





Título de la obra:
Río Claro, Antioquia
Colombia

Autor:
Jorge Atehortúa Posada

Técnica / Año:
Naturaleza / 2017

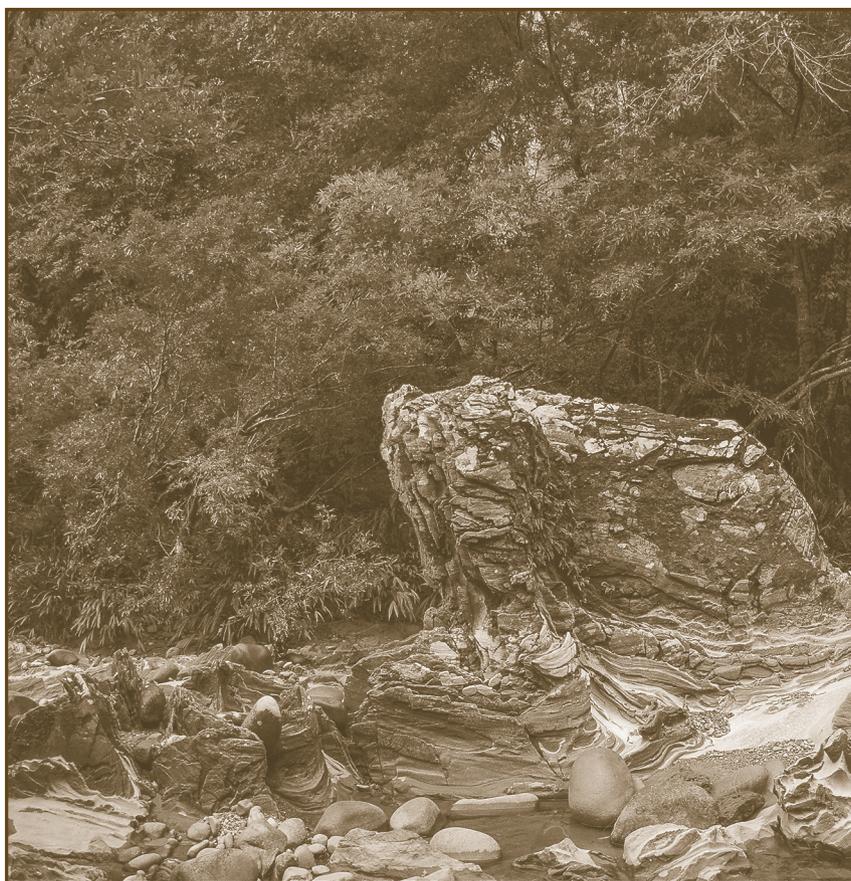


*Estudiantes integrantes
del semillero ComunicaRSE¹:*

MARÍA VICTORIA
PABÓN MONTEALEGRE²

VERÓNICA ISABEL
SUESCÚN RAMÍREZ³

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EN LA INVESTIGACIÓN FORMATIVA



¹ *Integrantes del Semillero ComunicaRSE: Verónica Isabel Agudelo, Paula Andrea Ariza Caraballo, Liz Estefanía Cabarcas Bechara, Yaneth González Ramírez, Ana María Henao Jaramillo, Valentina Hidalgo Gutiérrez, Alison Hurtado Ocampo, Claudia Helena Múnera González, Manuela Pérez Orduz, Lina María Pulido Pérez y Tatiana Vasco Toro.*

² *Fundadora del Semillero ComunicaRSE. Directora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, Escuela de Ciencias Sociales de la UPB.*

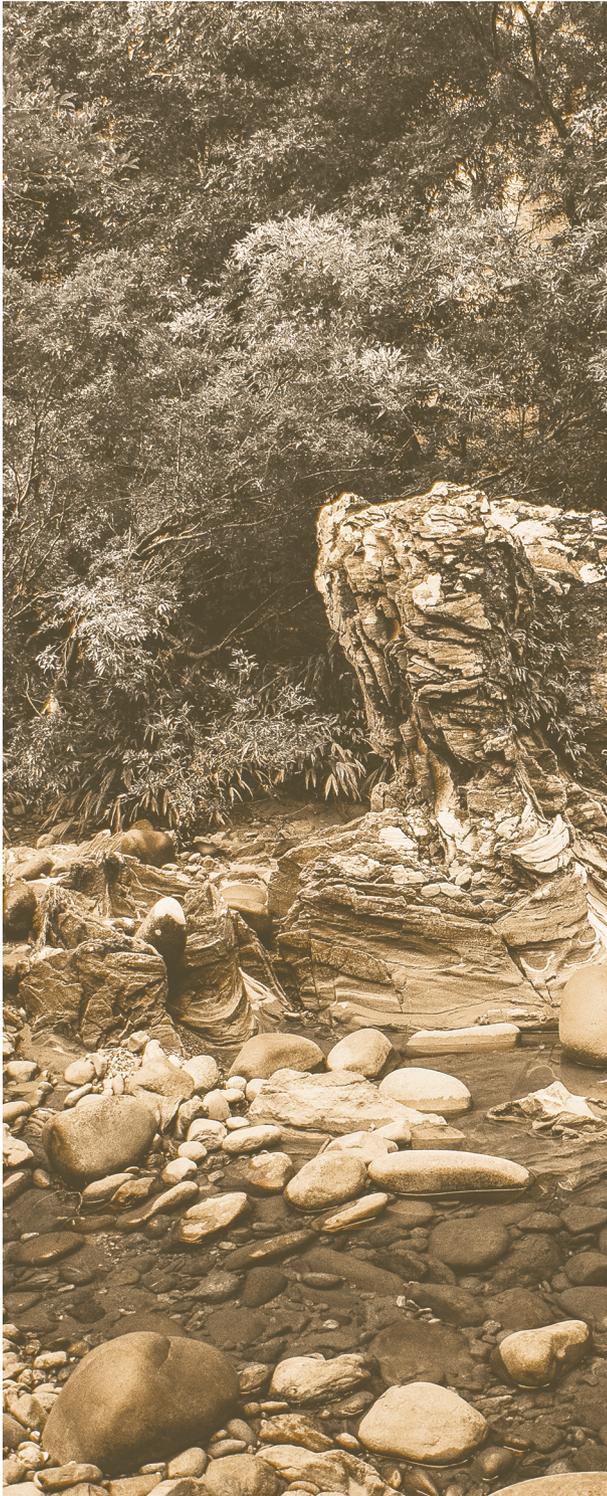
³ *Coordinadora actual del Semillero ComunicaRSE. Docente de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, Escuela de Ciencias Sociales de la UPB.*

Resumen

La sostenibilidad se puede definir como la característica del desarrollo que asegura las necesidades del presente y no compromete la capacidad de las generaciones futuras. Es un concepto que moviliza la responsabilidad social para enfrentar las diferentes problemáticas y desafíos de la era actual porque apela a la cooperación y a la defensa del interés común. Abarca los ámbitos económico, social y ambiental y, también, implica la dimensión personal y la reflexión individual para optimizar las formas de interacción con el entorno. El semillero ComunicaRSE es una iniciativa de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana -UPB- que busca sensibilizar a los estudiantes frente a los temas de comunicación, responsabilidad social y sostenibilidad, por medio del diálogo con las organizaciones y el estudio de sus buenas prácticas y, con ello, contribuir con la formación de profesionales éticos. Los semilleros son una estrategia de iniciación científica que otorga un valor agregado a los estudiantes para ampliar su mirada crítica y proponer soluciones a las problemáticas cercanas.

El propósito de este artículo es compartir la experiencia del Semillero y develar la forma en la que estudiantes y docentes investigan sobre responsabilidad social y sostenibilidad, desde la gestión de la comunicación organizacional. Estos asuntos descritos terminan siendo relevantes en este momento crucial de la historia de la humanidad.

Palabras clave: Comunicación; Responsabilidad social; Sostenibilidad; Ética; Investigación; Semilleros.



INTRODUCCIÓN

Los avances en las diferentes áreas del conocimiento han traído consigo ventajas para la humanidad. Sin embargo, la innovación no siempre ha estado acompañada de procesos que involucren la protección de la vida y la preservación del ambiente. Las consecuencias de esta problemática son evidentes y cada día afectan más, no sólo la salud de las personas y los demás seres vivos, sino también el lugar en donde estos habitan y la calidad de las relaciones que establecen.

La responsabilidad social y la sostenibilidad son dos temas estratégicos sobre los cuales se ha reflexionado bastante, pero no se agotan, pues todavía es mucho lo que hay por discutir y por implementar. Por poner un ejemplo, todo tipo de organizaciones deberían estar trabajando por alinear sus políticas y estrategias a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (también conocidos como Objetivos Mundiales) que son la apuesta universal para proteger el planeta y contribuir a la paz y la prosperidad. Esto demostraría su compromiso real y continuo con la sociedad y el entorno.

El Semillero de Investigación en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial -ComunicaRSE- es un espacio reflexivo en el que docentes y estudiantes se sensibilizan y dialogan en torno a estas temáticas. De esta manera, hacen su aporte a atenuar la problemática, desde su quehacer personal y multidisciplinar.

LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA EN LA UPB

El Modelo Pedagógico Integrado de la Universidad privilegia el aprendizaje y la posición activa del estudiante en la construcción del conocimiento, el papel del profesor como mediador y la relación profesor-estudiante basada en el diálogo permanente, mediante “el reconocimiento de la dignidad del otro como persona, la investigación, sin descartar el método expositivo, el trabajo experimental, la práctica y las actividades independientes debidamente acompañadas” (UPB, 2015). Desde la Pedagogía participativa, la UPB posibilita una formación que promueve el trabajo cooperativo y colaborativo, la enseñanza centrada en los estudiantes y la autonomía en el aprendizaje.

En este escenario, la investigación se configura como un eje transversal del modelo pedagógico, pues propicia el desarrollo de capacidades humanas para descubrir, indagar, cuestionar y problematizar; las competencias para observar, leer contextos teóricos, personales, laborales y socio-culturales; formular hipótesis, interpretar y proponer; y la comprensión de problemas contextualizados en el tiempo y el espacio (UPB, 2015). De esta manera, la investigación en la Universidad es entendida como trayecto pedagógico en el cual “se aprende a buscar y a crear en forma permanente el conocimiento; como una actitud vital de estudiantes y profesores; como la manera básica de obtener nuevos conocimientos y de aplicar principios y leyes; como un camino eficaz en el logro de avances científicos y tecnológicos; y como una alternativa para la solución de problemas la cual se configura como un proceso

integrador del currículo al buscar, desde la investigación formativa, que el estudiante alcance competencias que le permitan la construcción de conocimiento de manera autónoma o mediante su inserción en sistemas de investigación universitarios, grupos y centros de investigación o empresas de los sectores público y privado que desarrollan esta actividad” (UPB, 2015).

La UPB es poseedora de una gran riqueza académica, gracias a las diversas áreas de conocimiento que convergen y que estimulan el desarrollo de proyectos de investigación, y la aplicación de los saberes en beneficio de la sociedad. La Universidad procura una relación Empresa-Universidad-Sociedad permanente con procesos de transferencia tecnológica, en los que su Centro de Investigación para el Desarrollo y la Innovación -CIDI- trabaja con el conocimiento producido por sus grupos y semilleros de investigación, para transformar en capital y variable de crecimiento, la productividad y la competitividad para el país y el mundo.

En Colombia, los semilleros de investigación universitarios son una estrategia pedagógica extracurricular que tiene como objetivo fomentar la cultura investigativa y propiciar un ambiente de diálogo, intercambio de saberes y trabajo en red, que beneficie a la comunidad académica (González, 2008). En ellos, se fomenta una cultura de aprendizaje basada en el trabajo autónomo y colaborativo entre estudiantes y docentes, que unen esfuerzos para vivir de manera práctica los procesos de investigación con criterio, creatividad y rigor.



En la UPB, los semilleros se convierten en espacios reflexivos en los que se fortalecen capacidades y competencias para la investigación, con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social y el progreso científico de la comunidad. El Sistema de Investigación de la Universidad cuenta con 114 semilleros en total: 53 en la Sede Central - Medellín, 31 en la Seccional Bucaramanga, 18 en la Seccional Montería, y 12 en la Seccional Palmira (UPB, 2018).

Con esta estrategia, los estudiantes que son investigadores en formación, adquieren una visión más amplia para el acercamiento conceptual y práctico de problemáticas en diversos contextos, pues se convierten en personas inquietas (capaces de formular preguntas) que buscan entender el mundo que los rodea, la aplicación de métodos desde el quehacer interdisciplinar, y la excelencia personal y profesional.

El semillero es un lugar de relación en el que la dinámica de trabajo la marcan sus integrantes:

Es un vivero donde se empieza a cultivar, es un tránsito para motivar, para meterse al barro. Debería ser orientado por los propios estudiantes y no es una asignatura más sino un espacio donde se atreven a escribir y a publicar. Debe ser una zona de libertad que no esté presionada por calificaciones ni tareas y en el que sus miembros se encuentran para reflexionar y opinar, para la colaboración recíproca y para aprender a trabajar en equipo. (Domínguez, 2017)

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

En el entorno organizacional existe una preocupación constante por encontrar modelos gerenciales que potencien la competitividad y la eficiencia y que, a su vez, estén en consonancia con apuestas que sean favorables, social y ambientalmente, para impactar de manera positiva en la sociedad.

Este es uno de los resultados positivos que han dejado las crisis económicas recientes puesto que las organizaciones se han visto en la obligación de examinar su gestión y procurar un comportamiento ético, que valide su propia declaración de identidad y que se refleje en una reputación transparente y confiable para sus públicos.

En esta perspectiva, la gestión de la comunicación en las organizaciones es la función directiva llamada a propender por la responsabilidad social y la sostenibilidad para garantizar el triple beneficio en la relación organización-sociedad-Estado. Es por esta razón que se puede afirmar que existe una relación simbiótica entre la comunicación, la responsabilidad social y la sostenibilidad (Orjuela, 2011).

Quizá muchas organizaciones ya lo realicen y no sean conscientes de ello, quizá otras, por creerse pequeñas, no lo hayan implementado o, quizá, algunas, simplemente, no se hayan atrevido a comunicarlo. La responsabilidad social

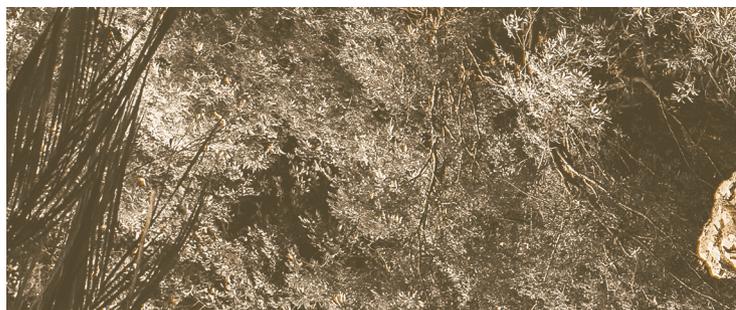


y la sostenibilidad no son exclusivas de grandes grupos empresariales. Todo tipo de organizaciones, incluso en el sector servicios, puede unirse a la causa de manera proporcional a las dimensiones de sus procesos.

Ahora bien, cuando se ha asumido el reto de comunicar una gestión responsable y sostenible, no habrá vuelta atrás. Aquí se empezarán a entender conceptos tan importantes como la transparencia y la confianza de las organizaciones. Muchos de sus públicos estarán esperando el siguiente comunicado y, de no recibirlo, seguro pensarán que solo fue un acto meramente publicitario en favor de su reputación y no un cambio real en la cultura organizacional.

Los públicos son los directamente involucrados en la gestión de esta comunicación y que, si bien pueden tomar una postura exigente frente al tema, también pueden lograr conexiones emocionales con la organización y definir una preferencia ante otras. Es importante involucrar, desde un principio, un conocimiento de las expectativas y necesidades de sus públicos con diagnósticos, modelos y estrategias de comunicación relacionadas.

En conclusión, las organizaciones, a través de una comunicación asertiva, pueden convertirse en un actor social amado y admirado. Comunicar una gestión responsable y sostenible involucra los valores corporativos percibidos ante todos los públicos y la convierte en un activo estratégico, en cuanto a que contribuye directamente a la imagen de la organización, su proyección y posicionamiento con el objeto de potenciar su reputación corporativa. Los profesionales de la comunicación en las organizaciones son los llamados a apoyar a la dirección en este proceso.



EL SEMILLERO COMUNICARSE

El Semillero de Investigación en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial -ComunicaRSE- nace en 2011 con el propósito de sensibilizar a los estudiantes frente a los temas de responsabilidad social y sostenibilidad, por medio del diálogo con las organizaciones y el estudio de sus buenas prácticas y contribuir con la formación de profesionales éticos. Las temáticas del Semillero se articulan con las dos líneas del Grupo de Investigación de Gestión de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo: Comunicación para la gestión en las organizaciones, y Comunicación y grupos de interés (GESCOM, 2016).

Esta iniciativa surgió en una atmósfera de incredulidad y desconfianza generalizada frente a algunas prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad de las organizaciones. En sus inicios, se encontraron más preguntas que verdades sobre estos asuntos tan sensibles para la opinión pública. Sin embargo, estudiantes y docentes comenzaron a apasionarse y a construir colectivamente la reflexión sobre estos temas (Pabón, 2018).



Estas son algunas actividades de investigación que se han adelantado con sus integrantes. El detalle de las ponencias presentadas y de los eventos en los que se ha participado puede revisarse en el blog del Semillero (ComunicaRSE, 2017):

Proyectos:

- *La comunicación interna de la responsabilidad social en empresas de servicio colombianas (2010-2011).*
- *Incidencia de la responsabilidad social y su comunicación como variable determinante para los estudiantes universitarios de Medellín al preferir una empresa para trabajar (2012-2013).*

Trabajos de pregrado:

- *Modelo de comunicación para la implementación de la RS en pymes.* Autoras: Johana Londoño y Luisa López.
- *Fundación EPM y su relación con los empleados.* Autora: Alejandra Esquivel.
- *Caso Isagen: manejo comunicacional con los públicos internos y externos.* Autora: Luisa Fernanda Palacios.

- *La comunicación estratégica como área de apoyo eficaz a la dirección para la relación de ser socialmente responsable con la cultura organizacional de directivos y voluntarios de Colombia Crece Medellín.* Autor: Juan Esteban Valencia Rey.
- *Análisis de la coherencia entre el decir y el hacer de las empresas a partir del crecimiento económico y la responsabilidad social de éstas en el período de 2007 a 2011 en el oriente antioqueño.* Autora: Ana María Villada.
- *La comunicación estratégica y la responsabilidad social empresarial de Bancolombia.* Autoras: Catalina Bustamante, Catalina Escobar y Laura Salazar.

La experiencia de trabajo con el Semillero también ha permitido abrirse a nuevos campos de desempeño para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, mediante la consecución de plazas para prácticas profesionales en áreas de responsabilidad social y sostenibilidad, en organizaciones reconocidas de la región (Pabón, 2018).

RETOS DE INVESTIGACIÓN ACTUAL DEL SEMILLERO COMUNICARSE

Durante el segundo semestre del 2017, el Semillero ComunicaRSE se reconfiguró como grupo en el que se discuten, analizan e indagan temas relacionados con la comunicación, la responsabilidad social y, recientemente incorporada, la sostenibilidad. Este último es un tema vigente sobre el que hay mucho por descubrir y reflexionar, las empresas (sin importar su dimensión) cada vez más la integran en sus políticas administrativas porque influye en la decisión de compra de los consumidores y porque es un compromiso real y continuo con la sociedad.

Gracias a los desarrollos tecnológicos, los consumidores son más conscientes de las prácticas de las organizaciones y cómo pueden afectar el entorno. Se vuelven más exigentes y, sin atribuirle mucha trascendencia al precio del producto, prefieren apostarles a aquellas que estén en favor de la sostenibilidad, de los productos libres de crueldad animal y las preocupadas por el bienestar social. Y estos compromisos organizacionales son evidentes en su comunicación.

La organización siempre comunica, quiera o no quiera hacerlo, hable o no hable. De forma implícita, mediante la visibilidad pública de sus actividades y prácticas. Y de forma explícita, con sus reflexiones y mensajes sobre un asunto

en particular. Esto hace fundamental alinear la estrategia de comunicación y relacionamiento con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Hoy, la apropiación de estos temas no es posible sin comunicación y esta requiere, a su vez, responsabilidad, pues la organización se comunica con su entorno y este responde con comunicación, construye cultura desde su propia identidad y la proyecta a través de sus comportamientos, comunicación y relacionamiento (Orjuela, 2011).

Teniendo en cuenta estas nuevas formas de consumo y de gestión de la comunicación, el Semillero decidió perfilar sus investigaciones. Actualmente, se está trabajando en tres propuestas: dos de ellas relacionadas con la importancia de la comunicación asociada con el concepto de moda sostenible y la otra con la responsabilidad social empresarial en el marco del conflicto en Colombia.

El estado del arte del concepto de moda sostenible en Colombia

La idea surge gracias a la mirada crítica de los fenómenos sociales, en la que se reconoce un esfuerzo de la industria textil por encontrar nuevas formas de mitigar los impactos de sus prácticas en el ambiente y la sociedad. Esto se hace evidente no solo en Medellín y el resto del país, si se piensa en la actual crisis textilera, sino que se expande por todo el mundo.

Y es que los avances en las diferentes áreas del conocimiento han traído consigo grandes ventajas para la vida humana. Sin embargo, la innovación no siempre ha estado acompañada por procesos que involucren la preservación del ambiente. Estas consecuencias se pueden notar a simple vista y cada día afectan más la salud de las personas y los demás seres vivos y, sobre todo, a los lugares en los que habitan. A propósito de esta problemática nace la idea del Consumo sostenible, un modelo de consumo que se rige por los criterios del Desarrollo sostenible y que busca un compromiso por el cuidado, la preservación y el buen uso de los recursos, con el fin de no comprometer los de las generaciones venideras y reducir los impactos negativos sobre el ambiente.

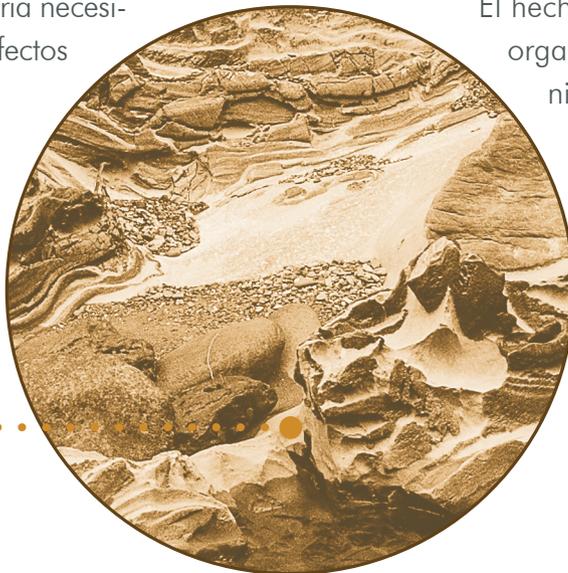
Ahora bien, el concepto de moda sostenible (*moda ética* o *slow fashion*) se desprende de la anterior temática y es una parte de la creciente filosofía del diseño y la tendencia de la sostenibilidad, que tiene como objetivo crear un sistema que pueda ser apoyado indefinidamente en términos de ambientalismo y responsabilidad social. En pro de la preocupación vigente por mejorar la calidad de vida de las comunidades asociadas con el proceso textil, la industria necesita responsabilizarse de los efectos negativos de sus prácticas.

La filosofía *slow fashion* (Puig, 2017), es un movimiento relacionado conscientemente con el

medioambiente y cuyo objetivo se centra en el consumo responsable de la ropa. Este movimiento mentaliza y educa a los ciudadanos sobre el impacto que tienen las prendas de vestir en el ecosistema, la escasez de los recursos naturales y el impacto de la industria textil en la sociedad. La aplicación de un sistema de pensamiento como este es necesaria para el momento de cambio en el que se encuentra el país, pero para hacer ese cambio primero es fundamental conocer las bases teóricas del concepto.

Con esta investigación se pretende indagar sobre el panorama actual en el que se desarrolla esta temática, con el fin de identificar los principales referentes teóricos. Para ello se está revisando la literatura asociada con el concepto para conocer quiénes y qué han aportado en este tema. Además, se realiza una mirada crítica para identificar las actitudes y las nuevas formas de expresión de los consumidores y la opinión pública para rastrear organizaciones que promuevan esta temática y fundar bases para la sensibilización de la ciudadanía con respecto al tema en cuestión.

El hecho de no trabajar por ser una organización o industria sostenible trae consecuencias negativas para la imagen y la reputación. Por ello, es estratégica la favorabilidad de los públicos de estos activos intangibles.





Buenas prácticas de responsabilidad social empresarial en la industria textil

La segunda propuesta de investigación del Semillero quiere profundizar sobre la problemática descrita en el numeral anterior y dar respuesta a la pregunta: ¿Cuáles son las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial que pueden hacer que la industria textil colombiana sea sostenible y cómo se comunican? Para esto, se pretende tomar como referencia las iniciativas emprendidas en diferentes países, algunas, incluso, en empresas colombianas, estudiarlas y proponer un manual de buenas prácticas y su comunicación.

La idea es fomentar e incentivar a las empresas nacionales para que encaminen su responsabilidad social hacia la sostenibilidad y, de algún modo, potenciar las marcas colombianas como embajadoras de dichas modalidades. Esto posibilitaría que la economía colombiana, en especial el sector textil, esté al nivel de las empresas extranjeras que compiten por la calidad de las materias primas con las que son hechos sus productos, por la mano de obra calificada, por el ahorro de recursos hídricos, por menor gasto energético, por el uso de elementos biodegradables y, en general, por el esfuerzo de reducir al máximo su huella ecológica.

La ropa, además de ser una necesidad de primera categoría, refleja la cultura de una sociedad y con mayor razón en una ciudad textilera como Medellín, en la que se encuentran ubicadas un gran porcentaje de las fábricas que componen el sector textil-confección del país y, además, busca fortalecer el comercio local frente a los mercados internacionales. Y es que la moda es ahora una de las industrias más globalizadas. Un solo producto puede replicarse en varios continentes antes de llegar a una tienda y ello hace que la competencia sea más fuerte.

Por otro lado, la manera de producir prendas de vestir ha cambiado radicalmente en los últimos 30 años, durante los cuales el sistema de la *moda rápida* o *fast fashion* tomó fuerza como consecuencia de la globalización y porque las grandes multinacionales del mundo de la moda comenzaron a producir en serie, con colecciones enteras en poco tiempo y que respondían a las últimas tendencias, que los consumidores en todo el mundo querían y pedían tener en sus closets, pero a un muy bajo precio.

En respuesta a dicho comportamiento de compra, las empresas del sector comenzaron a externalizar sus producciones a países como China y Bangladés con el propósito de reducir costos. Esto genera grandes problemas en la cadena de producción, los cuales van desde explotación laboral hasta daños medioambientales progresivos. El Semillero considera que para el ciudadano es importante conocer cómo son elaboradas esas prendas que utilizan a diario con el propósito de intentar cambios en los comportamientos de compra, que, a la larga, llevarán a la industria a adaptarse a nuevas peticiones de compradores mejor informados y más responsables.

La responsabilidad social en el conflicto en Colombia

Finalmente, la tercera propuesta de investigación del Semillero está enfocada en la gestión de la comunicación de la responsabilidad social y sostenibilidad de algunas organizaciones antioqueñas vinculadas con la problemática del conflicto armado colombiano.

Este es un tema que convoca a todos los ciudadanos y que desde hace varios años hace parte de las primeras planas de los medios de comunicación. Con el Acuerdo de Paz firmado con las FARC en 2016, los colombianos se enfrentan a varias transformaciones, entre ellas, a un cambio de mentalidad y de actuación. El Gobierno ha realizado campañas de tolerancia, de concientización y de reinserción de los excombatientes a la vida social. Sin embargo, poco se sabe sobre las medidas del sector privado como actor social partícipe de esta problemática.

La responsabilidad social tiene una implicación en el desarrollo de proyectos para recuperar el tejido social en las poblaciones vulnerables. En las circunstancias actuales del postacuerdo es importante que las organizaciones colombianas se vinculen con la incorporación de cerca

de 30.000 personas a la vida laboral y social. Sin embargo, la vinculación de excombatientes no es la única alternativa que las organizaciones colombianas tienen para contribuir con la paz, también pueden formular proyectos o programas de atención especial para las víctimas, en el marco de sus programas de responsabilidad social y sostenibilidad. Es decir, se necesitan ini-

ciativas concretas en el proceso del postacuerdo, más allá de un apoyo económico porque es indispensable tener una mirada reflexiva frente a lo que ha significado el conflicto y la responsabilidad que el sector privado tiene como actor social.

Con esta propuesta de investigación se pretende indagar sobre la participación de algunas organizaciones antioqueñas, mediante sus programas de responsabilidad social enmarcados en el conflicto en Colombia. Se espera recoger algunas actividades significativas, desde diferentes tipos de organización, que permitan reflexionar en torno a la RSE -Responsabilidad Social Empresarial-, a la RSO -Responsabilidad Social Organizacional- y a la RSU -Responsabilidad Social Universitaria-. Este proyecto representa un punto de partida para investigaciones futuras que sean pertinentes tanto para las organizaciones como para el Gobierno y los estudiantes de las ciencias sociales.

“
La
responsabilidad
social
tiene una
implicación en
el desarrollo
de proyectos
para recuperar
el tejido
social
en las
poblaciones
vulnerables.”

Conclusiones

- La responsabilidad social y la sostenibilidad son asuntos cruciales para la estrategia de las organizaciones. Con las crisis económicas mundiales de la última década, la sociedad está experimentando un cambio de valores, entre ellos, la solidaridad, la cooperación y la sensibilidad social y ambiental. Hoy, los consumidores están mejor informados y conscientes, por lo que les exigen a las organizaciones una actitud comprometida, ética y transparente que se haga evidente en su comunicación y relacionamiento con los públicos.
- La formación investigativa de la UPB se concreta en las rutas o líneas de profundización de los planes de estudio de los programas, que son soportadas por los grupos de investigación, las prácticas de investigación en las asignaturas, los trabajos de grado con perfil investigativo, y la participación en los semilleros de investigación. Estos se convierten en espacios de relación y de debate entre estudiantes y docentes, para reflexionar y opinar de forma recíproca sobre diferentes temas.
- Hacer parte de un semillero mejora el proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes, es una oportunidad que brinda la Universidad para formarse en investigación y para profundizar en algunos temas que ellos consideren son de su interés, en los diferentes ámbitos del conocimiento. Además, les permiten una apropiación y responsabilidad frente a los proyectos y actividades que se propongan dentro del grupo.
- “El semillero es un vivero, donde se empieza a cultivar” (Domínguez, 2017), es un espacio de relación para atreverse a escribir y a publicar, con el ánimo de fortalecer las capacidades y competencias investigativas y enriquecer el perfil personal y profesional.
- El Semillero ComunicaRSE les abre la posibilidad a estudiantes de Comunicación Social-Periodismo, y de otros programas, para que profundicen en temas de comunicación, responsabilidad social y sostenibilidad que son profundamente influyentes en la realidad actual de las organizaciones. Las propuestas de investigación que se adelantan no solo benefician a los estudiantes y a la comunidad académica, sino que son insumo importante de información para las organizaciones, a la hora de gestionar la comunicación en sus proyectos de responsabilidad social y sostenibilidad.
- La participación en el Semillero ComunicaRSE permite abrirse camino a conocer nuevas formas de orientar la responsabilidad social y la sostenibilidad en beneficio de los diferentes públicos que actúan e influyen en una organización. Así como estudiar y comprender otros modelos de aplicación de estas temáticas que, adaptados al contexto colombiano, pueden mitigar algunos vacíos existentes en la parte estratégica y ética de las organizaciones nacionales.
- Las tres propuestas de investigación que actualmente se están adelantando fueron elegidas por los mismos estudiantes. Con su compromiso voluntario, decidieron las temáticas y las metodologías con las que se acercarán al problema, según sus preferencias personales y profesionales y bien asesorados por los docentes que participan en las reuniones del Semillero.

Referencias

- ComunicaRSE. (2017). ¿Quiénes somos? ComunicaRSE Semillero de Investigación en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial. Disponible en: <https://comunicarseupb.wixsite.com/semillerocomunicense/copia-de-inicio>
- Domínguez, E. (2017). *Los semilleros de investigación y la apropiación social del conocimiento*. Taller para coordinadores de semilleros en el marco del Encuentro de Semilleros de Investigación. Red para el desarrollo de competencias científicas e investigativas -Redecci-. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gescom. (2016). *Semillero ComunicaRSE*. Grupo de Investigación en Gestión de la Comunicación. Disponible en: <https://sites.google.com/view/gescomupb/sobre-gescom/comunicarse>
- González, J. (2008). Semilleros de Investigación: una estrategia formativa. *Psicología. Avances de la disciplina*, 2(2), 185-190. Disponible en: <http://132.248.9.34/hevila/PsicologiaAvancesdeladisciplina/2008/vol2/no2/7.pdf>.
- Orjuela, S. (2011). *La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial*. Correspondencias & Análisis, 137-156. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/267226223_La_Comunicacion_en_la_gestion_de_la_Responsabilidad_Social_Empresarial
- Pabón, M. V. (2018). *Entrevista: Origen del Semillero ComunicaRSE*. (V. Suescún, Entrevistador).
- Puig, P. (2017). *Slow fashion: moda, sostenibilidad y negocio*. Trabajo final de grado en Ingeniería en diseño industrial y desarrollo de productos. Valencia, España: Universitat Politècnica de València.
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2015). *Modelo Pedagógico Integrado*. Universidad Pontificia Bolivariana. Disponible en: http://virtual.upb.edu.co/pls/portal/docs/PAGE/GP_REPOSITORIO_IMAGENES/PG_RIMG_MEDELLIN/MODELO%20PEDAGOGICO.PDF
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2018). ¿Qué es un Semillero? Disponible en: <https://www.upb.edu.co/es/investigacion/nuestro-sistema/semilleros>
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2018). *Investigación en UPB*. Disponible en: <https://www.upb.edu.co/es/investigacion/nuestro-sistema/investigacion-upb>

