

En este sentido, la Pontificia Universidad Católica de Chile ha publicado regularmente en su sitio web y en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad contenido relacionado a la Agenda 2030 y la sustentabilidad en el periodo comprendido entre 2019 y 2022. Según Vásquez (2014), la educación en todos sus niveles debe educar para el desarrollo sostenible, lo que implica lineamientos de acción más profundos que solo educar sobre desarrollo sostenible.

Por ello, esta investigación a través de seis capítulos pretende analizar el contenido de las notas publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile en los años 2019 y 2022 con el fin de conocer la manera en la que comunican las acciones que realizan.

En el primer capítulo se presentará el problema y la justificación de este. En este apartado se expondrá la proyección social, implicaciones prácticas y el aporte metodológico de la investigación. Además se desarrollarán los objetivos y preguntas de investigación que guiarán el transcurso del estudio.

El segundo capítulo, corresponde al marco teórico, en él, se contextualizará y se presentará la base teórica para el estudio en relación con los siguientes conceptos: Universidad, Responsabilidad Social Universitaria, Agenda 2030, Sostenibilidad, Estrategias de comunicación, Micrositio y Grupos de interés.

El tercer capítulo da cuenta de los antecedentes de la Universidad y de la Dirección de Sustentabilidad. La finalidad de este apartado es presentar la historia, organización y sentar las bases de la relación que la Universidad tiene con respecto a la sustentabilidad.

El cuarto capítulo aborda las explicaciones metodológicas, en este apartado se fundamenta la metodología de la investigación y se expone el carácter mixto de la investigación. Así como su alcance, diseño, y herramientas utilizadas para realizar el análisis.

En el quinto capítulo se presentan los resultados obtenidos luego de la recolección y análisis de los datos a través de gráficos que dan cuenta de manera visual el contenido. Lo anterior, con el objetivo de facilitar la comprensión de los resultados.

Finalmente, el capítulo seis agrupa las conclusiones obtenidas de los resultados. En este apartado se responde a las cuatro preguntas de investigación planteadas al inicio. Además se comprueba si aplica, o no, la hipótesis planteada.

Se espera que los resultados de este estudio puedan ser de gran utilidad no solo para la Pontificia Universidad Católica de Chile, sino también para otras instituciones académicas interesadas en promover la sustentabilidad y la comunicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

I. CAPÍTULO I

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Problema y justificación

Como forma de trazar un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) adoptó la Agenda 2030. Se trata de un consenso multilateral entre gobiernos y actores diversos, el cual busca generar una “oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos” (ONU, 2015, p.2).

Si bien la Agenda 2030 entró en vigencia en 2015, es desde el año 2000 con los Objetivos del Milenio donde se aprecian las primeras acciones que llevaron a la Agenda 2030 a ser esa hoja de ruta que es hoy (ONU, 2015).

Los Objetivos del Milenio (ODM) trazaron 8 objetivos los cuales tenían como fecha de término el 2015. Por ello, la Agenda 2030 planea ser la continuación de estos objetivos (Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible, s.f).

12 años más tarde del lanzamiento de los ODM, surge Río +20 en 2012, una conferencia desarrollada en Río de Janeiro, Brasil, la cual tenía por objetivo asegurar un compromiso político con el desarrollo sustentable. En la ocasión se reconoció la importancia y utilidad de desarrollar un conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), basados en la Agenda 21 (Cepal, 2015). La Agenda 21, al igual que los ODM, buscaba ser un acuerdo universal, pero esta vez con el enfoque puesto en el medio ambiente, el desarrollo y la Declaración de Principios para la Gestión Sostenible de los Bosques (Naciones Unidas, s.f.).

Con estos antecedentes, nace en 2015 la Agenda 2030 como una hoja de ruta reflejo del consenso multilateral entre los gobiernos de distintas nacionalidades partiendo desde la base de establecer una visión sostenible en materia económica, social y ambiental (Cepal, 2016).

Si bien la Agenda está dirigida a los Estados, también ha tomado parte de ella la sociedad civil y el sector privado. Estos últimos se han puesto como agentes clave del desarrollo sostenible, llegando a estar al mismo nivel que el actor gubernamental (Pacto Global, 2020).

Aunque esta participación en la Agenda 2030 también ha llegado a los centros educacionales, dando paso a la creación de Rankings para evaluar a las universidades en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como *The Impact Ranking* de la revista *Times Higher Education (THE)*.

El *Ranking THE* es una medición mundial de Universidades de la revista londinense *Times Higher Education*, que dentro de sus publicaciones se encuentra *The Impact Ranking*, que evalúa a las universidades a través de cuatro parámetros: investigación, administración, divulgación y enseñanza (Times Higher Education, 2019).

The Impact Ranking da cuenta de la vinculación de la academia con los ODS y con ello la Agenda 2030. Esta unión fortalece el rol de los Institutos de Educación Superior (IES) en materia de sostenibilidad, ya que “la educación es un elemento indispensable para lograr un desarrollo sostenible” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2002). Asimismo, la Agenda 2030 tiene un papel protagónico en las IES. Es por ello que la importancia de unir la academia y la educación juega un rol relevante para alcanzar los ODS (González, Ico, Murillo, 2022, p. 54), sobre todo en las universidades que tienen la responsabilidad de formar estudiantes como agentes de cambio, ya que a través de la enseñanza deben “formar recurso humano con aptitudes y actitudes que contribuyan al logro de las metas trazadas” (León et al., 2022, p. 2).

Ahora bien, para el desarrollo de la presente investigación se analizarán las notas de prensa publicadas en el Micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC). Uno de los motivos de la selección es la destacada e ininterrumpida participación que ha tenido la universidad desde la creación del *The Impact Ranking* en 2019. En ese año, la universidad alcanzó la segunda posición a nivel nacional, ubicándose detrás de la Universidad Andrés Bello (UNAB).

En 2020, la UC se posicionó como la universidad de Chile mejor calificada por el *The Impact Rankings*. En 2021, la casa de estudios se posicionó en la tercera ubicación y ascendió nuevamente ubicándose en el puesto número dos.

Uno de los ODS históricamente más destacados de la UC por *The Impact Ranking* fue el ODS 5 Igualdad de género, así como también el ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico y el ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas. Sin embargo, ¿son esas acciones comunicadas a través del micrositio “Sustentabilidad UC”? A raíz de esa pregunta inicial surge el presente estudio cuyo objetivo es analizar las notas de prensa publicadas en micrositio “Sustentabilidad UC” entre el 2019 y el 2022, años en los que la casa de estudios participó de la medición internacional del *The Impact Rankings*.

1.2. Justificación

Proyección social

La creciente vinculación de la Agenda 2030 y la sustentabilidad con las universidades permite que la presente investigación sea un aporte para resaltar la importancia de la comunicación en este ámbito de estudio. Además, los resultados de esta investigación podrían ser de gran utilidad al transformarse en una guía para otras instituciones académicas interesadas en promover la sustentabilidad y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de sus páginas web.

Implicancias prácticas

Los resultados de esta investigación podrían ser de gran utilidad para la Pontificia Universidad Católica de Chile y otras instituciones académicas para diseñar políticas y estrategias comunicacionales que permitan avanzar en la comunicación integral de las acciones que realizan.

Por ello, la implicancia práctica radica en la forma en que las instituciones académicas abordan la sostenibilidad y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en sus planes de comunicación y cómo los resultados de la presente investigación les permitirán identificar áreas de mejora con el fin de fortalecer el compromiso institucional con la sostenibilidad.

Aporte metodológico

La investigación, al utilizar un enfoque mixto para analizar las notas publicadas por la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile, consideró un libro de códigos, además de tablas de contenido para clasificar las notas recolectadas durante los años 2019-2022 en los siguientes apartados: facultad, palabra clave, objetivos de desarrollo sostenible y tipo de fuente. Este enfoque metodológico podría ser modelo para otras investigaciones que buscan evaluar la comunicación de las acciones promovidas por las instituciones académicas en relación con la sostenibilidad y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

1.3. Delimitación

Para determinar la universidad en estudio se realizó un proceso dividido en tres etapas: selección inicial, posicionamiento por puntaje y selección final. Esta selección se basó en *el The Impact Ranking 2019, 2020, 2021 y 2022* de la revista *Times Higher Education*. El objetivo de este Ranking es evaluar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de más de 1.400 universidades de 106 países.

Por otra parte, para establecer el periodo de estudio se consideró la primera y la última edición del *The Impact Ranking* hasta la fecha de recolección de datos, es decir desde 2019 hasta 2022.

Para la “selección inicial” se contempló la posición de las universidades chilenas en el *The Impact Ranking* durante los 4 años de estudio.

En Chile, siete universidades han participado en todas las versiones del Ranking de manera ininterrumpida, estas son: Universidad Andrés Bello (UNAB), Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Universidad Autónoma (UA), Universidad de Talca (UTALCA), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) y la Universidad Diego Portales (UDP).

Por lo tanto, el primer criterio de selección son estas siete universidades que han demostrado un compromiso con los ODS al adherirse a esta evaluación de manera anual.

Tabla 1

Universidades participantes del Ranking THE ininterrumpidamente con su respectiva posición

| Universidades | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------|------|------|------|------|
| UNAB | 1° | 2° | 1° | 1° |
| UC | 2° | 1° | 3° | 2° |
| UCSC | 6° | 11° | 2° | 4° |
| UA | 9° | 5° | 6° | 3° |
| UDP | 8° | 7° | 5° | 12° |
| UTALCA | 3° | 4° | 11° | 10° |
| PUCV | 4° | 9° | 9° | 8° |

Nota: La tabla presenta abreviatura de las siguientes universidades: Universidad Andrés Bello (UNAB), Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Universidad Autónoma de Chile (UA), Universidad Diego Portales (UDP), Universidad de Talca (UTALCA), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

Una vez obtenidas las siete universidades, se inició el segundo proceso de selección denominado “posicionamiento por puntaje”. Esto quiere decir que se considerará como puntaje el puesto que cada universidad obtuvo durante los 4 años de medición.

De esta forma, las tres universidades con mejores puntajes históricos serán clasificadas para un nuevo proceso de selección. Esto, pues al obtener las mejores calificaciones (1°, 2°, 3° ...) su sumatoria será más baja, como se puede apreciar en la tabla 2.

Tabla 2

Criterio de selección de “Posicionamiento por puntaje”

| Universidades | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Total |
|---------------|------|------|------|------|-------|
| UNAB | 1° | 2° | 1° | 1° | 5 |
| UC | 2° | 1° | 3° | 2° | 8 |
| UCSC | 6° | 11° | 2° | 4° | 23 |
| UA | 9° | 5° | 6° | 3° | 23 |
| UDP | 8° | 7° | 5° | 12° | 32 |
| UTALCA | 3° | 4° | 11° | 10° | 28 |
| PUCV | 4° | 9° | 9° | 8° | 30 |

Como se observa en la tabla, la UNAB obtuvo en 2019 la primera posición a nivel nacional. Mientras que el 2020, descendió al 2° lugar, para finalmente mantenerse en el 1° lugar durante dos años consecutivos (2021-2022), obteniendo de esta manera el mejor puntaje de la muestra, con 5 puntos.

En tanto, la UC, alcanzó la segunda posición en 2019 a nivel nacional y la primera en 2020. En 2021 descendió al 3° lugar para finalmente posicionarse en el 2° lugar en 2022. Obteniendo el segundo lugar general con 8 puntos.

En el caso de la UCSC, se ubicó en la 6° posición del *Impact Rankings* en 2019 y ocupó el 11° puesto en 2020. Sin embargo, en 2021 ascendió al segundo lugar y, en 2022, alcanzó la cuarta posición nacional. Obteniendo el tercer lugar general con 23 puntos.

En esa misma línea, con un puntaje final idéntico al de la UCSC, la UA consiguió el noveno lugar en 2019, el quinto en 2020, el sexto en 2021 y el tercero en 2022. Obteniendo el cuarto lugar a nivel general. Su posición en el cuarto lugar se debe a que a pesar de tener el mismo puntaje final que la UCSC, esta universidad obtuvo puntajes individuales más cercanos al primer puesto.

En base a esto, la segunda selección determinó a la Universidad Andrés Bello, Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad Católica de la Santísima Concepción y Universidad Autónoma como las universidades mejores evaluadas durante los cuatro años de medición del *The Impact Ranking*.

Tras esta selección, se elaboró un tercer criterio para las cuatro universidades destacadas en el *The Impact Rankings* de acuerdo con su pertenencia a: Pacto Global, Red Campus Sustentable, Consejo de Rectores y Red de universidades G9. A ese proceso se le denominó “selección final”. Se consideró estas redes, ya que la adhesión a estas reafirma el compromiso de las universidades con la sustentabilidad y el desarrollo sostenible.

En ese sentido, para determinar la presencia en dichas organizaciones se asignó el valor “1”, y para determinar la ausencia el valor “0”. Esto permite sumar dichos resultados y otorgarles una nueva puntuación. Bajo ese criterio la UNAB y la UA, obtienen puntajes más bajos de acuerdo a la lista de selección (Tabla 3), clasificando, de esta forma, la UC y UCSC.

Tabla 3*Selección final*

| Universidades | Pacto Global | Red de Campus Sustentable | Consejo de Rectores | Red G9 | Total |
|---------------|--------------|---------------------------|---------------------|--------|-------|
| UNAB | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| UC | 0 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| UCSC | 0 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| AUTÓNOMA | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 |

Finalmente, la selección de la UC, por sobre de la UCSC se debe a que la UC presenta un micrositio diferenciada de sustentabilidad (Sustentabilidad UC), la que corresponde a la Dirección de Sustentabilidad, lo que permite tener un mejor entendimiento de cómo una página especializada en temas de sustentabilidad comunica la Agenda 2030 y la sustentabilidad. Además, por tener una mejor puntuación histórica, permite conocer cómo una universidad con prestigio en sustentabilidad elabora sus notas de prensa.

1.4. Preguntas de investigación

1. ¿Cuántas de las notas publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad mencionan de manera explícita las palabras clave: Agenda 2030, Desarrollo sostenible, Sostenibilidad, Desarrollo sustentable, Sustentabilidad, Sustentable, Objetivos de Desarrollo Sostenible y ODS?

2. ¿Coinciden los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mayormente mencionados en las notas publicadas por el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad UC con los destacados por la revista *Times Higher Education* (THE) en los *The Impact Rankings* 2019, 2020, 2021 y 2022?

3. ¿Cuál es la Facultad con la mayor cantidad de menciones en las notas publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad UC sobre Agenda 2030 y sustentabilidad?

4. ¿Cuáles son los grupos de interés mayormente mencionado en las notas de prensa sobre Agenda 2030 y sustentabilidad publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile entre 2019 y 2022?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar las notas de prensa publicadas en el micrositio de la dirección de sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile con temática Agenda 2030 y sustentabilidad en el periodo 2019 – 2022.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Clasificar las notas del micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la UC de acuerdo con las siguientes palabras clave: Agenda 2030, Desarrollo sostenible, Sostenibilidad, Desarrollo sustentable, Sustentabilidad, Sustentable, Objetivos de Desarrollo Sostenible y ODS.

2. Comparar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) destacados en el *The Impact Rankings* 2019, 2020, 2021 y 2022 con los mencionados en las notas publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la UC.

3. Identificar las facultades mayormente mencionadas en las notas publicadas por la Dirección de Sustentabilidad de la UC en el periodo 2019, 2020, 2021 y 2022.

4. Reconocer los grupos de interés mayormente mencionado en las notas de prensa sobre Agenda 2030 y sustentabilidad publicadas en el micrositio de la Pontificia Universidad Católica de Chile entre 2019 y 2022

1.1. Hipótesis

Se espera que la mayor cantidad de publicaciones sobre Agenda 2030 y sustentabilidad se concentren en disciplinas científico-matemáticas. Es decir, que la mayor cantidad de notas de prensa pueden estar relacionadas a la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal y la Facultad de Ingeniería debido a la naturaleza de sus áreas de acción como futuros profesionales. Lo anterior, gracias a su enfoque en la resolución de problemas y búsqueda de soluciones prácticas y efectivas. Además que con relación a la cantidad total de notas, los ODS representan una baja participación, a pesar de destacar en el *The Impact Ranking*.

II. CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Universidades

En el siguiente apartado, se presenta a la Universidad como una Institución de enseñanza superior, la cual tiene una misión y características que la fundamentan. Desde la etimología, el concepto universidad proviene del latín *universitas* y se compone de tres elementos que en conjunto significan “cualidad de girar hacia uno” (Chuaqui, 2002, párr. 1). Por tanto, se puede establecer como la totalidad de estudios y estudiosos, que se mueven y cambian pero que mantienen la unidad. “Así, unión y unidad reclaman la idea de comunidad (*communitas*), lo que nos lleva a comprender que universidad vendría a ser búsqueda constante en común-unidad”. (Ruiz-Corbella y López-Gómez, 2019, p.3)

Desde la RAE, la definición se centra en describir la forma física de las universidades, señalándole como “Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes” (s.f., definición 1)

Por su parte, Houssay (1941) identifica a las universidades desde la misión estudiantil de estas, pues las considera “centro de la actividad intelectual superior” (p.3), cuyos objetivos son: crear los conocimientos, propagarlos, desarrollar y disciplinar a la inteligencia con el fin de formar a los hombres más selectos por su cultura y su capacidad. Siendo así, la universidad una casa de conocimiento que debe tener como primera función investigar, pues “debe crearse incesantemente los conocimientos que luego han de enseñarse” (p.3)

Sin embargo, Rojas, Canal y Córdova (2018) plantean que, si bien en un inicio las universidades fueron establecidas como entidades sociales encargadas de transmitir conocimiento, esta al igual que el ser humano ha evolucionado junto con el contexto social, económico y político.

Idea reforzada por Carrión (2018), quien señala que, desde la fundación de la universidad en el año 1088, hasta la actualidad “son pues más de 900 años de historia, a lo largo de los cuales la institución ha sufrido profundos cambios, tanto, en su forma de organización, en sus planteamientos e incluso en la misión que es su razón de ser” (p. 11)

Esta evolución ha encuadrado a la universidad en tres misiones particulares, lo que los autores han establecido como “La tercera misión de las universidades”. En primer lugar, se

encuentra la enseñanza, es decir, “la preparación de los estudiantes para el entorno laboral. Aunado a la misión de transmitir conocimiento” (Rojas et al., 2018, p. 5).

En segundo lugar, se encuentra la investigación, “es decir, se ha transformado de ser una universidad enfocada a la enseñanza a una universidad que incentiva la generación del conocimiento mediante la investigación” (Rojas et al., 2018, p. 5). Por lo tanto, el planteamiento presentado por Houssay toma parte en lo que hoy se conoce como la primera y segunda misión de la universidad.

Björn Wittrock (1991) señala que “la función investigadora ha llegado a convertirse en el sello de la universidad: aquello que la diferencia de otras instituciones que imparten una educación post secundaria” (p. 73) De este modo, apunta a la investigación como un hecho crucial de las universidades para mejorar su reputación y la obtención de recursos.

Con respecto a la tercera misión, “no existe un consenso general en la comunidad científica, ya que es complejo definir actividades que están completamente relacionadas con ella, debido a que estas tres misiones se encuentran interrelacionadas” (Rojas et al., 2018, p. 5). Aunque, para Galindo, Sanz y De Benito (2011) la tercera misión representa:

“Una nueva forma de entender la investigación y la innovación, de impulsar su desarrollo, pero sobre todo de promover su transmisión fuera del ámbito universitario, para lo que se precisa una estrecha colaboración entre los distintos agentes del sistema (empresas, Estado, Universidad, sociedad, etc.)” (p.112).

Bueno y Fernández (2007) conciben la tercera misión “a través de la actividad emprendedora de la Universidad, es decir, desde la visión de ésta como una institución básica para la transferencia de I+D (investigación y desarrollo) o del conocimiento tecnocientífico” (p. 46)

Rojas, et. al (2018) caracteriza la tercera misión de la universidad como:

“La tercera misión en la universidad cumple una labor especial al acercarse a los entornos sociales y no ser un ente aislado, sino que desde la academia se desarrollen planes de trabajo que involucren universidad-empresa-gobierno, y que desde esta

comunidad se puedan desarrollar planes estratégicos que agreguen valor a las regiones” (p. 6).

Sin embargo, para la presente investigación utilizaremos las definiciones acuñadas por Carrión (2018), quien en base al Proyecto E3M (European Indicators and Ranking Methodology for University Third Mission) menciona las 3 actividades base de la Tercera Misión. (p. 14)

1. Transferencia de conocimiento e innovación
2. Educación continua
3. Compromiso social

Cabe destacar que las dos primeras características se encuentran arraigadas a las dos primeras misiones de la universidad (enseñanza e investigación). En cambio, el tercer punto (compromiso social) se define como:

“La colaboración del conocimiento y recursos de la universidad con los de los sectores público y privado para: enriquecer la enseñanza, la investigación y la actividad creativa, mejorar el currículum, la enseñanza y el aprendizaje, preparar ciudadanos educados y comprometidos fortalecer los valores democráticos y la responsabilidad cívica, abordar problemas sociales y contribuir al bien público” (Committee on Institutional-Committee on Engagement, 2005, como se citó en Carrión, 2018, p. 14).

Es por tanto que, “en el actual contexto sociocultural, la universidad es un óptimo espacio de aprendizaje, no sólo de carácter profesional y cultural en su sentido más amplio, sino también de carácter humano, y, por ende, ético y moral” (Martínez, 2006, p. 87).

Las universidades se plantean como base para no solo desarrollar conocimiento científico, sino para influir profundamente en la sociedad, considerando sobre todo que la educación no solo es un bien profesional, puesto que también se desarrolla como un derecho humano fundamental, y que es clave para la sociedad actual (Carrascal, Ceballos y Mejías, 2019)

Medina (2018) sostiene lo anterior, señalando que “las actividades de innovación y desarrollo están vinculadas al desarrollo social, la universidad como institución autónoma

podría realizar esta labor de forma independiente, no obstante, existe un impacto mayor cuando existe la relación universidad – empresa – estado”. (p. 713)

La misión de las universidades se ha ido transformando de tener a una enfocada solamente en los aspectos disciplinarios, en otra que involucra a los jóvenes y estudiantes apostando por la Educación Superior como clave en el desarrollo de América Latina, reconociendo la labor que tienen las universidades para formar a agentes de cambio (León et al., 2019). “La incorporación efectiva de nuevas competencias debe orientarse hacia el pensamiento y la reflexividad crítica de la realidad digital a la que nos enfrentamos cada día” (Carrascal et. al, 2019, p.435)

Conforme a lo anterior, se destaca la importancia de la universidad debido a que es una institución que refleja y crea cultura, y que tiene la facultad de transformar las estructuras sociales. Por lo cual la educación en todos sus niveles debe educar para el desarrollo sostenible, que implica lineamientos de acción más profundos que solo educar sobre desarrollo sostenible. De esta forma, educar para el desarrollo sostenible implica dos actos puntuales. El primero, despertar conciencia o una discusión teórica y la segunda es el uso de la educación como herramienta para lograr sostenibilidad. (Vásquez, 2014)

Lo expuesto, da nacimiento a que conceptos como educación y sostenibilidad comiencen a vincularse, resultando complementación entre la “tercera misión” de las universidades y la Responsabilidad Social Universitaria, concepto que se abordará en profundidad en el siguiente apartado.

2.2. Responsabilidad Social Universitaria

En el siglo XXI, graves problemáticas ambientales aquejan al mundo, las cuales exigen urgentemente cambios radicales en el estilo de vida de las personas. Es en este punto donde la educación tiene un papel esencial para lograr sociedades ecológicamente equilibradas (Vásquez, 2014). Con el propósito de esclarecer el objetivo y desarrollo de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) se presenta en los siguientes apartados el origen y vinculación de la Responsabilidad Social (RS) en las universidades.

Vallaey (2016) presenta a la RSU como un concepto relativamente nuevo y que se acuña en la Responsabilidad Social (RS). Pues “tienen en común que abordan la responsabilidad social de sus respectivas organizaciones, sean empresas o universidades, por los impactos que tienen sobre la sociedad y el medioambiente”. (p. 7)

Burgos (2018) señala a RS “como el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo, que generen un impacto en la sociedad, pudiendo recaer éstas en una persona, organización, gobierno o empresa” (p. 49)

Dada la discusión entre los países acerca de un acuerdo común de RS, surge la norma ISO 26000, que define y establece las limitaciones de la RS. De esta forma, se caracteriza a la RS dentro del apartado 2.18 “Responsabilidad social” de la Guía ISO 26000 como:

“La responsabilidad que tiene una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.

“La responsabilidad social es responsabilidad por los impactos de la organización, lo que no significa solamente lo que ella hace adrede, sino también lo que ella provoca sin querer, sus efectos colaterales, sus consecuencias ocultas, dentro de su «esfera de influencia” (Vallaey y Álvarez, 2019, p. 97) De esta forma la RS, va más allá de no causar impacto, sino que debe trascender a un camino basado en el desarrollo sostenible hacia la comunidad.

Henríquez (2021) los compara señalando que “Ambos conceptos (RSU Y RS) comparten desde el punto de vista de la gestión de los impactos, la necesidad de gestionar el daño que generan las operaciones de la empresa o de la universidad y potenciar aquellos impactos considerados positivos” (p.9)

Por otra parte, Gaete (2011) plantea que si bien, se rigen por los mismos factores de: disminuir su impacto negativo, “la investigación de la responsabilidad social dentro de las universidades como su ámbito de aplicación es infinitamente menor que para el caso de las empresas”. (p. 111)

El autor, reafirma lo anterior, señalando que debido que los académicos que se adentran en la investigación de la RSU, dirigen la atención hacia el interior de las propias universidades concentrando, el análisis en lo que enseñan más que en analizar los comportamientos apropiados y éticos que las instituciones universitarias deben alcanzar en materia de responsabilidad social (Gaete, 2011)

En contraposición al planteamiento de Gaete en 2011, la RS dentro de las universidades ha cambiado “el enfoque de gestión de impactos ha empezado a penetrar en la mente de la comunidad universitaria y, desde ya, los administrativos lo tienen como enfoque preferido” (Vallaey y Álvarez, 2019, p. 111).

Gil (2013) en contraparte adhiere que “la universidad es ella misma una realidad social y su actividad productiva tiene un inevitable impacto” (p. 1). “Era obvio que las Universidades no podían quedarse alejadas de la reflexión sobre Responsabilidad Social (...) no sólo porque también son organizaciones sino porque además les toca formar a los futuros profesionales que laborarán en ellas (Vallaey, 2016, p. 74).

Asociaciones como La Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA), así lo demuestran. Pues vienen a generar

“Espacios de confluencia y discusión entre los diferentes actores del desarrollo (sociedad civil, gobiernos, organismos internacionales, científicos, empresas, etc.), en pos de un cambio profundo en torno al rol social y ambiental de las universidades, con propuestas innovadoras para que éstas gestionen y ejerzan su Responsabilidad Social” (URSULA, 2020).

Considerando lo expuesto y con objeto de la presente investigación se definirá la RSU como:

“La responsabilidad de la universidad por los impactos sociales y ambientales que genera, a través de una gestión ética y eficiente de sus procesos administrativos y funciones académicas sustantivas, a fin de participar junto con los demás actores de su territorio de influencia en la promoción de un desarrollo humano justo y sostenible” (Vallaey y Álvarez, 2019, p. 113).

Ahora bien, para retomar el punto presentado en el apartado de “Universidades” conforme con todos estos cambios ha existido una especie de vinculación entre RSU y Tercera Misión de las Universidades.

Sin embargo, Carrión (2020) hace una diferenciación entre Tercera Misión y RSU. La primera la caracteriza como “una serie de actividades orientadas a la sociedad, más allá de sus misiones clásicas, y orientadas al beneficio de dicha sociedad y por tanto también de la propia institución” (p.16) y la segunda, como todo lo anterior, más el hecho de incluir dentro de sus pilares “la transferencia de conocimiento e Innovación” (p. 112).

En contraposición, Acosta (2013) le atribuye a la tercera misión la transferencia tecnológica:

La Tercera Misión se da necesariamente a través de una transferencia tecnológica mediada por la actividad de I+D+i de las universidades. Cuando este esfuerzo de investigación es originado por una necesidad detectada por Proyección Social de la Universidad entramos al campo de la RSU (p. 10).

No obstante, Vallaey (2016) es tajante al referirse a la relación que se ha planteado entre Tercera Misión y RSU:

“Antes bien, recuerda que las tres funciones sustantivas de “la U” son desde tiempo atrás la formación, la investigación y la extensión o proyección social, tanto que en la región latinoamericana se formuló esa concepción desde la Reforma Universitaria de Córdoba (Argentina) en 1918, hace un siglo. Lo nuevo de la RSU no es esto, ni que se hable de las tres funciones sustantivas, sino que se trate realmente de procesos,

cuatro procesos para ser exactos, entre los cuales se destaca el de gestión, fundamental a todas luces” (p.10).

La RSU, debe tratar realmente de procesos y no convertir a la universidad en un “fortín revolucionario para transformar la sociedad” (Vallaey, 2016, p. 10), sino que “la misma universidad se tiene que gestionar para alcanzar tan loables propósitos” “La RSU es una política de gestión integral de la Universidad en todos sus procesos” (p. 10).

Ahora bien, los cuatro procesos para alcanzar la RSU presentados por Vallaey son:

1. El compromiso: se refiere a la articulación de la RSU con el proyecto institucional, la misión y los valores de la universidad. Exige un claro compromiso de la alta dirección y la implicación de toda la comunidad universitaria (docentes, estudiantes, administrativos, autoridades), así como la creación de un equipo rector a cargo del tema.

2. El autodiagnóstico: presenta las herramientas cuantitativas y cualitativas para el diagnóstico de los cuatro ámbitos clave de las universidades (ámbito de la gestión de la organización, ámbito de la formación educativa, ámbito del conocimiento y la investigación, y ámbito de la participación social).

3. El cumplimiento: tiene como objetivo contrastar los resultados del diagnóstico con la misión de la universidad, planificar las áreas de mejora y ejecutar los proyectos de responsabilidad social, siempre con la más amplia participación de los miembros de la comunidad universitaria y los actores externos pertinentes.

4. La rendición de cuentas: ofrece algunas ideas para evaluar y comunicar de forma transparente los resultados de los proyectos de mejora institucional, afinar las estrategias y reiniciar el ciclo concentrándose en los aspectos que hayan presentado anteriormente las mayores dificultades (Vallaey, De la Cruz y Sasia, 2009, p. 4).

2.3. Sostenibilidad

En los párrafos siguientes, se presentará el origen del concepto de sostenibilidad y sus variantes.

La sostenibilidad tiene sus orígenes en los años 70, cuando a nivel internacional comienza una preocupación por el medio ambiente. En esta década las Naciones Unidas desempeñaron un rol, llevando la protección ambiental a la agenda global como un tema de política mundial, regional y local (Zarta, 2018)

Dentro de las acciones desarrolladas por la ONU, realizaron la Conferencia de la Biosfera de París de 1968 y la Conferencia de Estocolmo en 1972. Pero no es hasta el 1987, gracias al Informe Brundtland de las Naciones Unidas, también llamado “Nuestro Futuro Común” que se hace referencia al término “sostenibilidad”. En la oportunidad se mencionó que: “está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (ONU, 1987, p. 29)

Ahora bien, a menudo el concepto de sostenibilidad suele confundirse con el de sustentabilidad (Ávila, 2018). Para algunos autores la única diferencia existente es la traducción al español (Zarta, 2018). Para Rivera-Hernández et al. (2017) (Como se citó en Retamal-Ferrada, 2020) “los términos desarrollo sostenible o desarrollo sustentable son empleados como sinónimos de la traducción del inglés sustainable development” (p. 59-60).

Para otros autores, las tres dimensiones de la sostenibilidad: económico, social, medioambiental darán espacio a la libre interpretación dependiendo de lo que se comprenda por económico, social y ambiental (Quiroga, 2001).

Para objeto de la presente investigación, se utilizará la definición de la ONU (2015). De esta forma, la sostenibilidad se define como “la capacidad de los sistemas sociales, económicos y ambientales para mantenerse, adaptarse y prosperar en el largo plazo” (p. 8).

Con respecto a la sustentabilidad, ciertos autores determinan que el concepto proviene del trabajo presentado por el economista holandés Peter Nijkamp, en 1990 en la Conferencia Anual sobre Desarrollo Económico del Banco Mundial. En la instancia, Nijkamp graficó el concepto sostenibilidad en un triángulo con tres aristas: crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad (Eclass).

Para Zarta (2018) la sustentabilidad es:

“En sentido amplio, puede ser entendida como la producción de bienes y servicios, donde se satisfagan las necesidades humanas y se garantice una mejor calidad de vida a la población en general, con tecnologías limpias en una relación no destructiva con la naturaleza, en la cual la ciudadanía participe de las decisiones del proceso de desarrollo, fortaleciendo las condiciones del medio ambiente y aprovechando los recursos naturales, dentro de los límites de la regeneración y el crecimiento natural” (párr. 40).

Ahora bien, décadas más tarde la sostenibilidad adquirió un compromiso con las universidades (Barthm et al., 2016). Es más, se menciona que la universidad –como institución– debe ir más allá de educar profesionales pues tiene el deber de formar a ciudadanos con conciencia ética y compromiso cívico, vinculando así la sostenibilidad a dicha formación (Barthm et al., 2016).

Ese tipo de formación y de apertura a la comunidad, permite que la sociedad perciba la universidad como una institución mucho más cercana y con la capacidad de transformar la sociedad en sus diferentes aspectos, realizando de manera práctica valores que nos hacen a todos más humanos (Núñez, Calvo y Álvarez, 2015).

En resumen, el concepto de sostenibilidad surge desde la urgencia de alentar una conciencia que satisfaga las necesidades de las personas, pero sin comprometer el futuro de estas y de las futuras generaciones (Unesco, 2018). Además, la consolidación definitiva del desarrollo sostenible como objetivo básico y global por parte de la ONU, se materializó en la Agenda 2030 (Retamal-Ferrada, 2020) desarrollada en el próximo apartado.

2.4. Agenda 2030

A continuación, se definirá el concepto de Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Asimismo, se presentarán los antecedentes históricos que inician la Agenda 2030 en septiembre de 2015.

La Agenda 2030 fue aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de la ONU y presentada como una “hoja de ruta de la humanidad” para los próximos años (ONU, 2015)

debido a su visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental (ONU, 2018). En este sentido, Sainz-Borgo (2017) plantea la Agenda 2030 como el marco referencial que estableció la comunidad internacional, para saber actuar.

Si bien, la Agenda 2030 se aprobó en 2015, esta tiene sus inicios en el año 2000, cuando la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Declaración del Milenio y con ello los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) con fecha de término el año 2015. Sin embargo, el 2010 se alcanzaron las principales metas de los ODM (Sanahuja y Tezanos, 2016), estos eran: 1 Erradicar la pobreza extrema y el hambre, 2 Lograr la enseñanza primaria universal, 3 Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer, 4 Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años, 5 mejorar la salud materna, 6 Combatir la VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades, 7 Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, 8 Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

No obstante, “en términos globales también hubo flagrantes incumplimientos en cuanto a precariedad laboral, mortalidad materna, infraviviendas y emisiones de dióxido de carbono, con progresos desiguales entre las distintas regiones del mundo en desarrollo” (Sanahuja y Tezanos, p. 534).

Es por ello, que “Frente a estos desafíos, 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas, junto a actores de la sociedad civil, el mundo académico y el sector privado entablaron un proceso de negociación abierto, democrático y participativo” (Cepal, 2018, p. 7). Dando origen a la Agenda 2030.

Particularmente, para América Latina y el Caribe, la creación de la Agenda se presenta como una oportunidad necesaria puesto que si bien, no es la región más pobre del mundo, si es la más desigual (Cepal, 2018)

Ahora bien, para alcanzar la Agenda 2030, en la misma Asamblea General de 2015, se presentaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 169 metas y 231 indicadores para, entre otras cosas, monitorear los avances en el cumplimiento de los objetivos por parte de los países asociados.

2.5. Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de aquí y en adelante ODS son parte de las metas que busca trazar la Agenda 2030. Para establecer estos 17 puntos la Organización de Naciones Unidas (ONU), abrió múltiples foros multilaterales a fin de nutrir la discusión de los “objetivos post-2015” (Sanahuja y Tezanos, 2016). Tras las consultas la Secretaría General de Naciones Unidas elaboró el informe “Una vida digna para todos” en el que se plantea una visión integradora de las dimensiones de la sostenibilidad.

Para la ONU, el desarrollo sostenible, posibilita la integración del crecimiento económico, la justicia social y la ordenación ambiental, puesto este marco aúna la variedad de aspiraciones y necesidades humanas (ONU, 2013)

Con estos antecedentes, surgen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, los cuales son:

- ODS 1: Fin de la pobreza
- ODS 2: Hambre cero
- ODS 3: Salud y bienestar
- ODS 4: Educación de calidad
- ODS 5: Igualdad de género
- ODS 6: Agua limpia y saneamiento
- ODS 7: Energía asequible y no contaminante
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura
- ODS 10: Reducción de las desigualdades
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles
- ODS 12: Producción y consumo responsables
- ODS 13: Acción por el clima
- ODS 14: Vida submarina
- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres
- ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas

ODS 17: Alianza para lograr los objetivos.

Los ODS son más ambiciosos, amplios, profundos y transformadores que los Objetivos del Milenio. Pues si en 2015, con los ODM se logró reducir la tasa de pobreza en un 50%, se pretende que al año 2030, se erradique (Sanahuja y Tezanos, 2016).

Como se mencionó, el cumplimiento de la Agenda 2030 representa una oportunidad histórica para América Latina y el Caribe pues incluye temáticas altamente prioritarios para la región (ONU, 2018). Por ello, es indispensable la participación de todos los sectores de la sociedad (estatal, civil y privados). Incluyendo a las comunidades universitarias que tienen la responsabilidad de formar estudiantes como agentes de cambio, ya que a través de la enseñanza deben “formar recurso humano con aptitudes y actitudes que contribuyan al logro de las metas trazadas” (León et al., 2022, p. 2).

2.6. Estrategias de comunicación

El comunicar requiere de un plan o estrategia para llevarse a cabo de manera eficiente. Es por esto por lo que en los siguientes párrafos se definirá, caracterizará y señalarán los pasos para desarrollar una correcta estrategia de comunicación.

Una estrategia, es el puente que hay entre las políticas o los objetivos más altos y las tácticas o acciones concretas para llegar a la meta. Si bien, la concepción de la palabra “estrategia” se limitaba a un significado militar “guía del ejército”, la verdad es que esta ha evolucionado para hacer referencia a otros campos del conocimiento dentro de la administración y negocios (Contreras, E).

Aunque, la visión militar para Garrido (2017) prevalece, pues señala que:

Durante el siglo XX hemos asistido a una incesante incorporación del acervo estratégico del mundo militar a la realidad de la empresa, especialmente desde la escuela americana de administración, donde veremos que se ha tendido principalmente hacia el análisis de la competencia, entendida ella como el ‘enemigo’ y a nuestra empresa como quien debe derrotarlo. (p.2)

De Aguilera, Farias y Baraybar (2010), plantean que la llegada de las nuevas tecnologías como internet, (y con ello las redes sociales), ha significado un nuevo proceso en la comunicación. De esta forma, esta alcanza niveles protagónicos tal, que necesita cambios en la forma y en las estrategias de, precisamente, comunicar.

Ahora bien, las estrategias de comunicación según Madroñero y Capriotti (2018) inicia desde mediados del siglo XX y se ha incluido tanto de forma explícita como implícita como un paso importante dentro del proceso de planificación y gestión de la comunicación y las relaciones públicas.

De Aguilera et. al (2010), concibe el mismo periodo de implementación de las estrategias de comunicación, pero señala que estas se guiaron, en su momento, en la creación de gabinetes de prensa “obligados en su contexto institucional a afincarse casi siempre en posiciones reactivas, de cautelar defensa ante los posibles requerimientos de los medios, así como en la proyección de la imagen del líder de la institución”. (p.95)

Para Martín 2011, esto evoluciona, entendiendo la comunicación como un “todo” de la cultura general, personalidad o esencia de la organización para dar una buena imagen global de la misma (Martín, 2011). De acá nace la necesidad de implementar un plan para que este se ejecute de manera correcta.

Madroñero y Capriotti (2018) explicitan una diferencia entre estrategia como contenido y estrategia desde el enfoque de proceso. La estrategia como contenido “se refiere a cuál es la estrategia correcta y cuáles son las opciones estratégicas”, en cambio, la estrategia desde el enfoque del proceso “está vinculada con la comprensión del proceso de creación de la estrategia, sobre cómo desarrollar la estrategia”. (p.73)

Conforme a lo anterior, y con objeto de la presente investigación al hablar de estrategia de comunicación, lo haremos desde el enfoque de proceso. Y si bien, “hay una importante falta de claridad sobre el concepto de estrategia en el ámbito de la planificación de la Comunicación y las Relaciones Públicas” (Madroñero y Capriotti, 2018. p. 74) la definiremos como:

Un proceso o plan deliberado de toma de decisiones definidas y planificadas; o bien como un proceso emergente en el cual la estrategia va surgiendo como un patrón

coherente de elecciones pasadas, que surge a medida que se van tomando las decisiones, sin que haya un plan previo totalmente estructurado (Madróñero y Capriotti, 2018, p. 74)

Sin embargo, esta se nutre en base a otras definiciones. Desde este punto, La Plataforma de Voluntariado de España expresa el plan de comunicación como un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización.

También, una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente (Ríos, Páez, Barbos, 2020)

Las estrategias de comunicación se pueden diseñar por la identificación de un problema latente en la comunidad u organización determinada, también se pueden diseñar como resultado analítico de un diagnóstico elaborado; con esto se aclara que, las estrategias de comunicación se diseñan y se desarrollan para dar respuestas a las necesidades comunicacionales, posicionamiento, imagen, interacción, participación ciudadana, entre otras, que se presentan en un entorno determinado (Ríos, Páez y Barbos, 2020, p. 20-21).

Es, por tanto, que de manera general se determinará que el proceso de planificación de una estrategia de comunicación es uno de los pasos o etapas fundamentales para una organización y/o institución (Madróñero y Capriotti, 2018).

Arellano (2008, p. 11) plantea 5 perspectivas y/o tipos de estrategia desarrollados por Henry Meintzberz. De esta forma encontramos:

1. La estrategia como plan: Definida como una especie de curso en acción, consciente determinado, una guía para abordar una situación específica. Se elaboran antes de las acciones y se desarrollan de manera consciente para alcanzar un fin determinado.

2. La estrategia como patrón: la estrategia es un modelo. Y es consistente en el comportamiento, tanto si es intencional como no.

3. La estrategia como posición: para este punto la estrategia viene a ser la fuerza mediadora o “acoplamiento” entre organización y medio ambiente, es decir entre el contexto interno y el externo.

4. Estrategia como perspectiva: esta definición mira hacia el interior de la organización, es decir, buscando piezas claves dentro que puedan aportar. Aquí la estrategia es una perspectiva la cual tiene implicaciones de posición y de percibir las cosas que están alrededor de una forma diferente.

5. Estrategia como Pauta de acción: definida como una “maniobra” para ganar la partida del contrincante o competidor.

Por otra parte, “para que la estrategia de comunicación cause un impacto más relevante, es fundamental la creación de una identidad e imagen, para que los públicos tengan un elemento de recordación en el cual fijarse” (Ríos, Páez, Barbos, 2020, p. 28).

Dentro de los objetivos de las políticas comunicativas, Martin (2011) propone que estos son: definir y desarrollar una buena imagen pública de la empresa o institución (según corresponda), renovar la cultura organizacional, cultivar la motivación, integración y participación de los recursos humanos, mejorar la productividad, lograr fidelización, etc. Objetivos que varían de acuerdo con los propósitos de cada empresa y/o institución y sus grupos de interés.

Con lo anterior, Madroñero y Capriotti (2018) y Martin (2011) proponen pasos para desarrollar una correcta estrategia de comunicación.

Por su parte Martín (2011), propone el desarrollo de una estrategia que detecta y define problemas, fije objetivos, gestione y consiga resultado de comunicación. Luego, que realice un análisis de la situación interna y externa, a través de herramientas como: FODA, aplicación de encuestas y realización de entrevistas. Posteriormente se establece un posicionamiento en el mercado y/o sector de la organización. Se realiza un comité de comunicaciones, y se establece un control y evaluación de los resultados, una planificación anual para graficar las acciones

comunicativas a ejercer durante el año y por último implementar un plan de crisis, es decir un manual con los pasos a seguir en caso de producirse un conflicto.

Por otra parte, Madroñero y Capriotti (2018) canalizan los pasos a seguir en cuatro fundamentales: Investigación, Planificación, Ejecución y Evaluación. Además, señala como base en la concepción de la estrategia de comunicación incluir la determinación del Mensaje Clave y los lineamientos o políticas globales de comunicación.

Dentro del contexto universitario la forma de comunicar y planificar estrategias también se ve inmersa en los puntos anteriores. La universidad, como cualquier otra institución, evoluciona en adecuación a las razones importantes que en su entorno ocurre (De Aguilera et. al, 2010).

Tanto las empresas como las instituciones se ven obligadas a conocer esos cambios y, en consecuencia, a ajustar sus comportamientos a los requerimientos que plantean cuestiones tales como las comunicaciones móviles o el marketing de proximidad, entre otras varias (De Aguilera et. al, 2010).

El avance de las universidades a una estrategia de comunicación inclinada a las redes sociales y páginas web se fue dando de manera progresiva, ampliándose hacia la comunicación interna y las relaciones con el entorno socioeconómico hasta llegar a un papel estratégico que desarrollan las universidades (De Aguilera et. al, 2010).

Desde este punto García (2018) establece que el internet ha venido a complicar un poco más el panorama universitario, convirtiendo a las universidades en instituciones globales donde los públicos internacionales tienen tanta presencia como los locales, es decir, actualmente las universidades buscan diferenciarse en un mercado global. Desembocando en que adopten prácticas del marketing para vender la institución de manera eficaz.

Considerando que los grupos de interés de las universidades suelen ser en su mayoría jóvenes usuarios avanzados de estas nuevas tecnologías y formas de comunicar, existe un problema en la falta de planificación. Puesto que los Departamentos de comunicación pierden la oportunidad de hacerlo eficazmente debido al uso de plataformas tradicionales, lo que implica que los usuarios se acerquen a ellos solo por iniciativa propia, pero no son llamativos

al consumo, lo que se refleja en la dejación y pérdida de efectividad de los canales, debido a la falta de planificación comunicacional en dirección a las nuevas realidades comunicativas (De Aguilera et. al, 2010)

Veas en el 2015 analizó 45 universidades chilenas acreditadas por el Consejo Nacional de Acreditación (2014), para en primera instancia explorar la situación actual comunicacional de las universidades, sobre la base de la existencia de una Dirección de Comunicaciones y de la definición y sistematización de la “Política Comunicacional”. Sus resultados se asimilan a la idea planteada por De Aguilera et. al (2010), pues “todavía no valoran la importancia que significa la definición y sistematización de una política comunicacional acorde con la cultura organizacional de la universidad, que potencie sus fortalezas y minimice sus debilidades” (p. 201). Aunque si bien, han ido profesionalizando sus áreas comunicacionales, están aún carecen de “rigurosidad” (p. 202).

2.7. Sitio Web

En los siguientes párrafos, se presentará la definición del concepto micrositio, así como también su diferenciación con el concepto de sitio web, generalmente utilizado como sinónimo de manera inadecuada.

En la década de 1980, Tim Berners y Robert Cailliau inventaron la World Wide Web, mejor conocida como la WWW o la Web, un sistema interconectado de sitios web públicos accesibles mediante el uso de Internet (Mozilla, s.f.).

En esa época, el invento del físico e ingeniero permitió a los trabajadores de una empresa europea conectarse entre sí para operacionalizar sus labores. Sin embargo, en la actualidad, la Web permitió a millones de personas navegar entre sitios web y acceder a recursos en línea mediante enlaces (Berners-Lee, 1999).

Desde entonces, la sociedad, en un corto periodo de tiempo, se ha convertido en una sociedad hiperconectada que ha multiplicado exponencialmente las fuentes de información debido al aumento de los dispositivos conectados a internet, la creación de las redes sociales y la geolocalización. Pero además del Internet como tal, estos cambios también han

configurado la cultura, cambiando de este modo la forma de comunicarnos, de trabajar, de divertirnos y aprender (Lopez-Cepeda y Mañas-Viniegra, 2019).

Castells (1996) refuerza esta idea de cambio señalando que la potencial integración de texto, imágenes y sonidos en el mismo sistema, interactuando desde múltiples puntos de una red mundial, en el tiempo elegido (real o diferido), en condiciones de acceso libre y accesible, cambia fundamentalmente el carácter de la comunicación.

Dada la suma de todos estos cambios, es que surge la necesidad de informar a través de sitios web (Álvarez y Roig-Vila, 2020). En específico, un sitio web es un conjunto de páginas web relacionadas y enlazadas entre sí bajo un mismo dominio (García, 2018).

En ese sentido, según Garrett (2010), cada sitio web debiese contar con una estructura y diseño único, y de la misma forma, estar organizado de manera coherente y lógica para facilitar la navegación del usuario.

En la actualidad, los centros educativos como colegios y universidades han tenido que adoptar dentro sus estrategias de comunicación el uso de plataformas digitales. De esta forma los sitios web adquieren dos formatos y con ello dos propósitos explicados por Álvarez y Roig-Vila, (2019). En primer lugar, su uso está definido para ser plataforma de información y comunicación, sirviendo de esta forma como escaparate de los centros educativos a la sociedad. Por otro lado, son un medio que posibilita la formación online e incluso la internacionalización de un centro educativo.

Bajo esta perspectiva los sitios web tienen enriquecedores beneficios comunicacionales, debido a que, no solo facilita la formación educacional, sino que posibilita la comunicación con todos sus públicos a un coste muy reducido, además de personalizar la experiencia, pues es “capaz de ofrecer las informaciones que cada usuario demande y con el formato que prefiera” (Barroso, 2007, p. 26).

Pérez-Montoro (2014) en cambio, le atribuye como función principal a la web institucional de la difusión de la información relacionada y generada, desdoblando el objetivo general en tres funciones básicas: comunicación, suministro de servicios y gestión del

conocimiento. Sin embargo, García (2018) plantea que si bien no existen estudios que indiquen de manera específica en los medios sociales cuáles son los contenidos universitarios más relevantes para los usuarios/as se deberían mostrar temáticas relacionadas con la investigación, la gestión, la enseñanza, la identidad local, su proyección internacional, la RSU o la innovación.

2.8. Micrositios Web

Ahora bien, dentro de los sitios web se encuentra un subgrupo de sitios denominado micrositio web, para Moder y Florensa (2017) un micrositio es una web especializada creada con distintos propósitos, el principal la promoción de un producto, evento, entre otros.

Por su parte, la plataforma de automatización de marketing, Mailchip, señala que dentro de los beneficios de utilizar micrositios se encuentra: aumentar el conocimiento de la marca, crear contenido de nicho, generar clientes potenciales e impulsar la optimización del motor de búsqueda.

En cuanto a la creación de contenido para micrositios web, es importante considerar varios aspectos. Para un buen posicionamiento en los buscadores web, Abad et al. (2015) sugieren tener en cuenta el título y cuerpo del contenido, el formato del texto, las etiquetas, las opciones de la URL, los comentarios, las etiquetas meta, los atributos de las imágenes y los nombres de los archivos. Además, otra estrategia útil es la del enlace entre micrositios, donde varios micrositio enlazados entre sí pueden apoyar el posicionamiento y la popularidad del sitio temático central (Campbell, 2005).

En el contexto universitario, la presencia de micrositios en los buscadores web, mejora la posición de la universidad en el ranking web de universidades e incrementa el tráfico hacia los sitios (Abad et al., 2015). Además, los micrositios web ofrecen una oportunidad adicional para que las universidades compartan información específica y promocionen eventos o campañas puntuales.

Adicionalmente, son útiles para dirigirse a diferentes grupos de interés (Leal y Quero, 2011). Pues, cada grupo tiene necesidades e intereses específicos, y los microsítios web permiten adaptar el contenido y la experiencia de navegación de acuerdo a esas particularidades. Esto mejora la navegación y la experiencia del usuario, lo que a su vez puede aumentar la interacción y el compromiso con la universidad (Doe, 2020).

En el caso del presente estudio se analizará el microsítio de la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile. A modo de ejemplificar, el sitio web de la UC es, www.uc.cl, en cambio el microsítio de la Dirección de Sustentabilidad es www.sustentable.uc.cl. De esta forma, se aprecia que el microsítio “Sustentabilidad” se aloja en el sitio web “UC”.

2.9. Grupos de interés

En el siguiente apartado se definirá los grupos de interés, así como su origen e implicancias prácticas dentro de las organizaciones, empresas y universidades. Si bien, el nacimiento del concepto se acuña al término *stakeholder*, con motivos de la siguiente presentación, se utilizará el concepto grupos de interés, según corresponda.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), señala diversas teorías para su funcionamiento como base del pensamiento administrativo. Estas pretenden establecer los lineamientos de las prácticas organizacionales, es decir son teorías en las cuales las organizaciones se fundamentan para prosperar (Rojas-Vargas y Madero-Gómez, 2018). La teoría de los *stakeholders*, es una de ellas y se acuña por primera vez en 1963 por Richard Edward Freeman, en un memorándum interno del Instituto de Investigación de Stanford, y se definió como “aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir” incluyendo entre ellos a accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, prestamistas y sociedad (Barrio y Enrique, 2018, p. 93).

Ahora, si bien, todas las definiciones de grupos de interés presentadas a lo largo de la investigación se basan en los planteamientos de Freeman, con objeto de esta investigación se definirá según el Global Reporter Initiative (GRI)

“Los grupos de interés son las entidades o individuos que razonablemente pueden verse afectados de forma significativa por las actividades, productos y servicios de la organización informante, o cuyas acciones pueden afectar razonablemente a la capacidad de la organización para aplicar sus estrategias y alcanzar sus objetivos” (párr. 2).

Así, “El surgimiento de la Teoría de los *Stakeholders* nace como necesidad de contrastar los efectos de la rigurosa Teoría de los Shareholders, conocida como el Paradigma de Friedman” (Rojas-Vargas, Madero-Gómez, 2018, p. 33). A diferencia de los *stakeholder* (*stake*: interés, *holder*: grupos, la teoría de los *shareholders* (*share*: accionista) centra la responsabilidad social de la empresa únicamente en aumentar el valor para sus dueños y accionistas (Fernández, 2009). De esta forma, el objetivo principal de la Teoría de los *Stakeholders* “es afirmar y mostrar que la empresa en su dirección y gobierno es responsable no sólo de los accionistas sino también de otros individuos y/o grupos que tienen unos intereses en las acciones y decisiones de dicha organización” (Casaban, 2001, p. 177)

Acuña (2012) reafirma lo anterior, señalando que contrariamente al modelo neoclásico de responsabilidad social, el enfoque desde los *stakeholders*, “posee una visión más amplia de la economía, y analiza la empresa dentro de su entorno interno y externo, ampliando el horizonte gerencial sobre sus roles y responsabilidades” (p. 5). De esta forma, hay una reivindicación de los afectados por la empresa legitimando, no solo a los accionistas, sino, dirigiendo atención y respeto a todos los públicos de parte de quienes dirigen. (Fernández, 2009)

Con lo anterior, es que autores como Acuña (2012) señalan que la teoría es una concepción de “estrategia organizacional y ética” (p, 5). González (2007), a su vez, plantea un tipo de relación moral entre los distintos actores, pues existe una bidireccionalidad por parte de las partes que va más allá de los intereses económicos. Bajo este mismo punto, Armijos (2017) lo plantea desde el bien común, la vinculación con los *stakeholders* va más allá del bienestar individual, puesto que “trasciende, perfecciona y realiza al ser humano” (p. 104) en colectividad o en pluralidad de agentes, como señala González (2007).

Sin embargo, Argandoña (1998) señala que, la teoría de los *stakeholders* “carece de fundamentos sólidos en las teorías éticas tradicionales”, pues considera que, si bien el objetivo de la teoría es velar por el bien común, “la doctrina del bien común no se puede traducir, sin más, en una lista de deberes y derechos de los ciudadanos ante la sociedad” (p. 8).

La teoría del bien común se apoya, por el contrario, en el concepto clásico de “bien”: la empresa hace bien a muchas personas a algunas, por obligación; a otras, de modo más o menos involuntario. Y “debe hacer bien” a ciertos colectivos, en virtud de su obligación de contribuir al bien común, que va desde el bien común de la propia empresa hasta el de la comunidad local, el país y toda la humanidad, también de la futura (Argandoña, 1998, p. 9).

En consideración de la fundamentación expuesta, junto con la implementación teórica, se señala un contenido práctico para delimitar a los *stakeholders*. Weiss (2005) apunta a que los intereses de las partes no siempre son explícitos, por ejemplo “los *stakes* y los derechos pueden estar basados en intereses legales, económicos, sociales, morales, tecnológicos, ecológicos, políticos, o de mero poder” (p. 139). Es por esto, que analiza a los *stakeholders* en base a las siguientes preguntas planteadas por Freeman (1984):

¿Quiénes son nuestros *stakeholders* actuales?

¿Quiénes son nuestros *stakeholders* potenciales?

¿Cómo nos afecta cada uno de ellos?

¿Cómo les afectamos nosotros a ellos?

¿Quiénes son los *stakeholders* de las distintas divisiones y áreas de negocio?

¿Qué tipo de asunciones da por supuestas nuestra estrategia acerca de cada *stakeholder* importante (en todos los niveles)?

¿Cuáles son las “variables ambientales” que nos afectan y afectan a nuestros *stakeholders* (inflación, PNB, tasa de crecimiento, confianza empresarial, identidad corporativa, imagen mediática...)?

¿Cómo medimos esas variables y su impacto en nosotros y en nuestros *stakeholders*?

¿Cómo registramos los resultados? (p. 141)

Considerando la variabilidad y complejo modelo que se desarrolla en las empresas en torno a los *stakeholders*, Barrio y Enrique (2018) tipifican la clasificación de los *stakeholders* en base a tres autores: Mitchell, Angel y Wood (1997) establece tres criterios: poder (influencia en otros), legitimidad (influencia moral o legal sobre el comportamiento de una empresa) y urgencia (a que grado se consideran sus demandas) (p. 94)

Freeman, Harrison y Wicks (2008) los clasifican en dos: primario (clientes, empleados, proveedores, financieros y comunidades) y secundarios (gobierno, competencia, grupos de los consumidores, medios de comunicación y grupos de especial interés) (p. 96)

Gaete (2012) señala desde el plano universitario la teoría de los *stakeholders*, apuntando que esta también ha adquirido relevancia gracias a la “relación de la universidad con la sociedad” (p. 116). De esta forma, nace el concepto “universidad *stakeholders*” (p. 119) implicando que:

La universidad ha de estar en constante diálogo con sus grupos de interés para sobrevivir en un sistema en el que las demandas son heterogéneas e imprevisibles». Por tanto, hablamos de una universidad sensible a su entorno, capaz de realizar una gestión efectiva de las relaciones con sus partes interesadas, desarrollando vínculos permanentes en el tiempo que garanticen reciprocidad y receptividad con sus *stakeholders* (p. 119-120).

La integración de los *stakeholders* al gobierno corporativo no puede quedar ajeno a la realidad de la universidad del siglo XXI. De este modo, los desafíos que se plantean a las casas de estudio es el establecimiento de las relaciones permanentes y recíprocas con los *stakeholders*. (Gaete, 2012)

Considerando, la relevancia de los *stakeholders* en las comunidades universitarias, Vallaeys, de la Cruz y Sasia (2009) identifican los siguientes grupos de interés dentro de las universidades: “personal no docente, personal docente - investigador, autoridades, estudiantes, proveedores, egresados, empleadores, competidores, comunidades locales, organizaciones sociales y el Estado.” (p. 11)

Los puntos expuestos anteriormente, son una herramienta fundamental para la presente investigación, pues proporciona contextos y fundamentos para comprender el problema y abordarlo de manera adecuada. A través de una revisión exhaustiva de la literatura existente, se establece una base sólida de conocimiento que guía el desarrollo y la interpretación de los resultados. Asimismo, el marco teórico permite identificar lagunas en el conocimiento actual y proporciona una base para futuras investigaciones

III. CAPÍTULO III

ANTECEDENTES DE LA UNIVERSIDAD Y LA DIRECCIÓN DE SUSTENTABILIDAD

3.1. Historia de la Pontificia Universidad Católica de Chile

La Pontificia Universidad Católica de Chile, es una Corporación de Derecho Público, es decir que pertenece a la Iglesia Católica, y sus estatutos son aprobados mediante decreto, además no forma parte de la Administración del Estado.

La Universidad se ubica en Santiago de Chile y fue fundada por Decreto del Arzobispo de Santiago, Illmo. Sr. D. Mariano Casanova el 21 de junio de 1888 (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2019), siendo el primer rector el Monseñor Joaquín Larraín Gandarillas. Un año más tarde, en 1889 comienzan los primeros cursos impartidos por la institución. En la instancia sólo participaban 10 profesores y 50 estudiantes (Pontificia Universidad Católica de Chile, s.f)

Durante los últimos 30 años, la Universidad Católica de Chile ha vivido una transformación importante: de ser una pequeña universidad católica elitista, se convirtió en una universidad moderna, con un reconocimiento académico internacional, que hoy constituye uno de los centros de educación superior más importantes del país (Memoria Chilena, s.f)

Esta evolución ha llevado a participar a la Universidad en distintos ranking, uno de ellos es el Ranking QS Mundial, el cual analiza universidades de Europa, Asia y América desde la reputación académica hasta el número de estudiantes matriculados. De esta forma y según el Ranking QS mundial 2022, la Pontificia Universidad Católica de Chile se ubica en el puesto número 121 como una de las mejores instituciones del mundo. A nivel latinoamericano, en cambio, se posiciona en el 4° lugar y dentro de Chile, encabeza el ranking (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022).

3.2. Historia de la Dirección de Sustentabilidad

La sustentabilidad en la UC remonta a 1988, con la conformación de un grupo de docentes y funcionarios que buscaban ser parte de la cumbre de Río 92. Aunque el verdadero origen, como declaran desde la Dirección proviene de los proyectos ambientales incentivados por estudiantes de las distintas carreras de la universidad (Dirección de Sustentabilidad, s.f).

Estos movimientos en favor de la sustentabilidad provocaron que en 2010 el tema se posicionara como uno relevante en el Plan de Desarrollo 2010-2015, dando paso con ello a la creación de la Oficina de Sustentabilidad (Dirección de Sustentabilidad, s.f).

Durante sus primeros años de vida, la Oficina buscó generar condiciones mínimas para vivir la experiencia de la sustentabilidad, como consolidar el reciclaje de inorgánicos, desarrollar la medición de la huella de carbono institucional, la adhesión del Acuerdo de Producción Limpia Campus Sustentable y el primer Reporte de Sustentabilidad 2012-2013. Todas las acciones realizadas por la Oficina se fortalecieron con el Laudato Si, una encíclica ecológica obsequiada por el Papa Francisco a las instituciones católicas para discutir acerca de las condiciones de vida y de supervivencia de una sociedad, con la honestidad para poner en duda modelos de desarrollo, producción y consumo (Dirección de Sustentabilidad, s.f).

La transformación final de Oficina a oficializarse como Dirección de Sustentabilidad tiene cabida en 2016, ello trajo consigo el nuevo desafío para la Dirección, construir una nueva cultura hacia la sustentabilidad (Dirección de Sustentabilidad, s.f).

3.2.1. Compromiso

Como compromiso, la Dirección de Sustentabilidad apuesta por la integración de la sustentabilidad dentro de los procesos educativos, la investigación y las operaciones de la universidad, entendiendo a la sustentabilidad como un desafío urgente y transversal que requiere de profesionales que desarrollen e implementen soluciones que nos permitan afrontar y mitigar las consecuencias del cambio climático (Dirección de Sustentabilidad, s.f).

3.2.2. Equipo

La Dirección de Sustentabilidad, está compuesta por un grupo de 9 personas declaradas en la micrositio. Entre ellas se encuentran:

Tabla 3*Integrantes de la Dirección de Sustentabilidad*

| | |
|-------------------|---|
| Maryon Urbina | Directora |
| Víctor Suazo | Coordinador de Vinculación y Desarrollo Comunitario |
| Claudia del Canto | Asistente administrativa |
| Sebastián Navarro | Encargado territorial |
| Sofía Álvarez | Encargada territorial |
| Pablo Aguirre | Coordinador comunidad |
| José Moya | Encargado de reportabilidad |
| Diego Durán | Encargado de comunicaciones |

IV. CAPÍTULO IV

EXPLICACIONES METODOLÓGICAS

La presente investigación tiene como objetivo analizar las notas de prensa publicadas en el micrositio de Sustentabilidad UC en el periodo 2019-2022. En los siguientes párrafos se explicará la metodología utilizada para cumplir con este objetivo.

1.2. Alcance de la investigación

La investigación cuenta con un doble alcance: exploratorio y descriptivo. Definido por Ramos (2020) una investigación exploratoria “es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características” (p.2). Lo anterior, pues después de una revisión exhaustiva realizada en diciembre de 2022 utilizando palabras clave como: "Pontificia Universidad Católica de Chile", "Ranking The", "The Impact Ranking", "UC", "Agenda 2030", "sostenibilidad" y "sustentabilidad", no se encontró registro de investigaciones relacionadas con el objetivo de este estudio. La búsqueda se llevó a cabo utilizando el motor de búsqueda Google Académico, la biblioteca digital Scielo, el portal de difusión de la producción hispana Dialnet y el repositorio de la UC.

Además, debido a la profundización del análisis, esta obtiene el carácter de descriptivo. En este sentido, Ramos (2020) plantea que en el alcance descriptivo “ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano” (p.2). Bajo este alcance es posible desarrollar la hipótesis.

4.1. Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó un enfoque metodológico de tipo mixto, definido por Hernández-Sampieri y Mendoza (2014) de la siguiente manera:

“Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p. 612).

Teniendo en cuenta lo anterior, para el desarrollo del presente estudio, se determinó emplear un enfoque metodológico de tipo mixto, con el objetivo de obtener resultados mucho más complejos.

4.2. Diseño de la investigación

Debido a la naturaleza de la investigación, se recurrió a un diseño exploratorio secuencial o DEXPLOS, pues durante la primera fase, se llevó a cabo una recolección de datos bajo un enfoque cualitativo a través de un proceso exploratorio. En la segunda fase de la investigación, se realizó un análisis de contenido cualitativo de los datos obtenidos en la fase anterior, lo que culminó en la creación de un libro de códigos. Por último, se procedió a la codificación cuantitativa de la información a través de una matriz de datos.

Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) “el diseño implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos” (p. 551). Ahora bien, el diseño DEXPLOS se caracteriza por tener dos modalidades, en este caso se utilizó la modalidad derivativa.

En esta modalidad la recolección y el análisis de los datos cuantitativos se hacen sobre la base de los resultados cualitativos. La mezcla mixta ocurre cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos. La interpretación final es producto de la comparación e integración de resultados cualitativos y cuantitativos. El foco esencial del diseño es efectuar una exploración inicial del planteamiento (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 151).

4.3. Técnica de recolección de datos y análisis

4.3.1. Técnica de recolección de datos

Para la correcta ejecución de la investigación se utilizaron dos técnicas, una de recolección de datos y otra de análisis de contenido. Para Hernández y Duana (2020) “las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación” (p. 52).

En la presente investigación, la recolección de datos se realizó de manera cuantitativa a través de la observación y se materializó en una ficha de recogida de datos. La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones

observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 290).

4.3.2. Técnica de análisis

Ahora bien, para analizar e interpretar la ficha de recogida de datos, se realizó un análisis de contenido. En palabras de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) “es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera objetiva y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (p. 290). Esta técnica de carácter mixto permitirá, luego codificar los datos.

4.4. Población

Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) “el universo o población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 119). Además, Arias (2017) señala que “la población es un conjunto infinito o finito de sujetos con características similares o comunes entre sí” (p. 113). Para referirnos a lo anterior, en la presente investigación utilizaremos el concepto de población.

En la investigación la población comprende todas las notas publicadas en el micrositio “Sustentabilidad UC” de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

4.5. Muestreo

Una muestra es un “subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 198). Por motivo del investigador, la muestra será de carácter no probabilístico por conveniencia. Lo anterior, corresponde a un “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (p. 200).

En este caso la muestra se denomina por conveniencia debido a la naturaleza de la investigación, pues se analizaron todas las notas a las cuales se tiene libre acceso del micrositio “Sustentabilidad UC” del año 2019 hasta el 2022, que contengan dentro de su cuerpo las palabras: Agenda 2030, desarrollo sostenible, desarrollo sustentable,

sostenibilidad/sostenible, sustentabilidad, sustentable, Objetivo/s de Desarrollo Sostenible - ODS.

Con respecto al periodo de análisis (2019-2022) se consideró el inicio de la primera versión del Ranking *“The Impact Ranking”*, 2019, hasta el 2022, año de inicio del presente estudio. Por otra parte, la elección de palabras claves se debe a los conceptos relacionados a la Agenda 2030 y la sustentabilidad. Además, de todas las publicaciones con las palabras clave, sólo se considerarán las notas de prensa.

4.6. Descripción de los instrumentos

Para llevar a cabo correctamente el objetivo de investigación se recurrió de tres instrumentos de análisis. En primer lugar, se realizó una ficha de recogida de datos, denominada *“Recogida de datos”*, la cual recolectó las notas del micrositio Sustentabilidad UC con las palabras clave. Luego, se realizó un libro de códigos a fin de guiar el análisis. Finalmente se codificó toda la información en la ficha de *“Matriz de datos”*.

Con respecto a la ficha de *“Recogida de datos”* se clasificaron todas notas de prensa publicadas en el micrositio por fecha, palabra clave, titular y enlace, con el objetivo de agrupar el total de notas de prensa a analizar. (Tabla 4).

Tabla 4

4.6.1. Ficha de *“Recogida de datos”*

| AÑO | PALABRA CLAVE | TITULAR | ENLACE |
|------|-----------------------|---|---|
| 2019 | Desarrollo sostenible | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | https://sustentable.uc.cl/noticias/347-arrancan-charlas-magistrales-curso-de-sustentabilidad-sus1000 |
| 2019 | Desarrollo sostenible | Curso SUS1000 1er. semestre 2019 cerró con éxito | https://sustentable.uc.cl/noticias/347-arrancan-charlas-magistrales-curso-de-sustentabilidad-sus1000 |

Nota: Solo se incluyó las primeras dos de 75 casillas de recolección de datos.

4.6.2. Libro de códigos

Un libro de códigos es una guía para la recolección y análisis de datos. Este es un material donde se encuentran todos los criterios de búsqueda, además se establecen las categorías para analizar el contenido. Por ello, en los siguientes párrafos se dará cuenta de las especificaciones del libro de códigos.

Enumeración

Enumerar es “un concepto que tiene que ver con la manera de contar las unidades de registro” (Ruiz, 2021). En el caso de la presente investigación se utilizaron palabras clave como unidades de registro y se codificó de la siguiente manera:

1=Presencia

0=Ausencia

Para Vives y Hamui (2021) la codificación “es un proceso de análisis que consiste en identificar aquella información del texto que ilustra una idea temática relacionada con el código, presentado como abreviación de la idea temática” (p. 101). Esto facilita la tabulación de los datos.

La tabulación y cuantificación se realizó en una planilla Excel. Información que más tarde se plasmó en gráficos

Descomposición

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), el proceso de la descomposición en una investigación es “la división del todo en sus partes o elementos constitutivos a fin de examinar o comprender cada uno de ellos” (p. 160).

Ahora bien, para crear el libro de códigos se descompuso la información en cuatro apartados: Facultad, Palabras clave, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Fuente periodística según público objetivo.

Categorización

Se refiere a las categorías que se emplearán para analizar las notas de prensa sobre Agenda 2030 y sustentabilidad en la micrositio de la Dirección de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile. A continuación se definirán todas las categorías incluidas en el libro de códigos.

Temática de publicación:

Se refiere a temática cuando el motor de búsqueda del micrositio “Sustentable UC” arroje los términos: Agenda 2030, Desarrollo sostenible, desarrollo sustentable, sostenibilidad,

sostenible, sustentabilidad, sustentable, ODS y/o Objetivos de desarrollo sostenible explícitamente en el titular, cuerpo del contenido o etiquetas.

Ahora bien, la selección final se registrará exclusivamente a lo que las definiciones de los conceptos indican, y no entra a lugar la homografía de estos. Es decir, que la elección de las notas bajo estas palabras claves tiene directa relación con el significado que se le atribuye a continuación.

Agenda 2030: agenda global de desarrollo, universal y holística. Es también un acuerdo político histórico, firmado por 193 Estados Miembros en septiembre de 2015, que traza un marco para el desarrollo ambiental, social y económico. Esta se basa en tres principios: universalidad, integración, que nadie se quede atrás (Chile Agenda 2030).

Sostenibilidad/Sostenible: satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias (ONU).

Desarrollo sostenible: para desarrollo sostenible se considerará la misma definición que para sostenibilidad. Pero debe categorizarse de manera independiente por la sensibilidad de los motores de búsqueda.

Sustentabilidad/Sustentable: construcción colectiva mediante la cual la humanidad aspira a la posibilidad que el ser humano y otras formas de vida prosperen en el planeta para siempre (Red de Campus Sustentable).

Desarrollo sustentable: para desarrollo sustentable se considerará la misma definición que para sustentabilidad. Pero debe categorizarse de manera independiente por la sensibilidad de los motores de búsqueda. De esta forma, se da paso a un mayor porcentaje de publicaciones con temática sustentable.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): conjunto metas establecidas (17) dentro de la Agenda 2030, que buscan conseguir un futuro más sostenible para todos. Estas se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia.” (ONU, 2020).

Para clasificar el tipo de ODS, se necesitará una subcategoría para informar la presencia o ausencia de los 17 objetivos de desarrollo sostenible.

Presencia: 1

Ausencia: 0

1. **ODS 1 Fin de la pobreza:** poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
2. **ODS 2 Hambre cero:** poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

3. **ODS 3 Salud y bienestar:** garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. **ODS 4 Educación de calidad:** garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. **ODS 5 Igualdad de género:** lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
6. **ODS 6 Agua limpia y saneamiento:** garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
7. **ODS 7 Energía asequible y no contaminante:** garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. **ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico:** promover el crecimiento económico sostenido, incluyente y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. **ODS 9 Industria, innovación e infraestructura:** construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.
10. **ODS 10 Reducción de la desigualdad:** reducir la desigualdad en y entre los países.
11. **ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles:** lograr que las ciudades y asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resistentes y sostenibles.
12. **ODS 12 Producción y consumo responsable:** garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. **ODS 13 Acción por el clima:** adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. **ODS 14 Vida submarina:** conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. **ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres:** gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. **ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas:** promover sociedades pacíficas e incluyentes para el desarrollo sostenible, proveer acceso a la justicia para todos y crear instituciones efectivas, responsables e incluyentes en todos los niveles.
17. **ODS 17 Alianzas para lograr objetivos:** fortalecer las bases de implementación y la revitalización de la alianza global para el desarrollo sostenible.

Facultad

Se refiere a Facultad cuando en la nota publicada se encuentre mención explícita de la Facultad a la cual pertenece un hecho. La información puede estar contenida tanto en declaraciones de representantes de la facultad como en la participación de estudiantes de dichas facultades. También se consideró la Dirección de Sustentabilidad, la “UC” y “Direcciones y Centros” Lo anterior es recolectado con el fin de determinar qué rama del conocimiento o institución aporta o participa más en las notas publicadas temáticas medioambientales.

Presencia: 1

Ausencia: 0

Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal
 Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos
 Facultad de Artes
 Facultad de Ciencias Biológicas
 Facultad de Ciencias Sociales
 Facultad de Comunicaciones
 Facultad de Derecho
 Facultad de Economía y Administración
 Facultad de Educación
 Facultad de Filosofía
 Facultad de Física
 Facultad de Historia, Geografía y Ciencia Política
 Facultad de Ingeniería
 Facultad de Letras
 Facultad de Matemáticas
 Facultad de Medicina
 Facultad de Química y de Farmacia
 Facultad de Teología
 Sustentabilidad UC
 UC
 Direcciones y centros

Fuentes periodísticas según grupos de interés

Se considerará como fuentes periodísticas según grupos de interés a aquellas notas de prensa que contengan declaraciones de los grupos de interés internos declarados por la Universidad en su Reporte de Sustentabilidad 2018-2019.

Presencia: 1

Ausencia: 0

Estudiantes: toda persona que se encuentre cursando estudios en la institución de educación superior.

Autoridades: se considerará autoridad a las personas declaradas en el organigrama institucional, como: Gran Canciller, Monseñor Celestino Aós; Vice Gran Canciller, Padre Tomás Scherz; Rector, Ignacio Sánchez; Prorrector, Guillermo Marshal; Prorrector de Gestión Institucional, Patricio Donoso; Secretaria General, Cristina Fernández; Vicerrector Académico, Fernando Purcell; Vicerrector de Investigación, Pedro; Vicerrectora de Asuntos Internacionales, Lilian Ferrer; Vicerrectora Económica, María Loreto Massanés; Vicerrectora de Comunicaciones y Extensión Culturas; Magdalena Amenábar.

Funcionarios: toda persona que trabaje o esté vinculada tanto a la Universidad, como docentes, encargados de direcciones administrativas, entre otros.

Exalumnos: toda aquella persona que se encuentre egresada de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Sustentabilidad UC: si bien no es grupo de interés declarado por la universidad se considerará con el objetivo de conocer cuántas de las notas tienen estrecha relación con la propia Dirección de Sustentabilidad. De esta forma se clasificará en sustentabilidad a: Maryon Urbina, Directora; Víctor Suazo, Coordinador de Vinculación y Desarrollo Comunitario; Claudia del Castro, Asistente administrativa; Sebastián Navarro, Encargado territorial; Sofía Álvarez, Encargada territorial; Pablo Aguirre, Coordinador comunidad; José Moya, Encargado de reportabilidad; Diego Durán, Encargado de comunicaciones.

De esta forma, la metodología implica la elección de un enfoque, métodos y técnicas adecuados para responder a las preguntas de investigación y lograr los objetivos del estudio. Es importante comprender que la metodología es esencial para garantizar que la investigación sea rigurosa, confiable y válida.

La segunda ficha se denominó Matriz de datos, en ella están todos los datos obtenidos en la primera ficha. En ella, se codificaron los datos. De esta manera la ficha se distribuyó de la siguiente manera:

Tabla 54.6.3. *Ficha de Matriz de datos*

| Fecha | Titular | Facultad | Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal | Facultad de Arquitectura | Facultad de Artes | Facultad de Ciencias Biológicas | Facultad de Comunicaciones | Facultad de Derecho | Facultad de Educación | Facultad de Historia, Geografía y Ciencia Política | Facultad de Ingeniería |
|------------|--|----------|---|--------------------------|-------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------|-----------------------|--|------------------------|
| 5/03/2019 | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26/08/2019 | Se dio inicio a nuevo ciclo de Charlas para la Sustentabilidad abierto a toda la comunidad | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |

Nota. Por efectos de las dimensiones de la tabla solo se consideró la categoría: fecha, titular, facultad. La tabla con el total categorías completas se encuentra en anexos

V. CAPÍTULO V

VI. RESULTADOS

Para cumplir con el objetivo de la investigación, se analizaron 74 notas de prensa publicadas entre 2019 y 2022 con las siguientes palabras clave: Agenda 2030, desarrollo sostenible, sostenibilidad/sostenible, desarrollo sustentable, sustentabilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

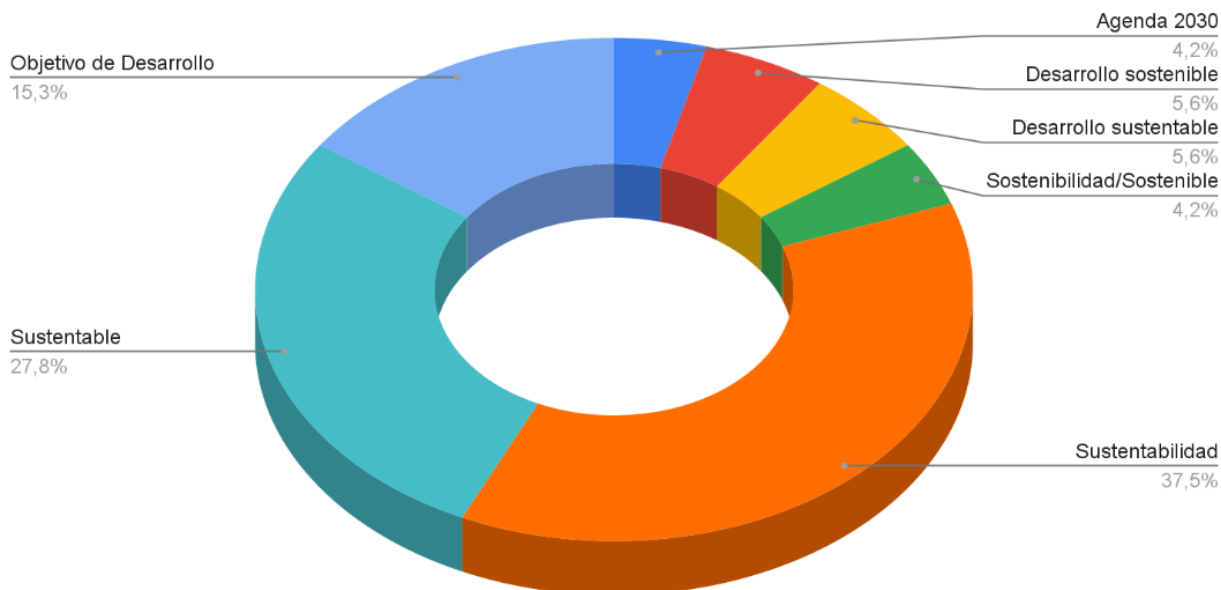
De esta forma, para cumplir con el primer objetivo específico, se determinó considerar únicamente las notas de prensa con mención explícita de las palabras clave seleccionadas. Lo anterior, permitirá conocer el nivel de cobertura que la Dirección de Sustentabilidad ejerce sobre temáticas relacionadas a Agenda 2030 y sustentabilidad. Además de conocer si presentan un lenguaje común.

En ese sentido, se consideró únicamente notas de prensa con mención explícita de las palabras clave, excluyendo aquellos conceptos homógrafos, es decir, coincidentes en escritura y pronunciación pero con distintos significados y etimologías. Considerando lo anterior, dentro de las 7 notas de prensa se encontró 144 menciones de alguna de las palabras clave expuestas.

Por lo anterior, la palabra con mayor número de menciones fue “Sustentabilidad” con 54 (34,4%) y “Sustentable” con 40 menciones (25,5%), llegando entre ambas a 95 apariciones totales en el periodo de estudio. Esto representa al 59,9% de las menciones totales como se aprecia en la figura 1.

Figura 1

Porcentaje de presencia por palabra clave entre 2019 y 2022



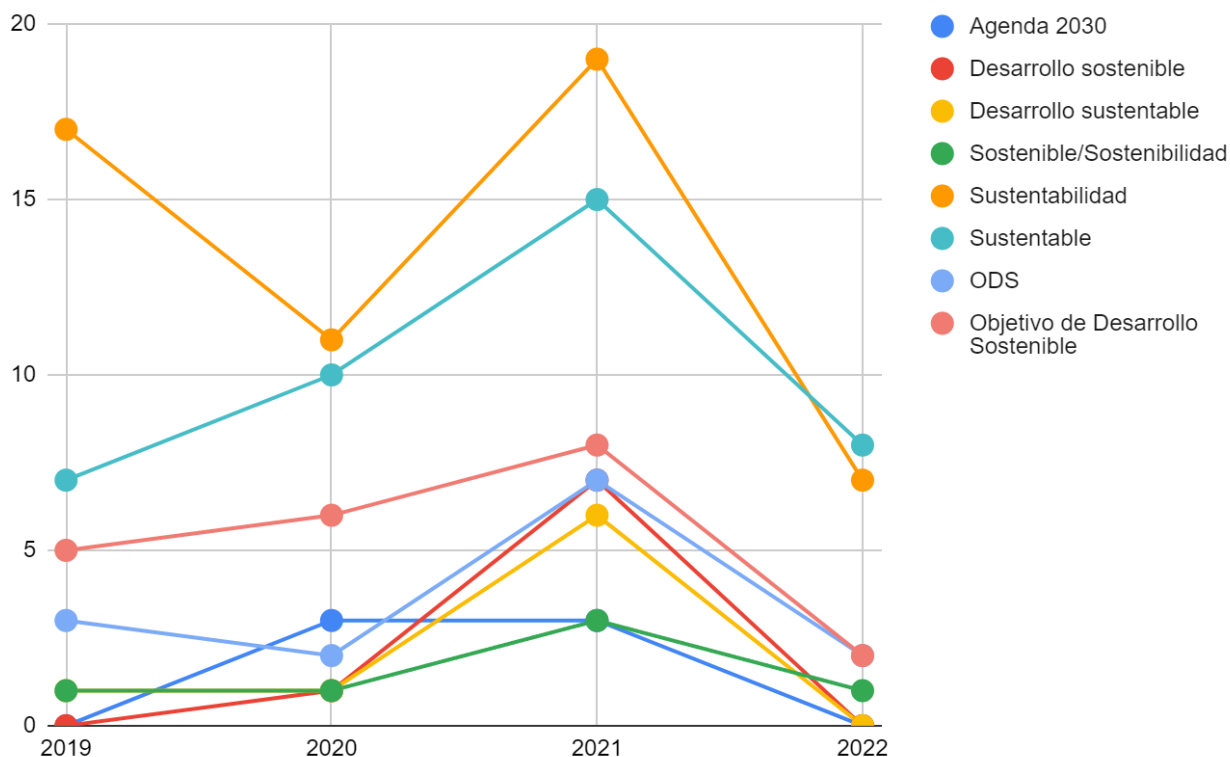
En el tercer puesto, se ubica la palabra “Objetivo/s de Desarrollo Sostenible” (ODS) con 22 apariciones, es decir un 15,3%. Por su parte, desarrollo sostenible y desarrollo sustentable poseen la misma cantidad de menciones (8), con un 5,6% durante los cuatro años de estudio.

Finalmente sostenibilidad/sostenible y Agenda 2030, obtienen cada una 4,2% del total, significando que entre 2019 y 2022 solo se mencionaron 6 veces.

Dicho esto, en 2019 se publicó un total de 21 notas con las palabras clave, en 2020 hubo un total de 13 publicaciones, mientras que en 2021 la cantidad ascendió significativamente a 29 notas. Finalmente, el 2022 fueron 11 notas las que incluyeron las palabras clave. En consideración a este dato, se estimó que no existe un crecimiento exponencial considerable del uso de palabras clave, más bien, estas son proporcionales a la cantidad de notas publicadas, como se aprecia en la figura 2.

Figura 2

Evolución de presencia por palabra clave entre 2019 y 2022



Sin embargo, entre 2019 y 2020 existió un leve incremento de las palabras Sustentable, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Desarrollo Sostenible y Agenda 2030 a pesar de que la cantidad de notas anuales era de 21 en 2019 y 13 en 2020.

Con respecto al objetivo específico 2, también se consideró la mención directa de los 17 ODS en las notas de prensa, con el fin de comparar con los ODS destacados por el *The Impact Ranking*. La importancia de estudiar la mención de los ODS en las publicaciones se debe a que el *Ranking THE* evalúa a las Universidades en torno a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible en cuatro áreas amplias: investigación, administración, divulgación y enseñanza.

Es por ello, que es importante que la Universidad comunique las acciones que realiza en esta materia. Para ser medidos, la Universidad debe enviar la información solicitada, la cual se evaluará de acuerdo con la siguiente metodología:

La puntuación general se genera a partir de la puntuación del ODS 17 (con un valor de hasta el 22 % de la puntuación general), más los tres ODS más fuertes para los que proporcionaron datos (cada uno con un valor de hasta el 26 % de la puntuación general). Los puntajes para cada ODS se basan en una serie de métricas. Cada métrica tiene un tema y puede estar compuesta por indicadores individuales (*Impact Rankings*, 2022).

Para la correcta evaluación, la universidad debe presentar datos de al menos 4 ODS de los 17 declarados por la ONU, siendo el ODS 17 un requisito obligatorio para analizar.

Considerando lo anterior, en la tabla 6 se aprecia los ODS destacados por el *The Impact Ranking* entre 2019 y 2022.

Tabla 6

Objetivos de Desarrollo Sostenible destacados por The Impact Ranking

| Año | ODS destacado | ODS destacado | ODS destacado | ODS destacado |
|------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 2019 | ODS 4 | ODS 5 | ODS 3 | ODS 17 |
| 2020 | ODS 8 | ODS 16 | ODS 5 | ODS 17 |
| 2021 | ODS 9 | ODS 8 | ODS 16 | ODS 17 |
| 2022 | ODS 5 | ODS 8 | ODS 9 | ODS 17 |

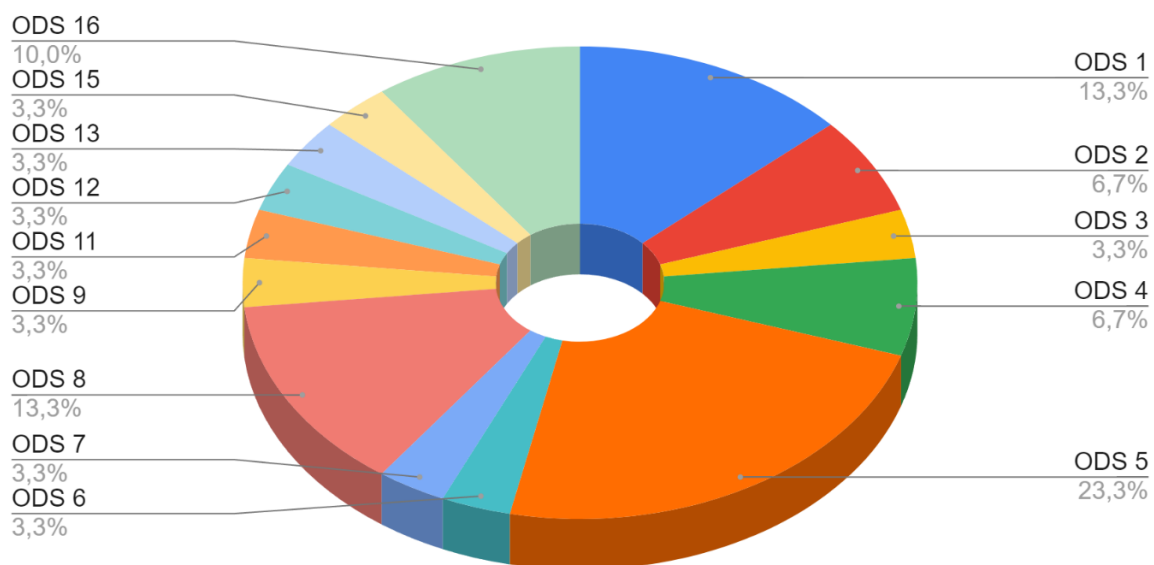
Nota: El número de ODS corresponde los siguientes nombres: ODS 3 “Salud y bienestar”, ODS 4 “Educación de calidad”, ODS 5 “Igualdad de género”, ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, ODS 9 “Industria, Innovación e Infraestructura”, ODS 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas” y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos”.

En total, los Objetivos de Desarrollo Sostenible alcanzaron las 30 menciones. De ellos, el ODS con mayor número de menciones fue el ODS 5 “Igualdad de género”. Los segundos, fueron el ODS 1 “Fin de la Pobreza” y el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” obteniendo

4 menciones cada uno durante el 2019-2022. De esta forma, el ODS 5 representa el 23,3% de las menciones totales, mientras que el ODS 1 y ODS 8 representan un 13,3% respectivamente (Figura 7).

Figura 7

Gráfico de presencia de ODS entre 2019 y 2022

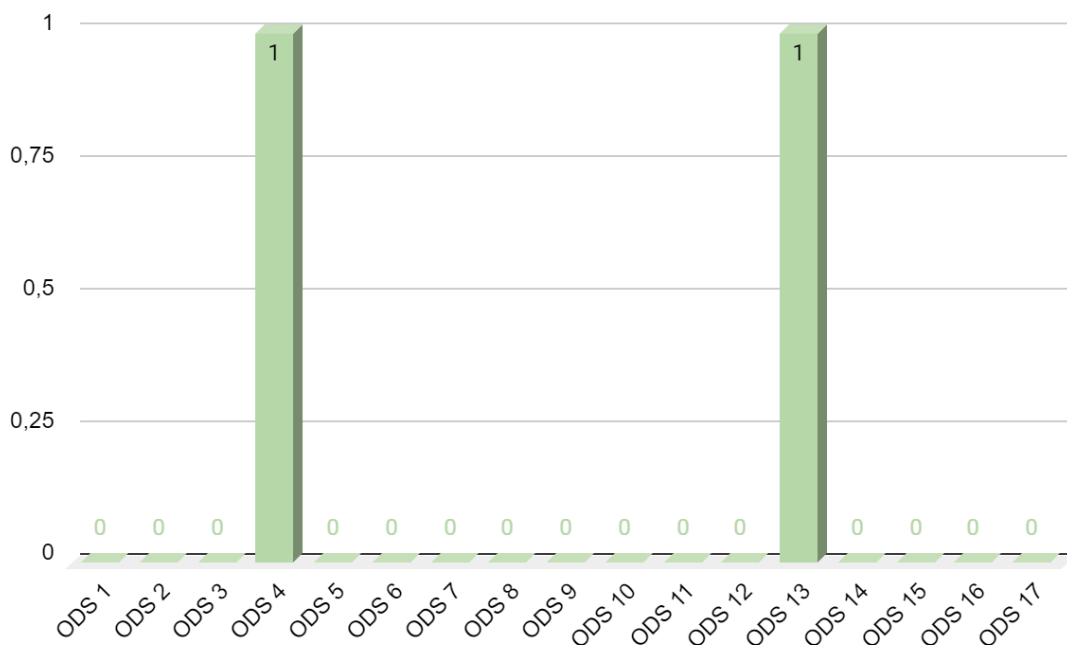


El ODS 16, ocupa el 10,0% con 4 de las menciones totales. El ODS 4, obtiene el 6,7% de menciones totales. Finalmente, el ODS 15, ODS 13, ODS 12, ODS 11, ODS 9, ODS 7, ODS 6 y ODS 3 alcanzan el 3,3% respectivamente con una mención cada uno. Por su parte, el ODS 10, ODS 14 y ODS 17 no tuvieron ninguna mención directa en los cuatro años de estudio.

Considerando la aparición por año, en 2019 la UC destacó en *The Impact Ranking* con los siguientes ODS: ODS 4, ODS 5, ODS3, ODS 17. De ellos, solo el ODS 4 fue mencionado una vez (Figura 8).

Figura 8

Gráfico sobre menciones de ODS en 2019

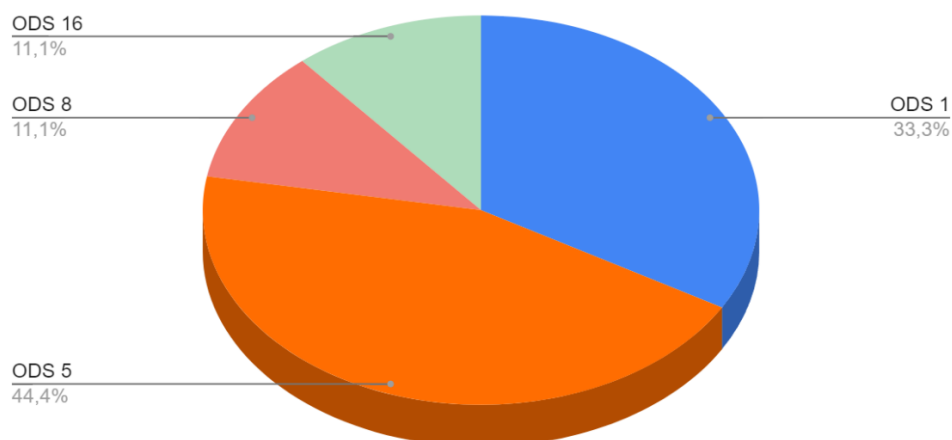


En 2019, también se menciona el ODS 13 “Acción por el Clima”, pero este no es parte de los ODS destacados.

En 2020 la Universidad lideró el Ranking y con ello, los ODS destacados fueron: ODS 8, ODS 16, ODS 5, ODS 17. De ellos, el ODS 5 fue mencionado cuatro veces. Mientras que el ODS 8 y 16 una vez. Además integra la lista el ODS 1 con tres menciones (Figura 9).

Figura 9

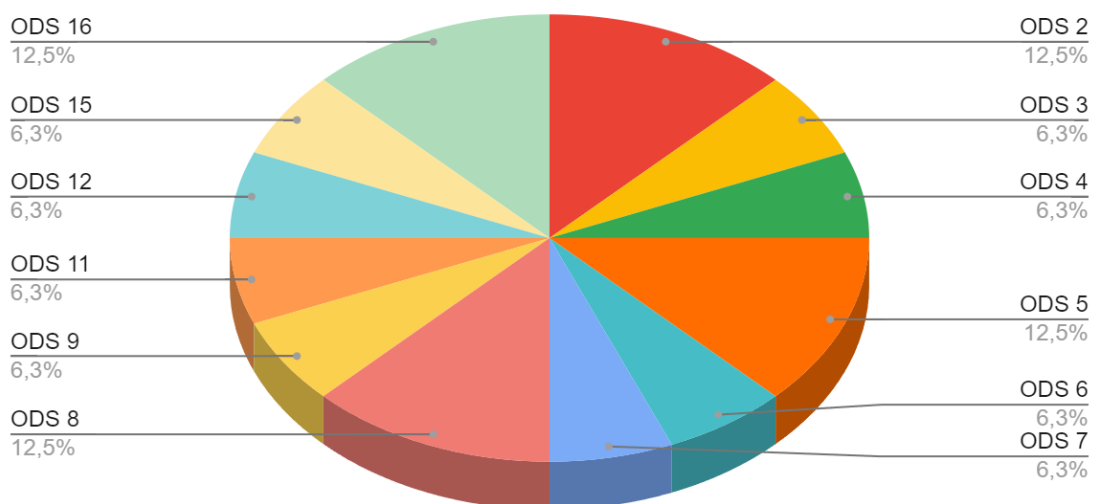
Gráfico sobre menciones de ODS en 2020



En 2021 la Universidad obtuvo el segundo lugar y los ODS destacados por el *Impact Ranking* fueron los siguientes: ODS 9, ODS 8, ODS 16, ODS 17. Del total de menciones (16), el ODS 8 y ODS 16 fueron mencionados dos veces durante este periodo (12,5%), mientras que el ODS 9 una vez (6,3%) (Figura 10).

Figura 10

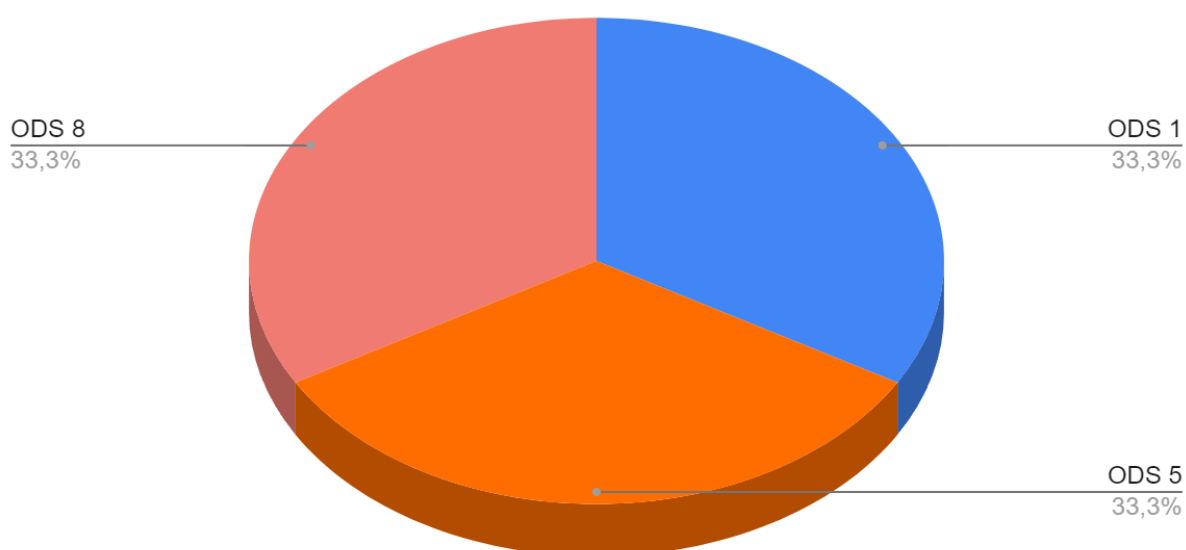
Gráfico sobre menciones de ODS en 2021



Finalmente, en 2022 la UC, obtuvo nuevamente el segundo lugar, y en la oportunidad los ODS destacados fueron: ODS 5, ODS 8, ODS 9 y ODS 17. De ellos, el ODS 5 y ODS 8 fueron mencionados una vez durante el periodo. Adicionalmente se menciona una vez, el ODS 1 (Figura 11).

Figura 11

Gráfico sobre menciones de ODS en 2022



Para el objetivo 3, el parámetro estudiado fue la participación de las facultades de la Pontificia Universidad Católica de Chile en las notas publicadas a través de la mención directa. Esto para conocer el grado de involucramiento de las distintas áreas de estudio en las acciones comunicadas por la Dirección de Sustentabilidad.

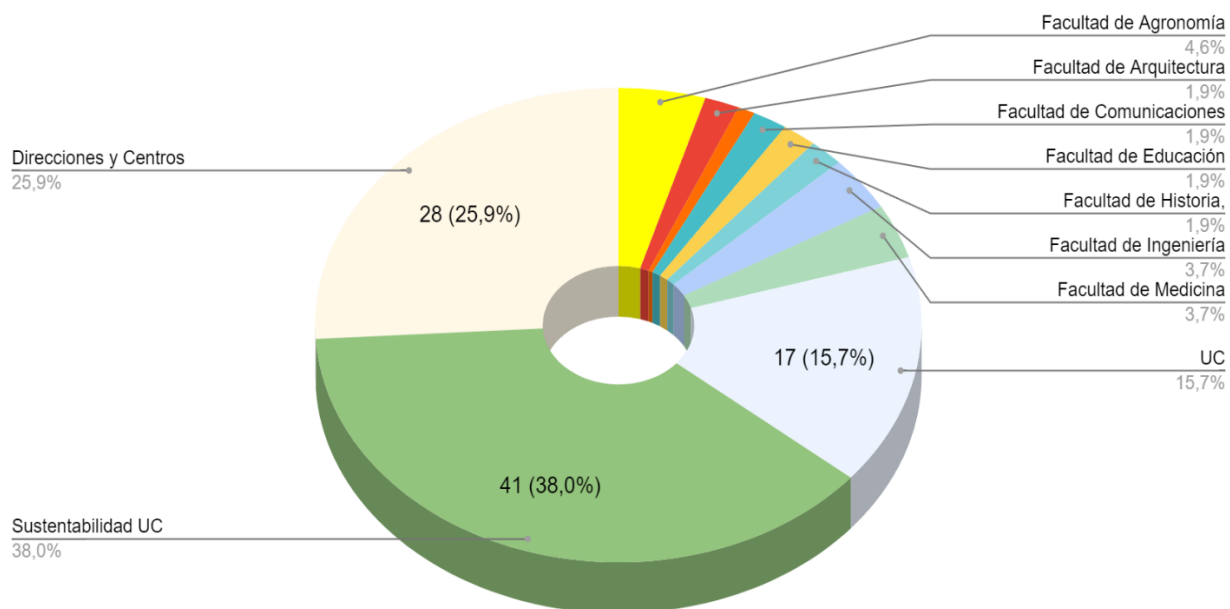
La UC se compone de 18 facultades, estas son: Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Facultad de Artes, Facultad de Ciencias Biológicas, Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Comunicaciones, Facultad de Derecho, Facultad de Economía y Administración, Facultad de Educación, Facultad de Filosofía, Facultad de Física, Facultad de Historia, Geografía y Ciencia Política, Facultad de Ingeniería, Facultad de Letras, Facultad de Matemáticas, Facultad de Medicina, Facultad de Química y de Farmacia y la Facultad de Teología.

Cada una de ellas se integró como categoría de análisis en el apartado “Facultades”. Asimismo, se consideró dentro del apartado, la categoría “UC” que da cuenta de actividades relacionadas a las autoridades de la universidad, principalmente rectoría. Además se consideró a “Sustentabilidad UC”, que responde a la participación de la Dirección de Sustentabilidad en las notas de prensa. Finalmente, para conocer la participación de las Direcciones y Centros pertenecientes a las vicerrectorías se implementó la categoría de “Direcciones y Centros”.

Ahora bien, del total de notas (74), 62 contienen menciones sobre “Facultades”, “UC”, “Sustentabilidad UC” y “Direcciones y Centros”. Es decir, 12 notas no contienen dentro de su cuerpo menciones directas, ni se vinculan con alguna de las categorías en estudio. Respecto al porcentaje de menciones totales (62) la Dirección de Sustentabilidad representa más de un tercio de presencia en las notas publicadas, como se aprecia en la Figura 12.

Figura 12

Porcentaje de menciones por facultad entre 2019 y 2022



A su vez, las “Direcciones” y Centros representan al 25,9% llegando a un total de 28 menciones durante los 4 años. Finalmente, la “UC” fue mencionada 17 veces, llegando entre las tres a un 79,6%, dejando a las facultades por debajo del promedio.

De esta forma el 20,4% restante se reparte entre 8 de 18 facultades. En este caso, la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal lidera con 5 menciones en los cuatro años de estudio, representando apenas el 4,6%. Las facultades de Ingeniería y Medicina, en cambio, suman un total de 4 publicaciones cada una, representando el 3,7% de las publicaciones. Mientras que la Facultad de Educación, Facultad de Historia, Geografía y Ciencia Política, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbano y Facultad de Comunicaciones con 2 menciones representan solo el 1,9% cada una durante los cuatro años de estudio.

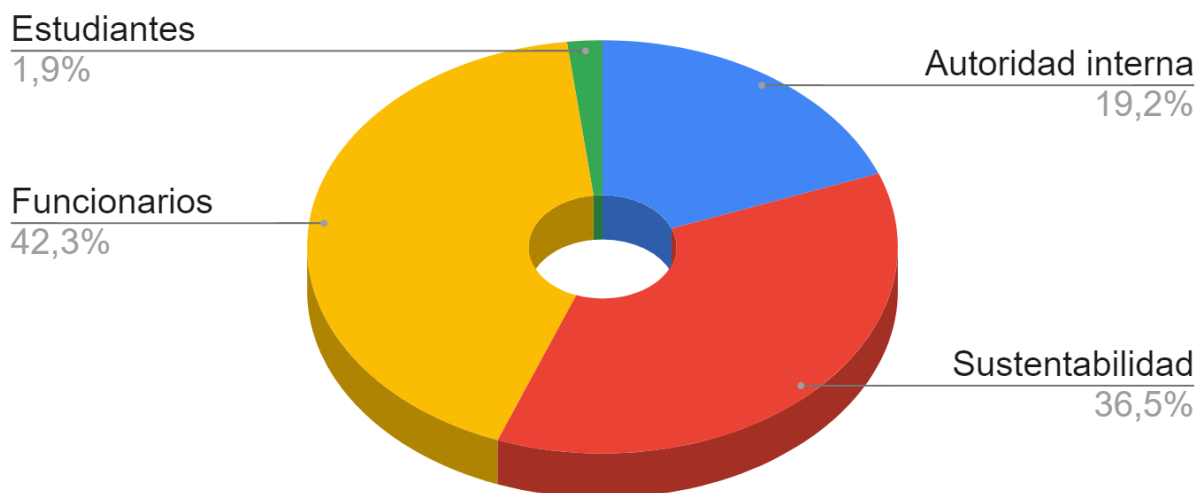
Finalmente, para dar cumplimiento al objetivo 4 se analizó las declaraciones (citas) directa o indirecta de los grupos de interés declarados por la UC en su Reporte de Sustentabilidad 2018-2019. En dicho documento la Universidad encasilla a sus grupos de interés internos como “Comunidad Universitaria” en los cuales se encuentran los estudiantes, académicos, autoridades, profesionales, administrativos y exalumnos. Aunque para efectos de este análisis se decidió unir a los administrativos con los profesionales en un apartado denominado “Funcionarios”. Además, se añadió a la Dirección de Sustentabilidad como un apartado anexo denominado “Sustentabilidad”. Asimismo, se clasificarán las declaraciones de las autoridades internas, principalmente rectoría dentro del apartado “Autoridades internas”.

En ese sentido, del total de publicaciones (74) existen 52 declaraciones directas o indirectas emitidas por los grupos de interés. Lo anterior, no es sinónimo de que existan 52 notas con declaraciones, pues este dígito indica estrictamente la variedad de fuente en todas las notas. Esto quiere decir que, dentro de una misma nota pueden existir más de una declaración de distintos grupos de interés. Pues del total de publicaciones (74), sólo 36 tienen declaraciones.

Ahora bien, los funcionarios son quienes lideran las declaraciones con un 42,3% en los cuatro años, lo que equivale a 22 declaraciones. En segundo lugar, se posiciona la Dirección de Sustentabilidad con un 36,5% de las declaraciones, es decir 19 menciones (Figura 13).

Figura 13

Porcentaje de declaraciones de los grupos de interés entre 2019 y 2022



Las autoridades, por su parte, cuentan con un 19,2% de declaraciones en las notas (10). Finalmente, los estudiantes se posicionan por debajo de la media con un 1,9% de declaraciones, lo que indica que dentro de las 74 publicaciones, sólo 1 contiene una declaración por parte de un estudiante. Mientras que los exalumnos no presentan ninguna declaración durante 2019-2022.

VII. CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones de la investigación a partir de los resultados previamente expuestos.

Acerca de las notas publicadas en el micrositio de la Dirección de Sustentabilidad, se logra concluir de manera general que la Universidad realiza activamente acciones para aportar en materia de sustentabilidad. Lo anterior, se refleja en la creación de una Dirección especializada, como la Dirección de Sustentabilidad, en los reportes de sustentabilidad y en su adhesión en el *Impact Ranking*, del *Ranking THE* que mide el grado de implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 en las universidades.

Este punto, también se consolida con el lenguaje que han adaptado. Tal y como se analizó, “sustentabilidad” y “sustentable”, son las palabras con mayor frecuencia con un porcentaje de 65,3% del total de menciones, lo que da cuenta de un lenguaje común al momento de redactar las notas de prensa. A su vez, este lenguaje común, favorece la creación de una identidad así como su difusión.

Por otra parte, el estudio encontró que existe incoherencia en la comunicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las notas de prensa, ya que la mayoría de los ODS mencionados no corresponden a los ODS mejor evaluados según *Impact Rankings*. Este hallazgo responde explícitamente parte de la hipótesis del presente estudio.

Estrictamente el ODS mejor evaluado durante los cuatro años fue el ODS 17 sobre Alianzas para lograr los objetivos, el cual es obligatorio declarar. Pese a esta medida durante el periodo de análisis no se registraron menciones al ODS 17. Siguiendo con los ODS mejor evaluados, le sigue el ODS 5 y ODS 8, estos son los ODS con mayor número de menciones con 23,3% y 13,3% respectivamente. Si bien la cifra se incrementó considerablemente el 23,3% corresponde solo a 7 menciones durante los cuatro años de estudio, es decir que en comparación al total de notas, las menciones del ODS 5 solo llegan a un 5,18% de las 74 notas de prensa publicadas.

En cuanto a las facultades mencionadas, se presenta una gran oportunidad para la Dirección de Sustentabilidad de incorporarlas en sus notas de prensa, por ejemplo, destacado

iniciativas de estudiantes o avances en materia de sustentabilidad realizadas por dichas facultades. Esta oportunidad se presenta gracias a la baja cantidad de menciones de facultades en comparación de las menciones de la misma Dirección de Sustentabilidad, las Direcciones y Centros y las Autoridades. Pues las 18 facultades, representan solo un 20,4% de las apariciones en las notas. Mientras que los “Funcionarios” como profesores y académicos representan más del 40% de las menciones.

Por otra parte, la baja cantidad de apariciones de las facultades en las notas de prensa (20,4%) en comparación a las apariciones de “Sustentabilidad UC”, “Direcciones y Centros” y “UC”, podría generar en quien lee, la sensación de que no se están realizando acciones en materia de sustentabilidad con los estudiantes. Si no, más bien que las actividades se estancan en lo administrativo.

Ahora bien, el estudio reveló que las facultades con mayor número de menciones fueron la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal (5 menciones), la Facultad de Ingeniería (4 menciones) y la Facultad de Medicina (4 menciones). Estos hallazgos apoyan la hipótesis propuesta en el estudio de que existe una alta posibilidad de menciones de carreras de ingeniería debido al enfoque técnico de la disciplina en la resolución de problemas de sostenibilidad.

En cuanto a los grupos de interés, estos se presentan en las notas de prensa de manera dispar. Por su parte, los estudiantes, quienes son un grupo de interés prioritario para la universidad presentaron solo una declaración durante los cuatro años de estudio, representando apenas un 1,9% de las declaraciones totales. La baja participación de los estudiantes se contrapone con la declaración de la Dirección de Sustentabilidad sobre “vivir y contagiar la sustentabilidad en todo el quehacer institucional”. Este hecho, representa una gran oportunidad de mejora para incluir a los estudiantes dentro de sus notas de prensa, así se podrá generar y contribuir a la generación de jóvenes agentes de cambio. CITA LEÓN.

Con respecto a las limitaciones, una de las que se presentó fue la presencia de palabras homógrafas dentro de las notas prensa, es decir, escritas y pronunciadas exactamente igual a otras pero con significados y etimologías distintas (Oxford, s.f.). En una primera etapa, eso

invalidó la muestra inicial, debiendo recurrir a la elaboración de un libro de códigos para considerar únicamente aquellos conceptos adecuados al objetivo del estudio.

Los resultados de la presente investigación proporcionan información para implementar estrategias que comuniquen sostenibilidad en universidades. Además, el estudio busca destacar la importancia de la comunicación estratégica en la implementación de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como la importancia de considerar a los estudiantes en las políticas comunicativas y establecer un lenguaje común.

Gracias al análisis, se logró conocer los principios y elementos de los que se componen las notas de prensa de la Dirección de Sustentabilidad, por lo tanto, se destaca la creación de un micrositio exclusivo para comunicar la sustentabilidad, pero que necesita que la comunicación se convierta en una prioridad para la implementación y difusión de los ODS

Siglas y abreviaturas

CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe

CRUCH - Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas

E3M - European Indicators and Ranking Methodology for University Third Mission

GRI - Global Reporting Initiative

ISO - Organización Internacional para la Estandarización (International Standards Organization)

ODM - Objetivos del Milenio

ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible

ONU - Organización de Naciones Unidas

PUCV - Pontificia Universidad de Valparaíso

RAE - Real Academia Española

RS - Responsabilidad Social

RSU - Responsabilidad Social Universitaria

UA - Universidad Autónoma de Chile

UC - Pontificia Universidad Católica de Chile

UCSC - Universidad Católica de la Santísima Concepción

UDP - Universidad Diego Portales

UNAB - Universidad Andrés Bello

UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación

URSULA - Unión de Responsabilidad Social *Universitaria Latinoamericana*

UTALCA - Universidad de Talca

WWW - *World Wide Web*

Referencias bibliográficas

- Abad, K., Orozco, W., Torres, W. y González, A. (2015). Modelo de web semántica para universidades. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 3(106-115).
<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/78/pdf>
- Acosta, J. (2013). La tercera misión de las universidades y la responsabilidad social universitaria. *Aglala*, 4(1), 113–122. <https://doi.org/10.22519/22157360.735>
- Acuña, A. (2012). La gestión de los stakeholders Análisis de los diferentes modelos. Encuentro Regional Zona Sur Adenag. Trelew. En RIDCA. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4441>
- Alonso, J. (2008). El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*,(5). <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/33488/El%20sitio%20web%20como%20unidad%20basica%20de%20informacion%20y%20comunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez Herrero, J. y Roig Vila, R. (2019). Las páginas web de los centros educativos. Análisis de la situación actual en la Comunidad Valenciana. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 50, 129–147. <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.50.129-147>
- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido; una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Argandoña, A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común. Universidad de Navarra.
- Arias, F., y Covinos, T. (2019). *Diseño y metodología de la investigación*. Publicaciones Universidad de Córdoba.
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting Eirl.

- Burgos, C., (2018). La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 47-59. <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04>
- Campbell, M. (2003). *Revenge of the Mininet*. <http://www.infolex.ee/images/Photoshop/revenge3.pdf>
- Cancillería de Colombia. (s. f.). *Antecedentes de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible Cancillería*. Gov.co. <https://www.cancilleria.gov.co/rio/acerca>
- Carrascal, S., Ceballos, I., y Mejías, J. (2019). Retos de la educación como agente y paciente de los cambios socioculturales. *Prisma Social*, 25, 424-438. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2721/3176>
- Carrera, F. (2013). *Comunicar 2.0 El Arte de Comunicar Bien en el Siglo XXI* [Libro electrónico]. Profit. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tv2_nO6T6-sC&oi=fnd&pg=PT7&dq=comunicar+bien+&ots=niKic9nomJ&sig=q0DgXnGljwuTaDjvSAkJLgniJ2w#v=onepage&q=comunicar%20bien&f=false
- Carrión, A. (2018). Una Universidad Socialmente Responsable. In G. M. L. Quintero & F. M. D. Sánchez (Eds.), *Responsabilidad Corporativa: Una mirada integral en América Latina* (pp. 11-22). Cali: Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10841/Responsabilidad%20social%20corporativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carvajal, Carlos Máñez. (2020). Evaluación de accesibilidad web de las universidades chilenas. *Formación universitaria*, 13(5), 69-76. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000500069>
- Casaban, E. (2001). *XIIIè Congrès Valencià de Filosofia*. 4(934). Arts Gràfiques Soler, S. L.
- Castells, M. (1996). *El surgimiento de la sociedad de redes*. Capítulo 5, 327-364. <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/1091.pdf>

- Cepal, N. U. (2016, 20 mayo). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40155.4>
- Cepal. (s. f.). *Acerca de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible | Static Page | Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/acerca-la-agenda-2030-desarrollo-sostenible>
- Chuaqui, B. (2002). Acerca de la historia de las universidades. *Revista chilena de pediatría*. 73(6), 563-565. <http://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062002000600001>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2018). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155.4/S1700334_es.pdf?sequence=18&isAllowed=y
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.) *Objetivos del Desarrollo del Milenio*. <https://www.cepal.org/es/temas/objetivos-de-desarrollo-del-milenio-odm/objetivos-desarrollo-milenio>
- Contreras, E. (2012). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007
- De Aguilera Moyano, M., Farias Batlle, P., y Baraybar Fernández, A. (2012). La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8(2), 90-124. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.248>
- Doe, J. (2020). *Internet y su impacto en la educación superior*. *Revista de Investigación Universitaria*, 15(2), 78-95.
- Fernández, J. (2009). Edward Freeman y la teoría de los «Stakeholders» o Grupos de Interés. *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 85, 48–50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2960272>

- Fondo para los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (s.f.). De los ODM a los ODS. Recuperado el 23 de agosto de 2021, de <https://www.sdgfund.org/es/de-los-odm-los-ods>
- Freeman, R. (2010) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Gaete, R. (2011). La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la educación superior: El caso de España. *Revista de educación*, 355, 109–133. http://www.revistaeducacion.educacion.es/re355/re355_05.pdf
- Gaete, R. (2012). Gobierno universitario pluralista. Una propuesta de análisis desde la teoría de los stakeholders. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 9(2), 115–129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4610879>
- Gamez, M. J. (2022). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- García Caballero, S., y Herranz de la Casa, J. M. (2021). La Agenda 2030 en las universidades españolas: la estrategia comunicativa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socioecológica*, 4(1). <https://doi.org/10.33776/riesise.v4i1.5246>
- García, M. (2018). UNIVERSIDAD y MEDIOS SOCIALES. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA. *Revista Prisma Social*, 22, 20–36. <https://core.ac.uk/download/pdf/304888499.pdf>
- García, M. (2018). Universidad y medios sociales. gestión de la comunicación en la universidad española. *Revista Prisma Social*, 22, 20–36. <https://core.ac.uk/download/pdf/304888499.pdf>
- García-Caballero, E. y Herranz-de la Casa, J. M. (2021). *Universidades y ODS: el papel de la universidad en la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible*. *Revista de Educación Superior*, 50(1), 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2021.03.001>

- Garrido, J. (2017). Comunicación estratégica. https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estragica_FJ_Garrido_M
- Gil, F. (2013). La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva ambiental: universidad y desarrollo sustentable [Tesis de Maestría en Administración, Universidad Nacional Autónoma de México]
- Gómez, F. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es
- González, C., Ico, D., y Murillo, G. (2022). Integración de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) para el cumplimiento de la agenda 2030 en las universidades públicas colombianas. *Formación Universitaria*, 15(2). <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000200053>
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 17, 205–224. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=291122924002>
- González-Campo, C. H. (s. f.). Integrating of sustainable development goals (SDG) for the fulfillment of the 2030 agenda in Colombian public universities. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062022000200053&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Henríquez, G. (2021). *La Responsabilidad Social Universitaria desde el aprendizaje organizacional: el caso de una Universidad en Colombia*. [Tesis de Doctorado, Universidad del Norte]
- Hernández, S. y Duana-Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. *Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed). McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed). McGraw-Hill.
- Houssay, B. (1947). Función social de la universidad. <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL000112.pdf>
- Leal, A. y Quero, M. (2011). *Manual de Marketing y Comunicación cultural*. Cádiz: Universidad de Cádiz. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/238>
- León, N., Castellanos, M., Curra, D., Cruz, M., y Rodríguez, M. (2019). Investigación en la Universidad de Holguín: compromiso con la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. *Revista investigativa en educación*, 19(1), 01–28. <https://doi.org/10.15517/aie.v19i1.35699>
- López Cepeda, Ismael and Mañas Viniegra, Luis (2019) *La visibilidad en Internet de las instituciones universitarias: un enfoque metodológico*. *Comunicación y Métodos*. <https://pactoglobal.cl/2019/la-relacion-entre-las-empresas-y-los-ods/>
- Madroñero, G. Y Capriotti, P. (2018). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VIII, Nº 16, 171- 186 de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-10-171-186>.
- Martín, F. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. *Correspondencias & Análisis*, (1), 101-114. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.07>

- Martínez, M. (2006). Formación para la ciudadanía y educación superior. *Revista Iberoamericana de educación*, 42, 85–102. <https://rieoei.org/historico/documentos/rie42a05.pdf>
- Medina, D. (2018). El rol de las universidades peruanas frente a la investigación y el desarrollo tecnológico. *Propósitos y Representaciones*, 6(2), 703-720. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2018.v6n2.244>
- Morder, A. y Florensa, P. (2017). *Marketing digital: Healthcare*. Ibukku.
- Mozilla (s.f). *World Wide Web*. https://developer.mozilla.org/es/docs/Glossary/World_Wide_Web
- Naciones Unidas (2015). *Objetivos y metas de desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
- Naciones Unidas (2012). The future we want: Outcome document of the United Nations Conference on Sustainable Development adopted. Rio de Janeiro: United Nations.
- Naciones Unidas (2014) El camino hacia la dignidad para 2030: acabar con la pobreza y transformar vidas protegiendo el planeta. Nueva York: United Nations
- Naciones Unidas. (2023). Una vida digna para todos. https://agenda2030.mx/docs/doctos/VidaDigna_es.pdf
- Naciones Unidas. (s.f.). Agenda 21. <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/index.htm>
- Naval, C. y Ruiz-Corbella, M. (2012). Aproximación a la responsabilidad social universitaria: la respuesta de la universidad a la sociedad. Bordón. *Revista De Pedagogía*, 64(3), 103–115. <https://recrojasyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/22053>
- Núñez, B., Calvo, R., y Álvarez, J.M. (2015). Los proyectos de cooperación: una actividad de tiempo libre de alumnos universitarios. *Pedagogía Social: Revista Interuniversitaria*, 25, 201-220. doi:10.7179/PSRI_2015.25.9
- Pérez-Montoro, Mario (2014). Políticas universitarias de difusión de la información a través de la propia web institucional. *El profesional de la información*, 23(2) 190-194. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.12>

Pontificia Universidad Católica de Chile. (2019). Estatutos generales. <https://secretariageneral.uc.cl/documento/normas-generales/249-estatutos-generales-de-la-pontificia-universidad-catolica-de-chile/file>

Pontificia Universidad Católica de Chile. (2022). Ranking QS mundial reconoce nuevamente a la UC como la mejor universidad de Chile. <https://www.uc.cl/noticias/ranking-qs-mundial-reconoce-nuevamente-a-la-uc-como-la-mejor-universidad-de-chile/>

Pontificia Universidad Católica de Chile. (s.f.). Nuestra historia. <https://www.uc.cl/universidad/nuestra-historia/>

Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3). <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Ramos-Galarza, C. (2020). Los Alcances de una investigación, *CienciAmérica*, 9(3) 1–6. doi: 10.33210/ca.v9i3.336.

Real Academia Española. (s.f.). Universidad. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 12 de febrero de 2022, de <https://dle.rae.es/universidad>

Red de Campus Sustentable (2020). *La Red*. <https://www.redcampussustentable.cl/la-red/#:~:text=Entendemos%20la%20sustentabilidad%20como%20una,en%20el%20planeta%20para%20siempre>

Red de Campus Sustentable (s.f) *La Red*. <https://www.redcampussustentable.cl/la-red/>

Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible. (2017). *Cómo empezar con los ODS en las universidades*. <https://reds-sdsn.es/wp/wp-content/uploads/2017/02/Guia-ODSUniversidades-1800301-WEB.pdf>

Ríos, E., Páez, H. y Barbos, J. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

- Rojas, Canal, Córdoba. (2018) La tercera misión de la universidad: evolución y diversas actividades. XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2018/11.02.pdf>
- Rojas, N., y Madero, S. (2018). La responsabilidad social corporativa contexto histórico y relación con las teorías administrativas. *ConCiencia Tecnológica*, 55, 29–38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839145>
- Ruiz, A. (2021). El análisis cualitativo básico: El análisis de contenido [Archivo PDF]. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El_contenido_su_analisis_2021.pdf
- Ruiz, B. (2021). *El contenido y su análisis: enfoque y proceso*. Universitat de Barcelona. <http://hdl.handle.net/2445/179232>
- Ruiz-Corbella, M. y López-Gómez, E. (2019). La misión de la universidad en el siglo XXI: comprender su origen para proyectar su futuro. *Revista de la educación superior*, 48(189), 1-19. Epub 2019. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602019000100001&lng=es&tlng=es
- Sainz-Borgo, J. (2020). *Los Objetivos de Desarrollo Sustentable y la Agenda 2030 desde una perspectiva jurídica internacional*. Thomson Reuter Aranzadi, Fundación UAX.
- Sanahuja, J. y Tezanos, S. (2017). "Del milenio a la sostenibilidad": retos y perspectivas de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. *Política y Sociedad*, 54(2), 521-543. <https://doi.org/10.5209/POSO.51926>
- Sustainable Development Goals Fund (s.f). *Objetivos del Desarrollo del Milenio*. <https://www.sdgfund.org/es/de-los-odm-los-ods>
- Sustentabilidad UC (2023). Historia. <https://sustentable.uc.cl/direccion-de-sustentabilidad/nuestra-historia>

- Times Higher Education (2022). *Impact Ranking*.
<https://www.timeshighereducation.com/impactrankings>
- Times Higher Education (THE). (2020). *Impact Rankings 2020*.
https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/2020/overall#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/undefined
- Unesco. (2022, 1 julio). *Education transforms lives*. <https://www.unesco.org/en/education>
- URSULA. (2020). *Definición RSU | URSULA*. <https://unionursula.org/nosotros/definicion-rsu/>
- Vallaey, F. (2016). *Introducción a la Responsabilidad Social Universitaria* (21.ª ed., Vol. 176). Ediciones Universidad Simón Bolívar.
<https://www.unisimon.edu.co/showimagen/showpdf/servicios/IntroduccionResponsabilidadSocialUniversitariaRSU.pdf>
- Vallaey, F. y Álvarez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XX1*, 22(1), 93-116, doi: 10.5944/educXX119442
- Vallaey, F., de la Cruz, C., y Sasía, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria Manual de primeros pasos* (1.ª ed., Vol. 823). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Responsabilidad-social-universitaria-Manual-de-primeros-pasos.pdf>
- Vargas, M. (2014). Educación para el desarrollo sostenible (EDS) un posicionamiento de jóvenes progresistas en América Central. *PERSPECTIVAS*, n°7. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/11121.pdf>
- Vásquez, F. (2014). La educación para el desarrollo sostenible: Una mirada crítica desde la teoría social. *Revista de Ciencias Sociales*, 20(1), 61-72.

- Veas, C. (2015). La Política y Gestión Comunicacional como aporte al desarrollo de la gestión institucional de las Universidades Chilena. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 5(9), 179-206. ISSN-e 2174-368
- Vives, T., y Hamui, L. (2021). La codificación y categorización en la teoría fundamentada, un método para el análisis de los datos cualitativos. *Investigación educ. médica*, 10(40), 97-104. <https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.40.21367>
- Weiss, J. (2005). Introducción al análisis de los Grupos de Interés (Stakeholders) utilizando el razonamiento ético. *Revista de la Facultad de Derecho*, 135–156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1121764>
- Wittrock, B. (1991). States, Institutions, and Discourses: A Comparative Perspective on the Structuration of the Social Sciences. *Sociology of the Sciences Yearbook*, 15, 331-357.
- Zarta Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, (28), 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>

Anexos

Figura 2

Matriz de datos por palabras clave

| Fecha | Titular | Facultad | Facultad de Agronomía e | Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios | Facultad de Artes | Facultad de Ciencias Biológicas | Facultad de Comunicaciones | Facultad de Derecho | Facultad de Educación | "Facultad de Historia, Geografía y Ciencia Política | Facultad de Ingeniería |
|------------|--|----------|-------------------------|---|-------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------|-----------------------|---|------------------------|
| 5/03/2019 | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26/08/2019 | Se dio inicio a nuevo ciclo de Charlas para la Sustentabilidad abierto a toda la comunidad | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |

Nota. Por motivos de espacio solo se consideró las categorías de análisis, más no todas las notas analizadas (74). Además se dividió por temática para facilitar la lectura de la tabla.

Figura 2

Matriz de datos por Objetivos de Desarrollo Sostenible

| Fecha | Titular | Palabras clave | Agenda 2030 | Desarrollo sostenible | Sostenibilidad | Sostenible | Desarrollo sustentable | Sustentabilidad | Objetivos de Desarrollo Sostenible | ODS |
|-----------|---|----------------|-------------|-----------------------|----------------|------------|------------------------|-----------------|------------------------------------|-----|
| 5/03/2019 | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | |
|------------|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26/08/2019 | Se dio inicio a nuevo ciclo de Charlas para la Sustentabilidad abierto a toda la comunidad | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|------------|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Nota. Por motivos de espacio solo se consideró las categorías de análisis, más no todas las notas analizadas (74). Además se dividió por temática para facilitar la lectura de la tabla.

Figura 2

Matriz de datos por ODS

| Fecha | Titular | Objetivos de Desarrollo Sostenible | ODS 1 | ODS 2 | ODS 3 | ODS 4 | ODS 5 | ODS 6 | ODS 7 | ODS 8 | ODS 9 | ODS 10 | ODS 11 | ODS 12 | ODS 13 | ODS 14 | ODS 15 | ODS 16 | ODS 17 |
|------------|--|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5/03/2019 | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26/08/2019 | Se dio inicio a nuevo ciclo de Charlas para la Sustentabilidad abierto a toda la comunidad | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Nota. Por motivos de espacio solo se consideró las categorías de análisis, más no todas las notas analizadas (74). Además se dividió por temática para facilitar la lectura de la tabla.

Figura 1*Matriz de datos por fuentes periodísticas*

| Fecha | Titular | Fuentes periodísticas | Autoridades académicas y administrativas | Funcionarios | Estudiantes | Sustentabilidad UC |
|------------|--|-----------------------|--|--------------|-------------|--------------------|
| 5/03/2019 | Arrancan Charlas Magistrales curso de Sustentabilidad SUS1000 | | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 26/08/2019 | Se dio inicio a nuevo ciclo de Charlas para la Sustentabilidad abierto a toda la comunidad | | 0 | 1 | 0 | 0 |

Nota. Por motivos de espacio solo se consideró las categorías de análisis, más no todas las notas analizadas (74). Además se dividió por temática para facilitar la lectura de la tabla.