

## COMUNICAR A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO AMBIENTE ONLINE: O CASO DE QUATRO UNIVERSIDADES PÚBLICAS PORTUGUESAS

*Sónia Silva* (UCP / UTAD / CECS)

### ABSTRACT

In this study, we sought to understand how public universities present themselves as socially responsible institutions, based on the information published on their websites. We used a qualitative methodology by conducting a content analysis of the websites of four Portuguese public universities. The results obtained showed that all the universities analyzed seem to be interested in demonstrating their general concern for the satisfaction and well-being of all their publics. However, although with some similarities, the four universities interpret, with some differences, what their social commitments should be, as they are institutions with quite distinct histories, growth paths, locations and dimensions.

Keywords: universities; social responsibility; websites.

### RESUMO

Neste estudo, procurámos perceber como é que as universidades públicas se apresentam como instituições socialmente responsáveis, tendo por base a informação publicada nos seus *websites*. Utilizámos uma metodologia de carácter qualitativo mediante a realização de uma análise ao conteúdo dos *websites* de quatro universidades públicas portuguesas. Os resultados obtidos demonstraram que todas as universidades analisadas se mostram preocupadas com a satisfação e o bem-estar de todos os seus públicos. Todavia, ainda que com algumas semelhanças, as quatro universidades interpretam, com algumas diferenças, aqueles que devem ser os seus compromissos sociais, pois são instituições com histórias, percursos de crescimento, localizações e dimensões bastante distintas.

Palavras-chave: universidades; responsabilidade social; *websites*.

Recebido em 7 de julho de 2023

Aceite em 27 de julho de 2023

DOI:: <https://doi.org/10.58155/revistadeletras.v1i8.449>

## **Introdução: a responsabilidade social nas universidades**

Nas últimas décadas, principalmente no século XXI, temos testemunhado o crescimento de um vigoroso debate sobre o papel das organizações na sociedade e muitas disciplinas, como é o caso da Comunicação Organizacional, têm procurado trazer algum contributo científico para o assunto. A Responsabilidade Social pode, então, ser definida como a forma como as organizações assumem, conscientemente, as suas ações e avaliam o impacto que têm nos seus públicos. Ser socialmente responsável significa contribuir voluntariamente para uma sociedade melhor (Silva *et al.* 2021). A responsabilidade social das organizações deve ser pensada como uma realidade que é socialmente construída de acordo com o contexto particular de cada empresa ou instituição, num determinado momento e lugar.

Como uma prática que se tem desenvolvido na última década, a Responsabilidade Social deixou de ser um assunto exclusivo das empresas geradoras de lucro para se associar, também, às instituições públicas e, desde logo, ao setor do ensino superior. Encontrámos, na verdade, razões históricas e fundacionais no compromisso social das instituições de ensino superior. As primeiras universidades europeias, que datam do século XII, exerceram um papel privilegiado na produção e difusão de conhecimento através da formação dos indivíduos. Nessa época, médicos e juristas eram os profissionais mais requisitados pelos reinos e, por isso, representavam as áreas de excelência do ensino superior (Carvalho 1986). De certa forma, houve sempre uma relação muito estreita entre a função do ensino universitário e a satisfação de determinadas necessidades da sociedade. Esta ligação é ainda mais visível no presente, porque se espera que as universidades se assumam como verdadeiros agentes do progresso social, económico, cultural e ambiental das comunidades e dos países, numa sociedade profundamente marcada pelo desenvolvimento global e tecnológico. De acordo com Vallaey, Cruz e Sasia (2009: 9):

A universidade orienta a produção de conhecimento, influencia a definição do que é socialmente chamado de verdade, ciência, racionalidade, legitimidade, utilidade, ensino etc. Por isso (...), tem um peso social como referente e ator que pode (ou não) promover o progresso, criar capital social, vincular os alunos à realidade externa, tornar o conhecimento acessível a todos, etc. A universidade responsável pergunta-se como pode acompanhar o desenvolvimento da sociedade e ajudar a resolver seus problemas fundamentais.

As instituições de ensino superior já não podem ser indiferentes aos impactos que produzem nas suas comunidades (Fernandes 2018), porque as expectativas face ao seu comportamento são muitas (Santos, 1989). É por isso que, atualmente, o principal desafio das universidades está na sua capacidade de desenvolverem estratégias que lhes permitam responder às solicitações que advêm dos seus diferentes públicos (Mainardes, Raposo e Alves 2014). Por outras palavras, e tal como explicam Casablanca-Segura, Llonch e Alarcón-del-Amo (2019), espera-se que estas instituições orientem a sua missão de forma a contemplar os interesses das partes interessadas e da sociedade em geral. Para tal, devem manter um sistema de comunicação bidirecional que promova um diálogo cooperativo e contínuo com os seus públicos (Mainardes *et al.* 2014). Só assim serão capazes de participar na comunidade e intervir nos seus problemas sociais, alcançando uma conceção mais ampla de Responsabilidade Social (Santos 1989).

A Responsabilidade Social das universidades diz respeito à forma como estas entidades atuam de forma a contribuir para a construção de uma sociedade mais democrática, mais sustentável, culturalmente mais preparada e economicamente mais forte (Ribeiro e Magalhães 2014). Para concretizarem este compromisso social, de acordo com Vallaeys *et al.* (2009), estas instituições devem trabalhar de forma integrada, privilegiando quatro dimensões: 1) o âmbito organizacional, como instituições que operam em torno de um projeto socialmente responsável; 2) o âmbito educativo, como entidades responsáveis pela formação de cidadãos dotados de competências profissionalizantes e cívicas; 3) o âmbito do conhecimento, como centros que, através da investigação, produzem o saber e o transmitem e; 4) o âmbito social, no qual as universidades, como parte integrante da sociedade, cooperam com outros agentes de nível local e nacional. Ensino, investigação e interação com a sociedade, como pilares fundamentais da missão das universidades são, também, os eixos do seu compromisso social.

É através do ensino e da educação que se formam cidadãos competentes, atentos ao seu meio e, por isso, responsáveis por assegurar a permanência dos valores sociais, (Ralphe e Stubbs 2014). Para Chile e Black (2015), os indivíduos, mais do que bons profissionais, devem ser capazes de usar o conhecimento para refletir e questionar o que representa uma sociedade melhor no mundo moderno.

Por sua vez, a investigação que se realiza nas universidades é uma condição necessária para produzir o conhecimento que é fundamental para o de-

envolvimento das sociedades (Hegde 2005). De acordo com Vallaeys *et al.* (2009), a Responsabilidade Social da investigação implica, também, a tarefa de difundir amplamente e de modo compreensivo os processos e resultados da atividade científica. A ciência precisa de ser partilhada, pois, é assim que o conhecimento se torna reconhecido e útil.

Com base neste princípio da partilha do conhecimento, muitas reivindicações foram feitas, nos últimos anos, sobre o papel fundamental das universidades públicas em relação à criação e transferência de conhecimento para a sociedade (Brennan 2008). Esta é, de resto, uma expectativa que tem vindo a crescer à medida que estas instituições se foram adaptando aos seus novos modelos de autonomia e à necessidade de se tornarem mais empreendedoras e economicamente mais independentes, face à incapacidade financeira dos governos (Jongbloed, Enders e Salerno 2008).

No entanto, além da transferência de conhecimento, a educação superior também começou a convocar para uma participação mais ativa na comunidade envolvente (Jorge e Peña 2017). Referimo-nos, neste ponto, à interação com a sociedade, que implica uma aproximação das universidades às realidades do seu meio através de um conjunto de iniciativas relacionadas com a diversificação cultural, com o apoio ao desenvolvimento tecnológico e industrial, com a promoção da empregabilidade, com a realização de ações de voluntariado ou com a oferta de serviços adaptados às necessidades da região (Brennan 2008; Jongbloed *et al.* 2008; Jorge e Peña 2017).

Concluimos, assim, que a Responsabilidade Social das universidades deve ser pensada como um projeto unificador, estruturado em função da missão, dos objetivos e da estratégia institucional, no qual o ensino, a investigação e a interação com a sociedade trabalham de mãos dadas. Esta é, de resto, uma ideia partilhada por Jorge e Peña (2017), que nos dizem que as universidades devem ser socialmente responsáveis em toda a sua estrutura. Assim consideram: 1) que a formação deve privilegiar a integração de questões sociais, éticas e ambientais; 2) que a investigação não pode esquecer a importância da transferência e partilha dos seus resultados com a sociedade; e 3) que as atividades de envolvimento com a comunidade devem orientar-se pelo princípio da cidadania e pela contribuição para o progresso socioeconómico. Para alcançarem estas dimensões, estas instituições precisam de implementar práticas de governo e de gestão que envolvam os seus públicos no processo de tomada de decisões.

Terminada esta discussão, parece-nos adequado afirmar que o compromisso de Responsabilidade Social das universidades, embora fruto de gran-

des transformações ao longo do século XXI, é uma parte importante da sua identidade, já que está ligado à sua fundação. Desde sempre que estas instituições têm sido chamadas a atuar em prol do que vão sendo as necessidades de progresso das sociedades.

### **1. A importância dos *websites* enquanto plataformas de informação: a comunicação online da responsabilidade social**

As possibilidades e transformações que o aparecimento da internet e da *World Wide Web* trouxeram para a comunicação humana e organizacional têm sido alvo de interesse no seio da comunidade académica, principalmente nas duas últimas décadas. A maior parte dos investigadores tem concordado que estas tecnologias revolucionaram os fundamentos da comunicação enquanto disciplina e enquanto elemento decisivo para a sobrevivência humana e para a atividade organizacional. Manuel Castells (2007), uma referência internacional no estudo dos efeitos das novas tecnologias de informação e comunicação, veio explicar que as atividades humanas, económicas, sociais, políticas e culturais de todo o planeta se estão a estruturar através da internet. Na segunda década do século XXI esta é uma evidência e a rede global de computadores (e atualmente de dispositivos móveis), bem como os seus constantes desenvolvimentos tecnológicos, representam uma extensão natural da vida humana e organizacional.

A internet e a *World Wide Web* trouxeram transformações determinantes para o ambiente da comunicação das organizações as quais, desde então, têm estruturado as suas estratégias e ações em torno das potencialidades desta tecnologia interativa. De acordo com Salar e Mora (2012), atualmente as páginas web constituem referências úteis para conhecer a identidade de qualquer instituição e são, por isso, fontes de informação fundamentais. No seio das universidades portuguesas, a criação de *websites* institucionais representou uma das primeiras medidas relacionadas com o incremento das novas tecnologias. Com a proliferação de páginas da internet capazes de agregar informação diversa, facilmente acessíveis através de um computador ou de outro dispositivo móvel, as instituições de ensino perceberam que esta poderia representar uma boa plataforma de contacto com os seus diversos públicos. Por outro lado, universidades de países vizinhos e um pouco por toda a Europa tinham já começado a adotar esta tendência, alertando o setor nacional para as potencialidades desta ferramenta de comunicação (Silva, Ruão e Gonçalves 2016). Como resultado desta medida, em 2019, todas as univer-

sidades e institutos politécnicos têm, pelo menos, o seu *website* institucional que se faz acompanhar, frequentemente, de portais online específicos para cada faculdade, escola, instituto ou serviço.

Certos da importância da comunicação online, focamo-nos na análise dos *websites* de quatro universidades públicas portuguesas – Universidade da Beira Interior, Universidade de Lisboa, Universidade do Minho e Universidade do Porto –, em particular nos conteúdos relacionados com a sua atuação social. Uma vez que estas páginas tendem a agregar um conjunto muito completo de informações sobre toda a atividade das instituições, a sua observação permitiu-nos desenvolver uma primeira compreensão mais detalhada sobre as medidas de responsabilidade social da Universidade da Beira Interior, da Universidade de Lisboa, da Universidade do Minho e da Universidade do Porto, que aprofundámos com a posterior realização de entrevistas com os Reitores das quatro instituições.

Estamos conscientes, no entanto, de que a comunicação online não se restringe às páginas web e que se manifesta, de uma forma expressiva, mediante a presença noutro tipo de plataformas como é o caso das redes sociais. Todavia, uma vez que pretendíamos analisar um conjunto de informações mais completas sobre cada universidade, e suportados pelas visões de vários académicos, optámos por considerar *os websites* como o meio adequado (porque mais institucional) aos nossos propósitos de investigação. Branco e Rodrigues (2006: 232) afirmam, por exemplo, que:

A internet tornou-se um importante meio através do qual as empresas podem divulgar informações de diferentes naturezas e assim alguns estudos recentes foram feitos mediante a análise dos *websites* de empresas como um meio de divulgação da responsabilidade social.

Castillo e Trabadelo (2008) também suportam a nossa opção ao salientarem que os *websites* são os veículos de comunicação mais apropriados para a prestação de informação sobre todas as ações e serviços das instituições de ensino superior. Esta perspetiva é partilhada por Mora e Ibánéz (2009), que os descrevem como canais de informação e comunicação prioritários para o contacto com os públicos. Para estes académicos, a análise da Responsabilidade Social das universidades através das suas páginas web permite perceber como é que entendem o seu papel no desenvolvimento social. Coupland (2004) e Sousa-Filho, Wanderley, Lucian e Kooy (2014), concordam com esta ideia ao defender que este meio representa um espaço de comunicação que vai ao encontro das necessidades informacionais dos

diferentes públicos e que, por isso, tem sido utilizado como uma ferramenta de apresentação e divulgação das ações sociais e ambientais. Siano, Conte, Amabile, Vollero e Piciocchi (2016), também concordam que os *websites* organizacionais se tornaram canais de comunicação eficazes para divulgar informação sobre responsabilidade social e para melhorar o contacto com os públicos promovendo, conseqüentemente, o seu envolvimento com as ações sociais e ambientais das empresas e instituições.

Além disso, tal como Insch (2008) declara, os *websites* são uma representação icônica da organização, intencionalmente projetados para mostrar a sua identidade aos diferentes públicos e, por isso, são utilizados para apresentarem as iniciativas de responsabilidade social. Também Esrock e Leichty (1998), Cooper (2003) e Pollach (2005) concordam que as páginas web se tornaram ferramentas poderosas no fomento das identidades organizacionais e na constituição de relacionamentos com os *stakeholders*, de tal forma que, nos últimos anos, vários estudos se têm centrado na análise das formas pelas quais os *websites* são utilizados pelas entidades com o objetivo de estabelecerem relações com os públicos e de se apresentarem como entidades socialmente responsáveis.

A existência destes estudos enfatiza o impacto que as páginas da internet representam para a comunicação das organizações. Pollach (2005) explica este fenómeno ao definir quatro características que justificam a importância destes meios de comunicação: 1) são capazes de transmitir uma quantidade ilimitada de informações para os públicos potenciais, incluindo clientes, fornecedores, colaboradores, candidatos, investidores, jornalistas, estudantes e público em geral; 2) são um meio de utilização própria, o que significa que os indivíduos têm mais controlo sobre os conteúdos que consomem e são ativos na procura das informações que desejam, podendo fazê-lo de forma mais eficiente e adaptada às suas necessidades e interesses; 3) as mensagens são controladas apenas pelas organizações, sem intermediários; 4) possibilitam que as organizações conheçam melhor os seus públicos através da criação de um diálogo interativo.

A internet tem, então, um papel relevante na gestão das relações com os públicos e, por isso, é um meio útil para a transmissão das informações que mostram o compromisso social das organizações. Tal como constata Cooper (2003), a sua fácil acessibilidade e as possibilidades de interação e envolvimento que detém tornam-na numa boa ferramenta de comunicação, a qual facilita o contacto com uma variedade de grupos envolvidos com as empresas e instituições, ao mesmo tempo que lhes permite uma experiência

personalizada, onde cada um é ativo na procura e acesso aos conteúdos adequados às suas necessidades.

Impulsionados por estes argumentos e convencidos de que a análise do conteúdo dos *websites* das quatro universidades públicas se reveste de particular interesse para a compreensão da sua responsabilidade social, enveredamos pelo seu estudo.

## **2. Metodologia: um estudo a partir do conteúdo socialmente responsável**

### **2.1 A opção pelas universidades públicas**

Tal como já fomos dando conta, seleccionámos como objeto de estudo as universidades públicas portuguesas, por dois motivos. Por um lado, foram as primeiras instituições de ensino superior em Portugal, antes do aparecimento das instituições privadas e dos institutos politécnicos (que surgiram apenas a partir da década de 70 do século XX) e, por isso mesmo também foram, durante vários séculos, as responsáveis por produzir e disseminar o conhecimento necessário ao progresso económico e social do país. Por outro lado, devido ao seu estatuto de entidades públicas, cujo financiamento e regulamentação dependem do Estado, devem perseguir o princípio do interesse público e, assim, procurar responder às aspirações de conhecimento e formação dos cidadãos e às necessidades de desenvolvimento do país, ao mesmo tempo que conservam uma atitude transparente e de prestação de contas públicas. E esta visão é sustentada por um conjunto de académicos, como é o caso de Hegde (2005) e Ran e Golden (2011).

Enveredámos pelo estudo de quatro instituições, pois estamos conscientes de que não teríamos possibilidade de estudar, em profundidade, os *websites* das 13 universidades públicas que existem em Portugal. Assim, como critério de seleção, tivemos em conta a diversidade de instituições em termos de dimensão e localização.

Tentamos, por isso, comparar os comportamentos de responsabilidade social de universidades grandes e situadas em zonas de alta densidade populacional, com instituições de menor dimensão, enraizadas em regiões menos povoadas e desenvolvidas. Com a aplicação destes critérios chegámos às instituições que constituíram os estudos de caso: a Universidade de Lisboa (ULisboa) e a Universidade do Porto (U.Porto) como as que têm o



maior número de alunos em Portugal (49 720<sup>1</sup> e 29 718, respetivamente) e que estão localizadas nos maiores centros urbanos do país; e a Universidade do Minho (UMinho) e Universidade da Beira Interior (UBI), que têm um menor número de alunos (18 600 e 7 000) e estão mais afastadas do litoral.

Estamos conscientes, contudo, que deixamos de lado algumas instituições cujas características são similares àquelas que escolhemos. A Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro possui características similares à Universidade da Beira Interior e a Universidade de Coimbra tem um número de alunos que a aproxima da Universidade do Porto. Todavia, na data em que realizámos este estudo, o acesso à Universidade do Porto e à Universidade da Beira Interior foi-nos mais fácil e não seria ético omitir que estes aspetos também pesaram na nossa escolha. É importante referir também que, por limitações de tempo e de recursos financeiros, optámos por excluir as universidades dos arquipélagos da Madeira e dos Açores bem como as instituições localizadas nas regiões do Alentejo e do Algarve.

## 2.2 A criação do modelo de análise de conteúdo de *websites*

Depois da seleção das quatro universidades a estudar, centramo-nos nos seus *websites*, sendo que o primeiro passo foi a criação de um modelo de análise. Tendo em conta os objetivos da nossa investigação, esta análise de *websites* privilegiou as informações que se referiam às responsabilidades e aos compromissos das universidades para com os seus públicos. A observação favoreceu, assim, as questões do conteúdo deixando de lado a sua forma. Ou seja, tivemos em conta os textos relacionados com o assunto da responsabilidade social, mas não analisámos aspetos relacionados com o design e com a arquitetura das páginas.

Este é, de acordo com Mora e Ibánéz (2009), um objetivo realista, já que concordam que a análise da responsabilidade social das universidades através da informação da sua página *web* permite perceber como é que estas entendem o seu papel no desenvolvimento social, ao mesmo tempo que se percebe como o comunicam aos seus públicos. De acordo com Luvizotto, Fusco e Scanavacca (2010), a partilha de informação é uma das componentes mais importantes dos *websites* e parece-nos que isso se justifica pela sua relevância na projeção de uma determinada identidade e pelo fortalecimento das relações com os públicos-alvo.

---

<sup>1</sup> A informação sobre os números foi retirada dos *websites* de cada universidade, no período em análise.

Nesta fase, e para melhor desenharmos um quadro de análise dos conteúdos do *website*, tivemos em conta o contributo de vários trabalhos sobre o impacto da comunicação online nas organizações, como é o caso de Kumar e Benbasat (2002), Guráu (2008) e Wæraas (2010). Inspirámo-nos, ainda, num conjunto de estudos que se centraram na relevância dos *websites* para a comunicação de instituições de ensino, nomeadamente: Colle (2003), Castillo e Trabadela (2008) e Luvizotto *et al.* (2010). Por fim, considerámos investigações que analisaram *websites* com o objetivo de compreender como é que as organizações apresentam e comunicam a sua responsabilidade social, designadamente: Esrock e Leichthy (1998), Cooper (2003), Snider, Hill e Martin (2003), Coupland (2004), Pollach (2005), Chaudhri e Wang (2007), Insch (2008), Sousa-Filho *et al.* (2014), Mora e Ibánéz (2009) e Salar e Mora (2012), estes dois últimos estudos focam-se, precisamente, na análise de questões de responsabilidade social das universidades através dos seus *websites*.

Depois desta leitura, procedemos à criação do nosso modelo de análise dos conteúdos textuais dos *websites*. Para a definição do que deveríamos considerar como textos sobre responsabilidade social baseámo-nos em Chaudhri e Wang (2007) e em Esgaio e Gomes (2018), bem como numa análise prévia da informação existente nos *websites* das quatro universidades. Após esta análise, chegámos às seguintes categorias: 1) responsabilidade nos campi e para com a comunidade académica; 2) responsabilidade para com a comunidade envolvente e a sociedade em geral; e 3) responsabilidade para com o desenvolvimento sustentável (tabela 1).

Tabela 1 – matriz de categorização

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>
1) Responsabilidade no <i>campus</i> e para com a comunidade académica	1.1) Infraestruturas e qualidade de vida nos campi
	1.2) Serviços de apoio social, de integração, de inclusão e de proteção dos direitos humanos
	1.3) Formação profissional permanente e integral
	1.4) Políticas de mobilidade e internacionalização
	1.5) Sistemas de garantia de justiça, qualidade, avaliação e transparência

2) Responsabilidade para com a comunidade envolvente e com a sociedade em geral	2.1) Formação ao longo da vida
	2.2) Contacto com os alumni
	2.3) Transferência e valorização do conhecimento
	2.4) Participação social na comunidade
3) Responsabilidade para com o desenvolvimento sustentável	

A categoria 1) diz respeito às atividades e ações que afetam mais os públicos internos<sup>1</sup>; a 2) inclui as ações mais direcionadas para os públicos externos<sup>2</sup>; por fim, a categoria 3) abrange todas as medidas que se aplicam à sustentabilidade e à garantia de um futuro sustentável e, por isso, estende-se quer ao âmbito interno quer ao âmbito externo das universidades.

Para cada uma das três categorias (tabela 1) agrupámos, então, um conjunto de subcategorias que, através de uma leitura prévia dos quatro *websites*, considerámos representarem os tipos de conteúdos de responsabilidade social que as universidades apresentam. Assim, na categoria 1) responsabilidade no *campus* e para com a comunidade académica, incluímos: 1.1) as infraestruturas e a qualidade de vida nos campi; 1.2) os serviços de apoio social, de integração, de inclusão e de proteção dos direitos humanos; 1.3) a formação profissional permanente e integral; 1.4) as políticas de mobilidade e internacionalização; 1.5) e os sistemas de garantia de justiça, qualidade, avaliação e transparência, dimensão que consideramos transversal aos públicos internos e externos.

No que respeita à categoria 2) responsabilidade para com a comunidade envolvente e a sociedade em geral, referimo-nos: 2.1) à formação ao longo da vida; 2.2) ao contacto com os alumni; 2.3) à transferência e valorização do conhecimento; e 2.4) à participação social na comunidade.

Por fim, na categoria 3) incluímos a responsabilidade com o desenvolvimento sustentável, que também consideramos ser uma dimensão comum aos públicos internos e externos, e na qual não incluímos nenhum eixo específico já que nos interessa perceber se a sustentabilidade é mencionada como uma preocupação das universidades. De acordo com Ávila *et al.* (2017), nas

<sup>1</sup> Os públicos internos incluem estudantes; docentes; investigadores; e pessoal técnico e administrativo.

<sup>2</sup> Os públicos externos incluem candidatos a alunos e a sua família; candidatos a docentes, investigadores e funcionários; *alumni*; Estado; autoridades locais, nacionais e internacionais; empresas e instituições da região; outras instituições de ensino superior; região e comunidade envolvente; meios de comunicação social; sociedade em geral (nacional e internacional).

últimas décadas, tem havido um aumento notável das discussões sobre o papel do ensino e da investigação no desenvolvimento sustentável e, nesse sentido, também as universidades portuguesas têm incluído preocupações e princípios de sustentabilidade nas suas práticas internas e externas. No âmbito destes três eixos, situamos, então, aquilo que identificamos como conteúdos de responsabilidade social.

Em seguida, procuramos incluir as respetivas unidades de registo dentro de cada subcategoria, que descrevem os indicadores que tivemos em conta na análise. A tabela 2 sintetiza as unidades de registo utilizadas no estudo.

Tabela 2 – unidades de registo para análise de *websites*

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Unidades de registo</b>
1) Responsabilidade no <i>campus</i> e para com a comunidade académica	1.1) Infraestruturas e qualidade de vida nos campi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N.º de faculdades/ escolas</li> <li>• N.º de unidades alimentares</li> <li>• N.º de residências universitárias</li> <li>• N.º de bibliotecas, salas de estudo e centros de documentação</li> <li>• N.º de espaços desportivos</li> </ul>
	1.2) Serviços de apoio social, de integração, de inclusão e de proteção dos direitos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de apoio social</li> <li>• Gabinetes de inclusão de integração de pessoas com necessidades especiais</li> <li>• Respeito pela igualdade de género e pela diversidade étnica, política e religiosa</li> </ul>
	1.3) Formação profissional permanente e integral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de formação de pessoal docente, técnico e investigador</li> </ul>
	1.4) Políticas de mobilidade e internacionalização	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de mobilidade e internacionalização</li> </ul>
	1.5) Sistemas de garantia de justiça, qualidade, avaliação e transparência	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de avaliação de desempenho</li> <li>• Códigos de conduta ética</li> </ul>

2) Responsabilidade para com a comunidade envolvente e com a sociedade em geral	2.1) Formação ao longo da vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regimes especiais de acesso</li> <li>• Diversificação da oferta formativa</li> </ul>
	2.2) Contacto com os alumni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ações de aproximação e interação com os antigos alunos</li> </ul>
	2.3) Transferência e valorização do conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades, centros e projetos de investigação</li> <li>• Produção, publicação e comunicação científica</li> <li>• Registo de patentes</li> <li>• Cooperação com o tecido industrial</li> <li>• Criação de parques tecnológicos e de spin-offs</li> </ul>
	2.4) Participação social na comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção de atividades culturais</li> <li>• Disponibilização de serviços à comunidade</li> <li>• Ações de voluntariado</li> </ul>
3) Responsabilidade para com o desenvolvimento sustentável		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas e programas de sustentabilidade</li> </ul>

Para proceder à análise do *website* de cada das quatro universidades, criámos uma grelha de preenchimento para cada uma destas, com as respetivas categorias, subcategorias e unidades de registo.

Ainda no que à metodologia diz respeito, importa mencionar que este estudo dos *websites* decorreu entre 2019 e 2020, portanto, assentou nos conteúdos existentes nesse período. Assim, é muito provável que, desde então, alguns conteúdos já tenham sido atualizados. É preciso ainda ter em conta que, no caso das universidades de Lisboa e do Porto, dada a sua maior dimensão, é possível que alguma informação não esteja centralizada no *website* geral e que seja apenas divulgada pelas faculdades ou serviços que sejam responsáveis

pelas ações. Apesar disso e da grande quantidade de dados recolhidos, estamos convencidos da utilidade do modelo criado, cuja discussão apresentamos em seguida.

### **3. Apresentação dos resultados: diferenças e semelhanças na responsabilidade social das universidades**

A categoria da responsabilidade social no *campus* (1) procura analisar os *websites* das quatro universidades do ponto de vista da existência de informação que demonstre a valorização de todos os membros da comunidade académica e que indique a manutenção de um ambiente potenciador do desenvolvimento pessoal e profissional.

Tal como se pode constatar pela tabela 3, é dentro dos “muros” que as universidades iniciam a sua responsabilidade social. Estudantes, docentes, investigadores e funcionários passam grande parte do seu dia nos campi e por isso, de acordo com os dados recolhidos, a UBI, a ULisboa, a UMinho e a U.Porto procuram investir na qualidade de vida dos seus públicos internos através da criação de infraestruturas e de serviços que contribuam para a melhoria dos ambientes laborais e de estudo.

No âmbito deste investimento, e ainda que com um número de infraestruturas distinto, as quatro universidades comunicam os seus espaços de ensino, de estudo, de alimentação, de alojamento e de desporto. Salas de aula, bibliotecas, salas e centros de estudo, unidades alimentares, residências universitárias e espaços para a prática de desporto integram os campi destas instituições.

Do mesmo modo, a par dos seus serviços de ação social, quer a UBI, a ULisboa, a UMinho e a U.Porto procuram ampliar as suas medidas de apoio aos estudantes, com a criação de fundos de apoio social e/ ou de bolsas e prémios de mérito.

Tal como se pode constatar pela leitura da tabela 3, também a preocupação com a integração e inclusão igualitária de todos e com a proteção dos direitos humanos figuram no cerne das universidades analisadas. Procurando responder a diretivas europeias e a imposições legais, as quatro instituições de ensino divulgam, nos seus *websites*, a existência de gabinetes para este efeito.

Da análise da tabela 3 verifica-se, ainda, a aposta na formação e na internacionalização do conhecimento de toda a comunidade académica, através da criação de atividades formativas e da aposta em programas de mobilidade.

Por fim, no que à vertente interna da responsabilidade social diz respeito, os *websites* das quatro universidades divulgam a existência de sistemas de avaliação interna que contribuir para a instalação de modelos organizacionais justos e transparentes, sustentados na qualidade da instituição.

Tabela 3 – análise da responsabilidade social interna

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Unidades de registo</b>	<b>UBI</b>	<b>ULisboa</b>	<b>UMinho</b>	<b>U.Porto</b>	
1)	1.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N.º de faculdades/escolas</li> <li>• N.º de unidades alimentares</li> <li>• N.º de residências universitárias</li> <li>• N.º de bibliotecas</li> <li>• N.º de espaços desportivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 faculdades</li> <li>• 4 cantinas, 8 bares e 2 buffets</li> <li>• 7 residências</li> <li>• 3 bibliotecas/salas de estudo</li> <li>• 4 espaços desportivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 faculdades</li> <li>• 8 cantinas, 1 restaurante, 4 cafetarias, 5 snack-bares</li> <li>• 24 residências</li> <li>• 35 bibliotecas/salas de estudo</li> <li>• 1 espaço desportivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 escolas/institutos</li> <li>• 3 cantinas, 1 restaurante, 2 grill, 13 bares, 1 snack-bar</li> <li>• 4 residências</li> <li>• 30 bibliotecas / salas de estudo</li> <li>• 2 espaços desportivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 faculdades</li> <li>• 11 cantinas, 1 restaurante, 1 grill, 6 snack-bares</li> <li>• 9 residências</li> <li>• 30 bibliotecas/salas de estudo</li> <li>• 4 espaços desportivos</li> </ul>	
	1.2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de apoio social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serviços de ação social, bolsas de mérito e prémios escolares</li> </ul>				
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundos de Apoio Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundo de Apoio Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsas de Consciência Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundo Social de Emergência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundo de Apoio Social</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabinetes de inclusão de integração de pessoas com necessidades especiais</li> <li>• Respeito pela igualdade de género e pela diversidade étnica, política e religiosa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabinete de Apoio Psicológico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rede para a Igualdade de Género, Inclusão e Não Discriminação (RIIND)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabinete para a Inclusão (GPI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabinete de Apoio ao Estudante com Necessidades Educativas Especiais: GAENEE.UP</li> </ul>	
	1.3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de formação de pessoal docente, técnico e investigador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de Formação Interação UBI Tecido Empresarial (CFIUTE)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website menciona a importância da formação contínua e diversificada aos seus recursos humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro IDEA – UMinho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Links para oportunidades de formação de docentes, investigadores e pessoal técnico</li> </ul>	

1.6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de mobilidade e internacionalização</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erasmus +, O Erasmus Mundos e Programa Almeida Garret</li> </ul>			
1.7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de avaliação de desempenho</li> <li>• Códigos de conduta ética</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeamento ação e melhoria contínua (PDCA)</li> <li>• Sistema Interno de Garantia de Qualidade da UBI (SIGQ)</li> <li>• Código de Integridade da UBI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estruturas internas destinadas a avaliar a qualidade do ensino, da investigação e dos serviços</li> <li>• Código de Conduta e de Boas Práticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema Interno de Garantia de Qualidade (SIGAC)</li> <li>• Código de Conduta Ética da UMinho</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabinete de Estudos Estratégicos e Melhoria Contínua (GEEMC)</li> <li>• Código Ético de Conduta Académica</li> </ul>

A garantia de uma comunidade académica envolvida com a missão da sua Universidade é um motor decisivo na realização da vertente externa da responsabilidade social. Segundo a nossa análise, a implementação de um compromisso social externo inclui, desde logo, a abertura das portas das universidades e do seu capital de conhecimento a novos públicos, através da aposta na formação ao longo da vida. Para tal, e como percebemos pela leitura da tabela 4, as quatro instituições de ensino estudadas oferecem o regime de acesso para maiores de 23 e procuram, ainda, disponibilizar cursos de formação avançada, cursos de línguas ou cursos especializados. No domínio desta maior abertura, não se esquece o contacto permanente com os antigos estudantes, através da criação de associações Alumni.

Também a transferência e valorização social e económica do conhecimento tem sido uma preocupação central das instituições de ensino superior e uma forma de ampliarem a sua participação na sociedade. Neste campo, e de acordo com a análise dos respetivos *websites*, a UBI, a ULisboa, a UMinho e a UPorto, têm respondido com o aumento do número e da capacidade das suas unidades e centros de investigação; com a criação de grupos multidisciplinares e de pesquisa colaborativa em várias áreas do conhecimento; com o envolvimento em projetos de investigação; com o reforço da cooperação com empresas, indústrias e outras autoridades locais e nacionais; com a criação de parques tecnológicos; com o apoio ao empreendedorismo e à criação de *spin-offs*; com o incentivo ao registo de patentes; e com o estímulo à produção, publicação e comunicação científica. Esta foi, de resto, a conclusão a que chegámos com a observação dos *websites* das quatro universidades. Optamos, neste ponto, por não particularizar políticas, projetos ou medidas específicas de cada uma das instituições analisadas, pois a dimensão de entidades, estruturas, protocolos, projetos, atividades, etc. que estão envolvidos na transferência e valorização social e económica do conhecimento de cada uma destas universidades não é contabilizável ou mensurável através da aná-



lise do conteúdo que divulgam nos sítios eletrónicos oficiais. A informação sobre este tema estará, certamente, dispersa em vários meios de comunicação que envolvem as faculdades, as escolas, os centros e unidades de investigação, mas, também, outros atores sociais que cooperam com estas instituições de ensino superior.

A responsabilidade social externa integra, ainda, a participação ativa na comunidade, lembrando o papel importante das universidades enquanto motores de desenvolvimento das suas regiões e como instituições responsáveis por apoiar e contribuir para determinadas causas, mediante a prestação de serviços e a promoção de ações de voluntariado. Na tabela 4 é possível verificar que todas as universidades estudadas procuram divulgar estas preocupações nos seus *websites*.

Por fim, estas vertentes interna e externa da responsabilidade social das universidades têm sido concretizadas em estreita articulação com a preocupação em promover o desenvolvimento sustentável, assente numa gestão eficiente de recursos e com os olhos postos na construção de um futuro de qualidade.

Tabela 4 – análise da responsabilidade social interna

Categorias	Subcategorias	Unidades de registo	UBI	ULisboa	UMinho	U.Porto	
		2)	2.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regimes especiais de acesso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concurso Especial para Maiores de 23</li> </ul>		
		Diversificação da oferta formativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centro de Formação Interação UBI Tecido Empresarial (CFIUTE): formação em colaboração com empresas locais</li> <li>UBI Executive</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M50 – Formação Universitária para maiores de 50</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> cursos à distância, cursos avançados e cursos de línguas</li> <li>UMinhoExec</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursos de especialização, estudos avançados, cursos livres</li> </ul>	
	2.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ações de aproximação e interação com os antigos alunos (alumni)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Associações de antigos alunos</li> </ul>				

2.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades, centros e projetos de investigação</li> <li>• Produção, publicação e comunicação científica</li> <li>• Registo de patentes</li> <li>• Cooperação com o tecido industrial</li> <li>• Criação de parques tecnológicos e de spin-offs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação e diversificação de unidades e centros de investigação</li> <li>• Criação de grupos multidisciplinares e de pesquisa colaborativa em várias áreas do conhecimento</li> <li>• Envolvimento em projetos de investigação aplicada em parceria com atores sociais</li> <li>• Reforço da cooperação com empresas, indústrias e outras autoridades locais e nacionais</li> <li>• Criação de parques tecnológicos e <i>spin-offs</i></li> <li>• Incentivo ao registo de patentes</li> <li>• Estímulo à produção, publicação e comunicação científica</li> </ul>			
2.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção de atividades culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoção turística da região</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos culturais como exposições, concertos, conferências, seminários, congressos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades e grupos culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parceira no desenvolvimento cultural da região</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilização de serviços à comunidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aluguer de espaços, serviços de consultoria, dinamização de consultas médicas em diferentes especialidades, realização de rastreios etc.<sup>1</sup></li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ações de voluntariado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voluntariado no domínio da saúde e da educação</li> </ul>			
3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas e programas de sustentabilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidade ancorada em práticas de gestão verde quer na utilização dos seus recursos, quer na escolha dos seus modelos de governação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento sustentável enquanto pilar estratégico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidade no âmbito da melhoria do desempenho e a otimização de infraestrutura e equipamento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Referência à importância de uma atitude prudente e orientada para a consolidação e exploração dos recursos</li> </ul>

#### 4. Discussão dos resultados: diferenças e semelhanças na responsabilidade social das universidades

Com a análise dos *websites* das quatro universidades constatamos que todas procuram mostrar a sua preocupação com os públicos internos e externos. Existem, contudo, e tal como prevíamos, diferenças entre as quatro instituições e que têm a ver, principalmente, com as dimensões de cada uma,

<sup>1</sup> As Universidades de Lisboa e do Porto apresentam a informação de forma mais completa e organizada porque fazem uma listagem de todos os serviços que são disponibilizados por faculdades.

com a origem da sua fundação, com a história do seu desenvolvimento e com o local onde estão sedeadas. No entanto, percebemos que estas disparidades não se refletem ao nível dos elementos que compõem a responsabilidade social, ou seja, tanto a Universidade da Beira Interior, como a Universidade de Lisboa, como a Universidade do Minho e a Universidade do Porto reconhecem a importância do seu papel em todas as dimensões da responsabilidade social interna e externa e a diferença está, essencialmente, na extensão e no número de entidades, de projetos, de ações, etc., que se envolvem em cada uma dessas dimensões. Ou seja, quanto maior é a universidade mais faculdades ou escolas terá e isso reflete-se, também, no número de centros e unidades de investigação existentes, na totalidade de projetos de investigação alcançados, na concretização de parcerias nacionais e internacionais, entre outros. Não consideramos, contudo, que o número de centros de investigação, de projetos, entre outros ou até os próprios recursos financeiros existentes sejam decisivos no sentido de perceber o valor que é dado às questões da responsabilidade social. Aliás, a este respeito queremos, até, deixar uma pequena diferenciação. A UBI, que representa a Universidade com o menor número de alunos entre as quatro (cerca de 7 000) é a única que tem um menu denominado “responsabilidade social” no seu sítio eletrónico, onde afirma:

A UBI, de forma pioneira, decidiu assumir a sua responsabilidade social de forma mais ampla e plena incorporando-a na sua matriz de funcionamento. A aposta nesta dimensão é uma aposta no desenvolvimento integral e sustentável das pessoas e das comunidades; é uma ampliação do seu espírito empreendedor, libertando-o do seu carácter estritamente económico e (re)projetando-o para um domínio social e humano. É também uma reafirmação da UBI como universidade do mundo e para o mundo, como um centro de saber cosmopolita, preservando a sua matriz humanística como verdadeira razão de ser da sua existência no mundo e do seu interesse pelo mundo.

A responsabilidade social é assumida como o instrumento indispensável para promover a UBI como construtora de novos mundos – i.e. de novas realidades mais justas, mais democráticas e em equilíbrio com a natureza (UBI 2018). A este respeito, no plano de ação desenhado para o período de 2017-2021, foi possível perceber que fazer desta instituição uma referência no domínio da responsabilidade social é um dos seus grandes objetivos. De acordo com a sua visão:

A universidade deve, pois, assumir-se como um ator empenhado e participante nas melhores práticas de responsabilidade social, tanto ao nível interno,

da própria comunidade ubiana, como ao nível externo, na relação com outras entidades sociais e culturais, apoiando e contribuindo ativamente para o desenvolvimento sustentável (Universidade da Beira Interior 2017: 7).

Neste sentido, a responsabilidade social é assumida como um elemento essencial de toda a gestão organizacional da Universidade da Beira Interior e acompanha os três eixos da sua missão, contribuindo para a formação de estudantes aptos ao progresso, para a garantia da ética da ciência e para a promoção da cidadania democrática dentro e fora da instituição (Universidade da Beira Interior 2017).

Queremos com isto dizer que, embora o tamanho da instituição seja muito importante no que respeita à sua possibilidade de ampliar e diversificar as medidas de responsabilidade social que se destinam tanto à comunidade académica como ao público externo – como se nota nas Universidades de Lisboa e do Porto, nas quais as diferentes faculdades e escolas são mais descentradas e autónomas e, por isso, acabam por desenvolver compromissos sociais próprios, aumentando as potencialidades da Universidade –, tal não é decisivo para a valorização que cada universidade dá ao seu compromisso social.

## Conclusões

Tal como constatamos pela análise dos *websites* destas quatro universidades, todas parecem estar interessadas em demonstrar a sua preocupação geral com a satisfação e o bem-estar de todos os seus públicos. A Universidade da Beira Interior, a Universidade de Lisboa, a Universidade do Minho e a Universidade do Porto promovem políticas e ações orientadas para a comunidade académica e para o público externo.

No que respeita à comunidade académica, a responsabilidade social integra a criação de ambientes, de infraestruturas e de serviços que visam assegurar a qualidade de vida nos ambientes laborais e de estudo. São exemplos disso a existência de espaços de estudo, de alimentação, de desporto e de alojamento, bem como todos os serviços que visam promover o apoio social, a integração inclusiva e igualitária, a proteção dos direitos humanos, a valorização da componente formativa e internacional e a promoção de sistemas de avaliação e qualidade justos e transparentes.

Na sua dimensão de envolvimento com a comunidade envolvente, as quatro universidades valorizam a partilha do conhecimento e a manutenção

de boas relações externas de forma a que seja possível promover a formação ao longo da vida junto de candidatos não tradicionais, facilitar um contacto permanente com os antigos alunos (*alumni*), transferir e aplicar os resultados da atividade científica e participar na comunidade mediante a prestação de serviços que possam contribuir para a resolução de problemas ou necessidades concretas. Estas vertentes interna e externa da responsabilidade social têm sido concretizadas em estreita articulação com a preocupação em garantir um desenvolvimento sustentável, assente numa gestão eficiente de recursos e com os olhos postos na necessidade de garantir um futuro de qualidade.

Todavia, não obstante estas semelhanças, é expectável que as quatro universidades interpretem, com algumas diferenças, aqueles que devem ser os seus compromissos sociais, já que se tratam de entidades com histórias, com percursos de crescimento, com localizações e com dimensões bastante distintas, algo que, tal como escrevemos na nossa metodologia, pode significar comportamentos diferenciados.

A Universidade da Beira Interior, por exemplo, considera-se como o motor de desenvolvimento da sua região. E, é nesta cooperação que a Universidade da Beira Interior se tem distinguido, como a instituição que promove o avanço da sua região. Mas, além disso, cabe-lhe ainda a função de enfatizar a importância do ensino superior e de criar uma tradição académica num território onde ainda existe uma percentagem muito elevada de primeiras gerações que ingressam na formação superior. A estes estudantes, a Universidade da Beira Interior quer possibilitar um ambiente amigável ao estudo e à vivência académica, através do seu conceito da Covilhã como uma cidade universitária.

Nesta mesma linha, a Universidade do Minho, desde a sua fundação em 1974, tem procurado analisar os impactos positivos da sua atividade para a comunidade envolvente, do ponto de vista social, económico e cultural, agindo uma função deles. Assim, esta Universidade tem concentrado uma parte significativa dos seus esforços na criação de oferta formativa adaptada a novos públicos que procuram o ensino superior e que dizem respeito a indivíduos já inseridos no mercado de trabalho e que procuram novas oportunidades de crescimento pessoal e profissional. Mas, além disso, a Universidade do Minho foi (e ainda é) responsável pelo desenvolvimento cultural a que as cidades de Braga e Guimarães assistiram nas últimas décadas.

É interessante constatar que, tanto a Universidade da Beira Interior como a Universidade do Minho, ambas criadas pela reforma do Ministro Veiga Simão e ambas inseridas em cidades menores e menos cosmopolitas,

quando comparadas com Porto e Lisboa, se tornaram em importantes agentes de desenvolvimento social, económico, cultural e ambiental das suas comunidades envolventes. Atualmente, Braga, Guimarães e Covilhã são cidades onde o cenário económico, social e cultural (embora ainda com dimensões bastante diferentes) se alterou e isso também se deve à ação das suas universidades e à sua articulação com outros atores locais.

Por seu turno, a Universidade de Lisboa, a maior instituição de ensino superior do país, distingue-se pela sua vertente internacional e pelo seu enraizamento na cidade. Esta instituição tem procurado atuar como embaixadora da educação em alguns países como é caso de Moçambique ou da Guiné-Bissau ao mesmo tempo que aumenta o seu número de alunos internacionais. Para isso, tem colaborado na criação de cursos de Licenciatura, de Mestrado e de Doutoramento e tem fomentado, também, esta vertente internacional acolhendo estudantes de muitas nacionalidades.

Por fim, no que respeita à Universidade do Porto, esta tem procurado promover a interação com a sociedade, em toda a sua dimensão através da celebração de novos protocolos de cooperação com empresas, instituições e outros atores locais, da dinamização cultural e das iniciativas de voluntariado.

Este é um estudo que tem por base a predominância da comunicação digital, em particular a relevância dos *websites* enquanto “portas de entrada” para as organizações, nomeadamente para as universidades. A revisão da literatura mostrou que, atualmente, os públicos preferem o ambiente online para estabelecer um primeiro contacto com as instituições de ensino superior e, por isso, é preciso satisfazer as necessidades dos públicos, criando *websites* apelativos e informativos. Parece-nos, por isso, legítimo, estudar as políticas e ações de responsabilidade social das universidades a partir de uma análise exaustiva dos seus *websites*.

Todavia, este trabalho apresenta uma limitação maior, e que se prende com o carácter perecível dos conteúdos retirados das plataformas online. Uma vez que os textos publicados no ambiente digital são facilmente atualizados. Por outro lado, a análise dos *websites* apenas nos permite mostrar a visão das universidades que é construída, naturalmente, também com o objetivo de promover uma boa imagem destas instituições. Seria interessante, num estudo futuro, abordar as necessidades da comunidade académica e dos públicos externos, no sentido de perceber como é que estes entendem e avaliam as políticas que estas instituições de ensino desenvolvem no sentido de melhorar e atualizar as suas funções de produção e difusão de conhecimento.

## Agradecimentos

Publicação realizada no âmbito da Bolsa de Doutoramento com a referência PD/BD/114002/2015 cofinanciada pelo Fundo Social Europeu (FSE), pelo Programa Operacional Potencial Humano (POPH) e por fundos nacionais do Ministério da Educação e Ciência (MEC), através da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia.

## Referências bibliográficas

Ávila, Lucas, Filho, Walter, Brandli, Luciana, MacGregor, Colin, Molthan-Hill, Petra, Özüyar, Pinar e Moreira, Rodrigo. 2017. “Barriers to innovation and sustainability at universities around the World”. In: *Journal of Cleaner Production* 164: 1268-1278.

Branco, Manuel e Rodrigues, Lucia. 2006. “Communication of Corporate Social Responsibility by Portuguese Banks: A Legitimacy Theory Perspective”. In: *Corporate Communications: An International Journal* 11 (3). Emerald: 232-248.

Brennan, John (2008): “Higher education and social change”. In: *Higher Education Quarterly* 56 (3). Springer: 381-393.

Carden, Giles e Young, Lawrence. 2020. “Beyond the Pandemic: the role of universities in shaping a better future”. Hepi. Internet. Disponível em: <https://www.hepi.ac.uk/2020/05/08/beyond-the-pandemic-the-role-of-universities-in-shaping-a-better-future/> (consultado a 3 de julho de 2023)

Carvalho, Rómulo. 1986.: História do ensino em Portugal: desde a fundação da nacionalidade até ao fim do regime de Salazar – Caetano. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Casablancas-Segura, Carme, Llonch, Joan e Alarcón-del-Amo, María-del-Carmen. 2019. “Segmenting public universities based on their stakeholder orientation”. In: *International Journal of Educational Management*, 33 (4). Emerald: 614-628.

Castells, Manuel. 2007. *A Galáxia da Internet Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castillo, Ana e Trabadela, Javier. 2008. “Proyección Internacional de las Marcas Universitarias Españolas a través de la World Wide Web”. In: *Observatorio (OBS\*) Journal*, 4. Lisboa: OBERCOM. 277-290.

Chaudhri, Vidhi e Wang, Jian. 2007. “Communicating Corporate Social Responsibility on the Internet: A Case Study of the Top 100 Information Technology Companies in India”. In: *Management Communication Quarterly*, 21. Sage: 232-247.

Chile, Love e Black, Xavier. 2015. “University–community engagement: Case study of university social responsibility”. In: *Education, Citizenship and Social Justice*. 10 (3). Sage: 234-253.

Colle, Raymond. 2003. “Reflexiones sobre la universidad en la era de la información.” In: *Revista Latina de Comunicación Social*. 6 (53). Madrid: 619-630.

- Cooper, Stuart. 2003. "Stakeholder communication and the Internet in UK electricity companies". In: *Managerial Auditing Journal*. 18 (3). Emerald: 232-243.
- Coupland, Christine. 2004. "Corporate social and environmental responsibility in web-based reports: Currency in the banking sector?" In: *Critical Perspectives on Accounting*. Elsevier: 865-881.
- Esgaio, Ana e Gomes, Sandra. 2018. *Livro verde sobre Responsabilidade social e instituições de ensino superior*. Lisboa: PRESS FORUM, SA – Comunicação Social.
- Esrock, Stuart e Leichty, Greb. 1998. "Social Responsibility and Corporate Web Pages: Self-Presentation or Agenda-Setting?" In: *Public Relations Review*. 24(3). Elsevier: 305-319.
- Fernandes, Joana. 2018. "Desafios e Oportunidades para a Comunicação das Organizações nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável". In: *DEDiCA: Revista de Educação e Humanidades*. (14). 103-117.
- Guráu, Calin. 2008. "Integrated online marketing communication: implementation and management". In: *Journal of Communication Management*. 12(2). Emerald: 169-184.
- Hegde, Deepak. 2005. "Public and Private Universities: Unequal Sources of Regional Innovation?" In: *Economic Development Quarterly*, 19(4). Sage: 373-386.
- Insch, Andrea. 2008. "Online communication of Corporate Environmental Citizenship: A study of New Zealand's electricity and gas retailers". In: *Journal of Marketing Communications*, 14(2). Taylor & Francis:139-153.
- Jongbloed, Ben, Enders, Jurgen e Salerno, Carlo. 2008. "Higher education and its communities: Interconnections, interdependencies and a research agenda". In: *Higher Education Quarterly*. 56(3). Springer: 303-324.
- Jorge, Manuel e Peña, Francisco. 2017. "Analysing the Literature on University Social Responsibility: a Review of Selected Higher Education Journals". In: *Higher Education Quarterly*. 71(4). Springer: 302-319.
- Kumar, Nanda e Benbasat, Izak. 2002. "Presence and Communication Capabilities of a Web Site: A Theoretical Perspective". In: *e-Service Journal*. 1(3). Indiana University Press: 5-24.
- Luvizotto, Caroline, Fusco, Elvis e Scanavacca, Aline. 2010. "Websites educacionais: considerações acerca da arquitetura da informação no processo de ensino-aprendizagem". In: *Educação em Revista*. 11(2). 23-40.
- Mainardes, Emerson, Raposo, Mário e Alves, Helena. 2014. "Universities Need a Market Orientation to Attract Non-Traditional Stakeholders as New Financing Sources". In: *Public Organization Review*, 14(2). Springer: 159-171.
- Mora, Isabel e Ibánéz, María. 2009. "Responsabilidad Social en Las Universidades de España". In: *Razón y Palabra*. 14(70). Universidade dos Hemisférios, Equador: 1-22.
- Pollach, Irene. 2005. "Corporate self-presentation on the WWW: Strategies for enhancing usability, credibility and utility". In: *Corporate Communications: An International Journal*. 10(4). Emerald: 285-301.
- Ralph, Meredith e Stubbs, Wendy. 2014. "Integrating environmental sustainability into universities". In: *Higher Education Quarterly*. 67(1). Springer: 71-90.



Ran, Bing e Golden, Timothy. 2011. “Who Are We? The Social Construction of Organizational Identity Through Sense-Exchanging”. In: *Administration & Society*. 43(4). 417-445.

Ribeiro, Raimunda e Magalhães, António. 2014. “Política de Responsabilidade Social na Universidade: conceitos e desafios”. In: *Educação, Sociedade & Culturas* (42). 133-156.

Salar, Silvia e Mora, Isabel. 2012. “Responsabilidad Social y Cooperación Internacional al Desarrollo: una Perspetiva Comunicacional desde las Universidades Andaluzas”. In: *Revista Científica de Información y Comunicación* (9). 149-180.

Santos, Boaventura. 1989. “Da Ideia de Universidade à Universidade de Ideias”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais* (27/28). 11-62.

Siano, Alfonso, Conte, Francesca, Amabile, Sara, Vollero, Agostino e Piciocchi, Paolo. 2016. “Communicating Sustainability: An Operational Model for Evaluating Corporate Websites”. In: *Sustainability*. 8(950). MDPI: 1-16.

Silva, Sónia, Ruão, Teresa e Gonçalves, Gisela. 2016. “A Relevância das Novas Tecnologias na Comunicação Organizacional: o Caso dos Websites nas Universidades Portuguesas”. In: *Estudos em Comunicação* (23). Labcom: 107-137.

Silva, S., Ruão, T. and Gonçalves, G. 2021. “Comunicar a responsabilidade social: um modelo de comunicação para as universidades públicas”. In: *Estudos em Comunicação*, 1(33), 115-148. doi: <https://doi.org/10.25768/20.04.03.33.06>

Snider, Jamie, Hill, Ronald e Martin, Diane. 2003. “Corporate Social Responsibility in the 21st Century: A View from the World’s Most Successful Firms”. In: *Journal of Business Ethics*. 48. Springer: 175-187.

Sousa-Filho, José, Wanderley, Lilian, Lucian, Rafael e Kooy, Koen. 2014. “Comunicação da Responsabilidade Social Empresarial em Websites Corporativos: Estudo Comparado com Grandes Empresas de Países Emergentes.” In: *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS*. 3(3). GAES: 123-134.

UBI. 2018. “Um compromisso UBI”. UBI. Internet. Disponível em: [https://www.ubi.pt/Entidade/compromisso\\_ubi](https://www.ubi.pt/Entidade/compromisso_ubi) (consultado em 21 de maio de 2022)

Universidade da Beira Interior 2017. “Universidade da Beira Interior 2017-2021: Plano de Ação”. Internet. Disponível em: [https://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/90919/Programa%20de%20Acao%202017\\_VF.pdf](https://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/90919/Programa%20de%20Acao%202017_VF.pdf) (consultado em 21 de maio de 2022)

Vallaes, François e Cruz, Cristina e Sasia, Pedro. 2009. *Responsabilidad social universitaria Manual de primeros pasos*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Wæraas, Arild. 2010. “Communicating Identity: The Use of Core Value Statements in Regulatory Institutions”. In: *Administration & Society*. 42(5). Sage: 526-549.