

La Responsabilidad Social Corporativa y las redes sociales: El uso de Twitter en las empresas públicas uruguayas

Corporate Social Responsibility and social media: The use of *Twitter* in Uruguayan public companies

Equipo de trabajo: Aiblis Vidal, Juan P Rodríguez, Gabriel Budiño

Resumen

Las organizaciones públicas se comunican con los ciudadanos de diversas formas, y no están ajenas a la utilización de las redes sociales. La investigación tiene como finalidad analizar la comunicación de la Responsabilidad Social de las empresas públicas uruguayas, a través de la red *Twitter*.

Para el análisis de los tweets se emplea la herramienta *Burrrd, Twelets* y se utiliza, como referencia, la metodología propuesta por Aldeanueva y Arrabal (2018), identificando un diccionario de términos relacionados con responsabilidad social en las publicaciones realizadas, agrupándolos por temáticas comunes, a fin de analizar qué comunican las organizaciones públicas sobre su responsabilidad social.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Twitter, empresas públicas

Abstract

Public organizations communicate with citizens by several ways, and also use social media The purpose of the research is to analyze the Social Responsibility communication of Uruguayan public companies on Twitter.

For the analysis of tweets, the *Burrrd Twelets* tool is used and, as a reference, the methodology proposed by Aldeanueva and Arrabal (2018) identifying a dictionary of terms related to social responsibility.

Keywords: Social Responsibility, Twitter, public companies

Principales Referencias

- Aldeanueva, I. y Arrabal, G. (2018). La comunicación y medición de la Responsabilidad Social Universitaria: Redes sociales y propuesta de indicadores. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*.
- Budiño, G. (2011). Gestión de comunidades virtuales: El rol del community manager. *Quantum: revista de administración, contabilidad y economía*, 6(1), 4-11..
- Budiño, G. (2004). *Sistemas de información para la satisfacción de clientes*. Universitario Autónomo del Sur-Uruguay.
- Chávez, D. y Torres, S. (Eds.).(2013). La reinención del Estado. Empresas públicas y desarrollo en Uruguay, América Latina y el mundo. En Chávez, D. y Torres S. (Ed.), *La reforma de las Empresas Públicas en Uruguay: Una mirada desde la Historia Económica*, 152. Montevideo, Uruguay: Editorial: Chávez, D. y Torres, S.
- Grupo Radar. (2018). *El Perfil del Internauta Uruguayo*. 15ª edición 2018.
- Hochsztain, E.; Tasistro, A y Asuaga, C (2008). Sesionador Web dirigido al estudio de sitios web culturales: Diseño e Implementación del paquete RWeb Sessionizer. Octavo Congreso Latinoamericano de Sociedades de Estadística
- Khan, G. F., Swar, B., & Lee, S. K. (2014). Social media risks and benefits: A public sector perspective. *Social science computer review*, 32(5), 606-627.
- Karakiza, M. (2015). The impact of social media in the public sector. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175(2015), 384-392.
- Levenberg, R. (2011). Reflexiones sobre la noticia en las redes sociales. *F@ ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, (13), 16.
- Llorens, F., & Calderón, J. J. (2012). El bazar de los locos: the Twitter experience.
- Marrero, A. S. V. Monografía de Gestión Medio Ambiental.
- Marrero, A. S. V., & Sánchez, Y. B. (2010). Diseño De Un Plan De Capacitación Con Enfoque De Género Para La Comunidad Costera De Cascarero. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Marrero, A. S. V., Almaguer, D. R., & Rodríguez, Y. D. (2009). Programa De Gestión Ambiental Del Combinado De Hormigón En La Empresa Materiales De La Construcción. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (111).
- Matassi, M. y Boczkowski, P. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El profesional de la información*
- Mazzucato, M. (2014). *El Estado Emprendedor: mitos del sector público frente al privado*. Barcelona: RBA Editores, Naciones Unidas Uruguay. (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible en Uruguay*.
- Mergel, I. (2010). Government 2.0 revisited: Social media strategies in the public sector.
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government information quarterly*, 30(4), 327-334.
- Naciones Unidas Uruguay. (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible en Uruguay*. Obtenido el 14 de agosto del 2019 de: <https://www.onu.org.uy/ods-en-uruguay/>

- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe.
- Naciones Unidas. (s.f.b). La Agenda de Desarrollo Sostenible. Obtenido el 9 de agosto del 2019 de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
- Organización Internacional de Normalización. (2010). ISO 26000 Guía de responsabilidad social. Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza.
- Okazaki, S., Plangger, K., West, D., & Menéndez, H. D. (2020). Exploring digital corporate social responsibility communications on Twitter. *Journal of Business Research*, 117, 675-682.
- Picazo-Vela, S., Gutiérrez-Martínez, I., & Luna-Reyes, L. F. (2012). Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. *Government information quarterly*, 29(4), 504-511.
- Stamati, T., Papadopoulos, T., & Anagnostopoulos, D. (2015). Social media for openness and accountability in the public sector: Cases in the Greek context. *Government Information Quarterly*, 32(1), 12-29.
- UNSDG. (2018). *Desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: desafíos y ejes de política pública*. Grupo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe. Panamá, 4-10.
- Uruguay suma valor. (2017). Qué son los ODS.
- Vidal, A y Asuga C (2021): Sistema de Gestión Ambiental. Evolución del concepto y estado actual de la disciplina. Revista del Instituto Internacional de Costos. *Forthcoming*
- Vidal, A.; Ramos, J. y Asuaga, C. (2019). Análisis comparativo de los Reportes de sostenibilidad de las empresas públicas uruguayas. *Revista Proyecciones*. (13), 31-33.
- Zheng, L., & Zheng, T. (2014). Innovation through social media in the public sector: Information and interactions. *Government Information Quarterly*, 31, S106-S117.

PROYECTO APROBADO



Prof. Carolina Asuaga

Coordinadora de la Unidad de Investigación en Contabilidad

Facultad de Ciencias Económicas y de Administración

Universidad de la República