

Innovación, comunicación y transformación social desde la universidad

Innovation, Communication and Social Transformation from University

María Virginia Bon Pereira
Universidad de Monterrey (UDEM)
Av. Ignacio Morones Prieto núm. 4500 Pte.,
C.P. 66238, San Pedro Garza García, N.L., México

maria.bon@udem.edu
<http://orcid.org/0000-0001-7627-6749>

Editor: Rogelio del Prado Flores

RESUMEN

Mediante el análisis cualitativo de un caso, se reporta una experiencia de transformación social por medio de estrategias de intervención en comunicación desde el ámbito universitario, dirigidas hacia pequeñas organizaciones que buscan el desarrollo económico y el posicionamiento en el mercado. El contexto del estudio está constituido por las personas que forman parte de una universidad, como estudiantes de comunicación, profesores de diversas áreas y emprendedores que son los futuros empresarios. Se concluye el éxito del proyecto en la medida en que la universidad logró un impacto social que contribuyó al desarrollo y la mejora con base en la innovación y responsabilidad social.

Palabras clave: innovación, comunicación, transformación social, educación superior, estrategias de intervención

ABSTRACT

Through the qualitative analysis of a case, an experience of social transformation is reported through intervention strategies in communication from the university environment, aimed at small organizations that seek economic development and market positioning. The context of the study is constituted by the people who are part of an university, as communication students, professors of diverse areas and entrepreneurs who are the future entrepreneurs. The success of the project is concluded to the extent that the university

achieved a social impact that contributed to the development and improvement based on innovation and social responsibility.

Keywords: innovation, communication, social transformation, higher education, intervention strategies

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se reporta una experiencia de transformación social por medio de estrategias de intervención en comunicación, desde el ámbito universitario, dirigidas hacia pequeñas empresas que buscan el desarrollo económico y el posicionamiento en el mercado. El contexto del estudio está constituido por las personas que forman parte de una universidad, como estudiantes de comunicación, profesores de diversas áreas y emprendedores que son los futuros empresarios.

Se analizan ciertos aspectos determinantes que conforman la comunicación organizacional, especialmente aquellos que refieren a la educación, la transformación social desde la ética y la responsabilidad social, mismos que se consideran elementos imprescindibles para que los estudiantes sean profesionales íntegros y que contribuyan como ciudadanos al bienestar de la Nación.

En esta investigación, la universidad como organización y las personas que la constituyen serán la materia prima de análisis, y el estudiante como investigador, así como los emprendedores que forman parte de los proyectos sociales, pero sobre todo las interacciones comunicativas entre todos los integrantes, serán las mínimas unidades que se describirán en el caso de estudio.

La descripción y valoración de la experiencia se realiza sobre la Teoría de la Comunicación Productiva de Abraham Nosnik (2013), así como desde la teoría ética de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) propuesta por Francois Vallaey (2014).

Desde el punto de vista metodológico, se realiza una descripción cualitativa de un caso de estudio que consiste en una experiencia de aprendizaje dentro y fuera del aula contribuyendo a la mejora de ciertas organizaciones en el área de comunicación y con base en la transformación y la responsabilidad social desde el ambiente universitario. Se indaga sobre cuáles son las formas en que la universidad puede contribuir al desarrollo social sin perder de vista la formación profesional e integral del estudiante.

Se concluye que se trató de una experiencia altamente positiva para todos los actores intervinientes, pues aportó elementos sustantivos de mejora con base en una investigación científica para las organizaciones, además de un aprendizaje altamente significativo para

los estudiantes, no sólo en su área específica de formación profesional, sino también en el área de responsabilidad social asociada a las ciencias de la comunicación y al entorno organizacional.

CONTEXTO Y NECESIDAD DE UNA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Si se considera a la universidad como emisora de ciertos mensajes y discursos, cabe preguntarse ¿qué aspectos relacionados a la RSU están presentes en dichos mensajes?, ¿qué está comprendiendo el estudiante y cómo está emitiendo una retroalimentación en la práctica?, ¿cómo se manifiestan en la vida estudiantil los aspectos de responsabilidad social o transformación social?, ¿cuál es el rol que juegan otros actores universitarios como los profesores?, ¿cuál es el rol que la universidad tiene en el desarrollo integral del estudiante asociado a la transformación social y a la responsabilidad social?, ¿qué aspectos de la comunicación organizacional universitaria se relacionan con la teoría de la comunicación productiva? Estas son algunas de las interrogantes que van surgiendo en el camino de explorar el rol de la universidad en la producción de conocimiento para la transformación y la responsabilidad social y que, además, contribuyan a la formación de profesionales jóvenes que impactarán el futuro del país.

De frente a estos interrogantes, es menester la pregunta por la función de la universidad como formadora de profesionales, para lo cual es necesario considerar los nuevos y complejos contextos actuales, en medio de los cuales la universidad funciona. Si bien desde sus comienzos la universidad surge con la misión de crear, desarrollar y proteger la verdad y el conocimiento (Castrillón, 1990; Neave & Van Vught 1994; Neave, 2001; Jiménez, 2007; González, 2010; Haskins, 2004), hoy en día es una organización que está atravesada por intereses y relaciones económico-políticas que, en muchos casos, determinan su destino, su quehacer y su posición dentro del contexto nacional e internacional (González, 2010; Carañana, 2012; Brunner, 2014).

En el último índice de Transparencia Internacional (2018), se muestra que cada vez son más los países que tienen corrupción, incluso que van empeorando en cuanto a su posición en el índice. Más de dos tercios de los 180 países que participan tienen altos índices de corrupción, posicionándose con menos de 50 puntos (donde 1 indica alto nivel de corrupción y 100 nada de corrupción o alto índice de transparencia). México no es la excepción, desde el año 2012 ha descendido seis lugares y, actualmente, se encuentra en el lugar 138 de 180 países evaluados, con una calificación de 28 sobre 100 puntos. Transparencia Internacional (2018) plantea que la falta de rendición de cuentas, la falta de transparencia, la ineficiencia

de las instituciones públicas, la criminalidad y la impunidad son aspectos que elevan la probabilidad de corrupción en un país.

Según datos del Foro Económico Mundial, México ocupa el lugar 51 de 138 países participantes, y los aspectos más determinantes para su mala calificación son: la corrupción, el crimen y la burocracia gubernamental. El rubro de Instituciones tuvo una puntuación de 3.3 (donde 7 es lo mejor y 1 lo peor); dentro de este rubro, el de Educación Superior y Entrenamiento fue calificado con 4.1 (en la misma escala), y a su vez, el subtema de Calidad en la Educación es el que sale peor situado con una puntuación de 3.5 sobre 7 (Foro Económico Mundial, 2016).

Desde 1996, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) tomó el tema de la *corrupción* como un tópico de interés internacional, y es a partir del año 2003 que todas las naciones quedan bajo el amparo de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (ONU, 2005), que proporciona el primer instrumento universal para combatir el crimen y la corrupción y que sirve de base para que cada país pueda generar políticas específicas al respecto. En este documento se plantea que la corrupción es una forma de delincuencia y desde Transparencia Internacional se agrega el concepto de *Gran Corrupción* que es definido como un crimen grave que está dado por el abuso realizado desde los altos niveles del poder y que causa serios daños a la sociedad (GOPAC, 2015).

Estos datos son un llamado de atención para todas las instituciones y organizaciones, públicas y privadas, para toda la ciudadanía en general. Pero especialmente, estos datos nos dicen que la educación y, especialmente, la educación superior es un área muy importante a nivel nacional e internacional, y que se deben realizar acciones para mejorar la calidad de las IES con el objetivo de posicionar mejor al país en los *rankings* y evaluaciones; pero además, la educación superior es uno de los pilares para hacer crecer el aparato productivo del país a través del conocimiento, de la ciencia, de la tecnología y, fundamentalmente, a través de sus egresados que son las personas que darán vida a los sistemas económico, productivo y social de la Nación.

Este contexto global y local evidenciado en las evaluaciones internacionales hace pensar sobre las implicaciones que la corrupción puede tener en la vida pública y privada de una sociedad, sobre cuáles son las acciones que como sociedad estamos llevando a cabo para solucionar este problema global y cuál es el rol que como ciudadanos, profesionales o estudiantes, tenemos en dicho contexto, sobre cuál es la responsabilidad para con la sociedad que las organizaciones educativas tienen y cómo podría concientizarse a la comunidad estudiantil desde la universidad, para contribuir a la transformación de este panorama.

Especialmente en este trabajo, se tratará de pensar sobre la función que ejercen las organizaciones educativas que son las encargadas de formar a los ciudadanos profesionales

de un país a través de una experiencia de intervención en comunicación con base en la ética y la responsabilidad social.

EL POTENCIAL DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Frente a este panorama global en el cual la corrupción es un problema generalizado, surge la necesidad de preguntarse por la posibilidad de que la educación, y especialmente la educación profesional y universitaria, pueda aportar conocimiento sobre las posibles soluciones al problema. Que pueda trabajar sobre los jóvenes de este país para contribuir a convertirlos en profesionales honestos, justos, responsables y, en definitiva, con una alta conciencia ética.

La educación es constructora de civilización, de conocimiento científico y la universidad es trascendente porque proporciona las bases para todo progreso social y cultural de la humanidad. La universidad tiene entonces una responsabilidad en la construcción de una sociedad mejor, una responsabilidad ética, de rigor científico e intelectual. Particularmente, en el artículo primero de la Declaratoria Mundial sobre Educación Superior, se plantea la necesidad de que dicha educación contribuya a la transformación y mejora de la sociedad, para el bienestar de todos los ciudadanos a partir de la autoridad que brinda el conocimiento actualizado y la investigación científica en todos los ámbitos, pero especialmente en el ámbito de las humanidades y las ciencias sociales (UNESCO, 1998).

Desde las Naciones Unidas (2015), se plantean objetivos que vinculan a la educación con la mejora y la transformación de la sociedad hacia un desarrollo sustentable, sostenible, plural e integral para todos los ciudadanos, con base en instituciones sólidas, justicia y paz (objetivo número dieciséis) y con base en una educación de calidad (objetivo número cuatro) de los objetivos de Desarrollo Sostenible.

Es necesario, entonces, que se plantee la interrogante sobre para qué modelo de país está generando profesionales, qué modelo de ser humano intenta formar y egresar con un título de grado, qué clase de mercado laboral quiere alimentar y, finalmente, qué clase de sociedad quiere generar con sus profesionales.

La universidad debe construir las bases para realizar un modelo de comunicación organizacional basado en el diálogo abierto, justo, honesto, basado en la verdad y en el conocimiento científico, plural, multi e interdisciplinario, flexible, que tienda al bien común y no a la exaltación del poder dominante sobre los demás. Es esta intencionalidad ética la que propiciará instituciones justas, solidarias y transparentes (Ricoeur, 2000).

A pesar de lo ambicioso del planteo, estos aspectos están sustentados en los documentos de organizaciones internacionales como la UNESCO (1998), la ONU (1948; 2000; 2005), la

CEPAL (2017) y están en concordancia con documentos nacionales como la Constitución Nacional Mexicana, el Plan Nacional de Desarrollo (Presidencia de la República, 2019-2024), mismos que son guía para el obrar de todas las instituciones de educación públicas y privadas.

Estos documentos plantean que la educación debe tener una sólida base ética para lograr el buen vivir (Aristóteles, trad. 2004), la integridad, la solidaridad y la convivencia en un ambiente de paz (Kant, 2013) y equidad social, además, contribuyen a dejar el camino normativo más o menos delineado para que las instituciones educativas, desde sus contextos particulares, estructuren sus políticas organizacionales para poder alcanzarlos.

COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Por lo anteriormente expuesto, el sistema filosófico compuesto por la misión, la visión, los principios y objetivos de las instituciones universitarias, es importante ya que a partir de lo que la organización expone como filosofía se desprenderán las prácticas administrativas, sociales, económicas y culturales de la organización (Rebeil, 2009; Rebeil & Arévalo, 2017). Estas son las prácticas que el estudiante podrá apropiarse y, eventualmente, reproducir cuando sea un profesional en su lugar de trabajo. La misión de la universidad tiene la posibilidad de crear conciencia en las personas que forman la organización y esta conciencia es la que propiciará el trabajo de la universidad hacia la sociedad, con la intención de impactar positivamente en el entorno en el cual está inserta. Este trabajo que la organización universitaria realiza con otros sistemas sociales, económicos y culturales, es justamente su responsabilidad social, misma que debe estar encaminada a mejorar el impacto en los diferentes públicos que la institución tiene.

Detrás de este planteo, pero como núcleo mismo de toda comunicación, hay un modelo de ser humano ético que responde a ciertas características de honestidad, justicia y acción, que esté al servicio y en diálogo constante con el otro; ese otro que se muestra como diferente, pero al mismo tiempo, imposible de ser objetivado en los términos en que Levinas (2002) lo proponía, un ser humano que es fin y no medio, como Kant lo planteaba (2006). Este modelo de ser humano daría lugar a una serie de propuestas comunicacionales en donde se considere siempre la validez de los interlocutores (Habermas, 2006), la universalidad en la medida en que se realizan acciones válidas para todos y se reducen o suprimen las injusticias, pero dentro de una particularidad específica en la que se respeten los contextos para las acciones (Apel, Dussel, Fernet, 1992; Cortina, 2001; Gadamer, 1960/1996).

Este ideal de persona que desempeña prácticas comunicacionales en las organizaciones educativas debe regirse siempre por una ética comunicacional basada en la dignidad individual y social, pues la dignidad es un atributo humano, pero también es posible de ser expresada por grupos sociales (estudiantes, profesores, colaboradores, hombres, mujeres, niños, ancianos). Esta dignidad implica una concientización (de la que se refería más arriba), implica un reconocimiento, una toma de decisión para respetar explícita y voluntariamente las características en las cuales quedarán asentados los modelos comunicacionales de una universidad.

Desde el punto de vista de la comunicación, el caso reportado se analiza desde la teoría de la comunicación productiva (Nosnik, 2013), la cual tiene base en tres elementos principales, cada uno de los cuales puede dividirse a su vez en tres aspectos más específicos: 1) la Teoría del Lenguaje de Charles Morris (que se subdivide en Sintaxis, Semántica y Pragmática); 2) la Teoría de la Comunicación (que se subdivide en la Teoría de la Información, Teoría de las Redes y Teoría de la Innovación); y 3) los Procesos de Información (que se subdividen en producción, difusión y uso inteligente). A su vez, se vinculan los tres elementos base de esta teoría con capacidades (de producir mensajes, de comunicarse con otros y de mejorar un sistema respectivamente), con actitudes (egocéntrica, empática y de receptividad) y con niveles de comunicación (lineal, dinámico y productivo respectivamente). De tal forma que cuando se habla de comunicación productiva, se está haciendo alusión a la pragmática en el lenguaje, a la teoría de la innovación y la mejora, así como al uso inteligente de la información, vinculado a la capacidad de mejorar un sistema en su conjunto mediante la actitud de receptividad y en un nivel de comunicación productivo (Nosnik, 2013).

Llevado a la práctica del caso de estudio, se investigó el nivel de comunicación (lineal, dinámico o productivo) de las organizaciones y las posibilidades de mejora para que la organización se acerque al nivel de comunicación productiva que permite el uso inteligente de la información (no de los datos meramente), en un contexto (pragmática) organizacional en el cual emisores y receptores, en actitud de reciprocidad mutua, tenían el objetivo de utilizar la información para mejorar el sistema organizacional que se estaba estudiando, con la finalidad de orientar las interacciones comunicacionales hacia el bien común (hacia el mayor bien para todos).

Para vincular las cuestiones de comunicación entre las partes, con las cuestiones de responsabilidad social y ética, se tomó el concepto de Vallaeys (2014), quién plantea que se trata de una política de gestión universitaria que debe ser integral y transversal atendiendo a profundidad las tres funciones sustantivas de la educación superior: la formación, la investigación y la extensión. A nivel nacional, desde el Observatorio Mexicano de Responsabilidad Social Universitaria (OMERSU), se ha definido el concepto como la: “Habilidad y efectividad de la universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad, mediante el ejercicio de sus funciones, mismas que deben estar animadas por la

búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social para atender los retos que implica promover el desarrollo humano sustentable” (OMERSU, 2018).

La realización de proyectos sociales en las organizaciones orientados al empoderamiento y desarrollo equitativo de sus participantes en el contexto social, bajo los parámetros de la paz, la justicia, la responsabilidad, el cuidado, la inclusión, la equidad y el respeto, son parte esencial de la RSU y este tipo de proyectos son los que se exponen en el presente trabajo.

METODOLOGÍA

La experiencia que se reporta tuvo una duración de un año, dividido en dos semestres (agosto-diciembre 2018 y enero-mayo 2019), con 40 estudiantes en total de nivel profesional en el área de Comunicación, pertenecientes a una universidad privada en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Divididos en equipos de trabajo de cuatro personas (en promedio), los estudiantes desarrollaron, en primera instancia, una investigación mixta con el objetivo de conocer la organización con la cual trabajaron y diagnosticar problemas comunicacionales, así como fortalezas y áreas de mejora en seis organizaciones diferentes. En una segunda instancia, se desarrolló una investigación de propuestas de mejora y su futura viabilidad en cada caso, sobre la base de la Responsabilidad Social para lograr un desarrollo organizacional y cambiar o transformar la realidad social que cada organización estaba atendiendo en ese momento.

Se trabajó con seis organizaciones que llevan a cabo seis proyectos sociales relacionados con la educación, el empoderamiento de mujeres, niños y adultos mayores, así como con valores como la paz, la justicia y la inclusión. Aproximadamente se impactó a 500 personas participantes en cada uno de los seis proyectos organizacionales, así como a los 40 estudiantes-investigadores de profesional y a 10 profesores y coordinadores de cada proyecto, siendo un total aproximado de 550 actores involucrados directamente.

Se buscó explícitamente la participación de todos los involucrados para mejorar las organizaciones con base en una propuesta de transformación para bien, y sobre el impacto positivo en la sociedad (empoderamiento de los participantes, concientización de impactos y responsabilidades individuales y colectivas, códigos éticos para su funcionamiento y proyección de actividades más allá de la experiencia concreta de cada semestre). La pregunta principal que orientó el trabajo fue la siguiente: ¿Cómo puede la universidad contribuir a la transformación y el desarrollo social desde los salones de clase, sin perder el objetivo principal que es la formación específica e integral del estudiante? Y la interrogante específica que orientó la investigación fue: ¿Cómo se puede impactar en responsabilidad social universitaria desde la carrera profesional de comunicación?

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA

La finalidad de toda profesión es la realización personal mediante la trascendencia haciendo el bien y contribuyendo con el conocimiento teórico y práctico a la mejora social, por lo cual es importante vincular las profesiones con sus respectivos códigos y normas éticas (Exteberría, 2002), así como con la responsabilidad social que las universidades, así como sus estudiantes y egresados deben tener (Vallaey, 2015).

Los estudiantes pudieron observar cambios y una transformación social no sólo en las organizaciones y los grupos humanos que las conforman, sino además en ellos mismos como futuros egresados, donde van tomando conciencia de que pueden contribuir a la mejora social desde su profesión: “Honestamente me encantó..., muy enriquecedor fue trabajar con proyectos con una razón social, siempre deja esa sensación de que realmente aportamos un cambio” (Estudiante 1). Los estudiantes se sintieron motivados por el impacto social de cada trabajo, por las implicaciones éticas y por la proyección que finalmente, redundó en el crecimiento de cada organización a las cuales se impactó con la investigación y las propuestas de mejora realizadas en conjunto con cada organización. En general notaron una gran diferencia entre los contenidos únicamente teóricos o que se quedan dentro del salón de clases, y aquellos que implican ponerlos en práctica, en escenarios reales y con personas reales. “Esta clase me pareció muy interesante sobre todo porque se trabajó con empresas reales, lo cual ayuda mucho a nuestra formación y aprendizaje, porque normalmente hacemos proyectos piloto o ficticios y en la vida real no es lo mismo...” (Estudiante 3).

Trabajar con una organización con enfoque de responsabilidad social es muy distinto porque es una responsabilidad distinta al enfocarnos en gente que necesita ayuda, lo cual me pareció muy buena experiencia profesional... Te das cuenta de las habilidades que hemos aprendido en la carrera y de cómo se pueden aplicar (Estudiante 3).

De hecho, esa fue la estrategia más importante, el trabajo de la mano con cada organización, escuchando sus necesidades, sus planteamientos y comprendiendo sus valores y cultura, porque cada grupo de trabajo tenía la firme convicción de que sólo a partir de esta forma de comunicación se podrían aportar acciones de mejora para el crecimiento organizacional y la transformación no solo de la organización en sí misma, sino además de las personas que son impactadas por ellas, tanto en lo interno como en lo externo.

Creo que vincular un proyecto con una necesidad real de la comunidad es excelente, tanto para aprender como para generar un sentido y un valor al trabajo que se realiza... Al final, el saber que el resultado de tu trabajo puede aportarle valor a un proyecto ya establecido y con necesidades, te sientes más satisfecho (Estudiante 4).

Uno de los mayores retos consistió en empoderar a las partes involucradas (grupos de interés), en este caso a las comunidades en las cuales cada organización funciona y también a los estudiantes-investigadores, para que fueran conscientes del poder que tenían en cuestión de investigar, comprender y transformar la realidad en la que se estaban desempeñando como estudiantes-profesionales.

Los estudiantes aprendieron de conceptos que hasta antes del curso eran nuevos como el de Responsabilidad Social Universitaria y el de gestión de impactos, la aplicación de componentes o aspectos éticos a los trabajos profesionales, así como la aplicación y visualización en la práctica organizacional de conceptos como identidad, imagen, comunicación, publicidad, contenido del discurso, mensajes y prospectiva comunicacional, entre otros.

Cada equipo de trabajo realizó un documento impreso y pilotos de cada propuesta de mejora, mismos que fueron entregados a cada organización al finalizar cada semestre con el objetivo de su implementación definitiva. La evaluación preliminar realizada por estudiantes y organizaciones con base en la construcción de avances y en la gestión de impactos, fue altamente positiva para todos los implicados en el proceso.

Es a partir del conocimiento de cada comunidad y de las formas de comprensión de sus problemáticas, que los investigadores llevan a cabo un proceso interno de maduración de conocimientos y de toma de conciencia frente a las realidades sociales complejas de cada comunidad, sus públicos y grupos de interés. Al finalizar el curso, los estudiantes pudieron visualizar de qué forma la profesión y su ejercicio como profesionales pueden impactar positivamente en el entorno social.

Finalmente, se recomienda no sólo la continuación de esta experiencia sino, además, la invitación para que desde otros cursos se puedan realizar trabajos interdisciplinarios en donde se agregue el valor de trabajar con estudiantes de otras carreras, así como con colegas provenientes de diferentes campos del conocimiento.

REFLEXIÓN FINAL

El punto de partida de este trabajo es la afirmación de que la comunicación es elemento esencial en toda interacción humana, ya sea social, cultural, política y/o económica. En

este sentido, la investigación sobre la comunicación organizacional en las universidades, encaminada a la formación de los futuros profesionales del país, se torna importante en la medida en que puede generarse un impacto nacional y también internacional, puesto que uno de los objetivos más importantes de las universidades modernas es justamente la internacionalización, el trabajo interdisciplinar entre profesionales y los estándares de evaluación internacional sobre calidad educativa.

Considerando las interrogantes que guiaron la experiencia reportada, se concluye que la universidad puede, enfáticamente, contribuir a la transformación y el desarrollo de la sociedad en la cual está inserta, desde sus salones de clase y desde la capacitación que brinda a toda su comunidad (profesores, estudiantes, colaboradores), a través de la impartición de conocimientos vinculados a la realidad social, desarrollando proyectos teórico-prácticos orientados explícitamente a la mejora de problemas y a la aplicación de soluciones con una base sólida en humanismo, ética y sustentabilidad. En el caso reportado, se trabajó específicamente desde el área de comunicación, generando entregables que aportaban soluciones a cuestiones de producción, difusión y mejora de sistemas sociales de comunicación, lo cual generó la conciencia de satisfacción y autorrealización profesional a los estudiantes-investigadores, porque vieron en la práctica concreta la aplicación de sus conocimientos específicos para la mejora de la realidad social.

Finalmente, se propone una universidad más consciente de su impacto y de la tarea que tiene para con sus públicos internos y externos, pues en cierta medida es *corresponsable* de lo que las personas piensan y reproducen, tanto dentro de la organización como fuera, a partir de sus funciones de generación y difusión del conocimiento. El desafío radica en saber cuáles son las mejores formas, no solo de que la organización tome conciencia de dichos procesos, sino que también los comprenda y los atienda para mejorarlos con la explícita intención de avanzar hacia una sociedad éticamente más evolucionada, más honesta, justa y equitativa, elementos que no siempre superan el nivel narrativo.

La comunicación debe contribuir a validar el trabajo universitario, a la autonomía y a la soberanía de la institución, así como a su credibilidad y autodeterminación a través de los imperativos éticos. La comunicación en las universidades debe también considerar a las personas que crean y emiten los diferentes mensajes, sus capacidades y funcionamiento (Nussbaum, 2005; 2012), para ayudar al estudiante a realizar su mejor versión como ser humano y como profesional incidiendo en la sociedad en la que vive.

Una ciudadanía educada, profesionalizada y culturalizada es la que puede exigir a los gobernantes la creación de políticas públicas que mejoren no sólo los estándares internacionales, sino también las formas de vida, de trabajo y de organización social a través de la honestidad, la responsabilidad, la justicia y la igualdad de oportunidades. El logro de

dichas metas orientará la vida del país hacia la disminución de la corrupción y el aumento del bienestar común, la calidad de vida y la felicidad, en su más integral y profundo sentido.

REFERENCIAS

- Apel, K., Dussel, E., & Fernet, R. (1992). *Fundamentación de la ética y filosofía de la liberación*. México, D.F.: Siglo XXI Editores.
- Aristóteles. (trad. 2004). *Ética Nicomaquea*. México, D. F.: Porrúa.
- Brunner, J. (2014). Universidad, poder y derecho. *Páginas de Educación*, 7(2), 6-32. Recuperado de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/pe/v7n2/v7n2a02.pdf>
- Carañana, J. (2012). La misión de la universidad en la Edad Media: servir a los altos estamentos y contribuir al desarrollo de las ciudades. *NóMadas. Critical Journal Of Social And Juridical Sciences*, 34(2), 325-355. doi:10.5209/rev_NOMA.2012.v34.n2.40743
- Castrillón, J. (1990). *El concepto de universidad*. México: Trillas.
- CEPAL. (2017). *Evolución reciente del sector educativo en la región de América Latina y el Caribe. Los casos de Chile, Colombia y México*. Naciones Unidas, CEPAL y Ministerio de Asuntos Exteriores de Noruega. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42401/S1701076_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cortina, A. (2001). *Ética aplicada y democracia radical*. Madrid: Tecnos.
- Exteverría, X. (2002). *Ética de las profesiones*. Bilbao: Desdée Brouwer.
- Gadamer, H. G. (1960/1996). *Verdad y Método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Gargantini, D. (2014). Estado de la responsabilidad social universitaria: El aporte de AUSJAL a la institucionalización del enfoque en América Latina. *Cuadernos de RSO*, 2(1), 17-35. Recuperado de https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/RSO_vol2_Gargantini.pdf
- González, E. (2010). Por una historia de las universidades hispánicas en el Nuevo Mundo (siglos XVI-XVIII). *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*. Recuperado de <https://ries.universia.net/article/view/34/historia-universidades-hispanicas-nuevo-mundo-siglos-xvi-xviii>.
- GOPAC. (2015). La Gran Corrupción. Recuperado de <http://gopacnetwork.org/preventprosecuteparalyze/es/>
- Habermas, J. (2006). *Teoría de la Acción comunicativa*. Tomo I. México: Taurus.
- Haskins, Ch. (2004). *The Rise of Universities*. New York: Transaction Publishers.
- Jiménez, E. (2007). La historia de la Universidad en América Latina. *Revista de la Educación Superior*, 1(141), 169-178. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602007000100008
- Kant, I. (2006). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Barcelona, España: Tecnos.

- Kant, I. (2013). *La paz perpetua*. Barcelona, España: Tecnos.
- Levinas, E. (2002). *Totalidad e infinito*. Salamanca, España: Ediciones Sígueme.
- Merco. (2016). *Metodología e informe de verificación Merco Empresas*. Recuperado de <http://merco.info/mx/ranking-merco-empresas>
- Neave, G. (2001). *Educación superior: historia y política*. Madrid, España: Gedisa.
- Neave, G., & Van Vught, F. (1994). *Prometeo encadenado: Estado y Educación Superior en Europa. Estado y educación superior en América Latina*. Madrid, España: Gedisa.
- Nosnik, A. (2013). *Teoría de la Comunicación Productiva*. Buenos Aires, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Nussbaum, M. (2012). *Crear capacidades*. Madrid, España: Paidós.
- Nussbaum, M. (2005). *El cultivo de la humanidad. Una defensa clásica de la reforma en la educación liberal*. Madrid, España: Paidós.
- OMERSU. (2018). Observatorio Mexicano de Responsabilidad Social Universitaria. Recuperado de <http://www.responsabilidadesocial.net/observatorio-mexicano-de-responsabilidad-social-universitaria-omersu/>
- ONU. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Recuperado de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- ONU. (2000). *Declaración del Milenio*. Recuperado de <http://www.un.org/es/development/devagenda/millennium.shtml>
- ONU. (2005). *Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (ONU)*. Recuperado de http://www.unodc.org/documents/treaties/UNCAC/Publications/Convention/04-56163_S.pdf
- ONU. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Organización de Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.onu.org.mx/agenda-2030/objetivos-del-desarrollo-sostenible/>
- Padilla, J. (1994). *Universidad: Génesis y evolución*. Tomo 1. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Presidencia de la República. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*. Recuperado de <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>
- Rebeil, M. (2009). Subsistemas organizacionais e comunicacao. En M. Khroling (Org.) *Campos académicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. (95-109). Sao Caetano du Sul, SP: Difusao Editora.
- Rebeil, M., & Arévalo, R. (2017). *Comunicación integral para las organizaciones e instituciones: conceptualización y enfoque con responsabilidad social*. Ponencia presentada en el XV Congreso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa.
- Ricoeur, P. (2000). *Amor y justicia*. España: Caparrós Editores.
- Transparencia Mexicana. (2017). *Reformas legislativas no logran frenar caída en el Índice de Percepción de la Corrupción: Transparencia Mexicana*. Transparencia Mexicana. Recuperado de <http://www.tm.org.mx/ipc2016/>
- Transparencia Internacional (2018). *Corruption Perceptions Index 2018*. Recuperado de <https://www.transparency.org/cpi2018>

- UNESCO. (1998). *Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: Visión y Acción*. UNESCO. Recuperado de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
- Vallaes, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722014000100006