

# Red de periodismo responsable: impactos y desempeño de un programa de responsabilidad social universitaria

## *Responsible Journalism Network: Impacts and Performance of a University Social Responsibility Program*



**Julianna Paola Ramírez-Lozano.** Docente e investigadora de Centrum PUCP y de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, España. Doctora en Comunicación Pública y Máster en Dirección de Empresas de Comunicación por la Universidad de Navarra, España. Asimismo, es Magíster en Gerencia Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Diplomada Internacional en Comunicación Corporativa por la Universidad ESAN, Perú, y Licenciada en Comunicación por la Universidad de Lima. Además, realizó estancias postdoctorales en la Universidad de Málaga, España en 2021, y en la Universidad de Phorzheim, Alemania en el 2022, y una estancia de investigación en la Universidad de Granada, España en 2024.

CENTRUM Católica Graduate Business School, Lima, Perú / Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú  
julianna.ramirez@pucp.edu.pe  
ORCID: 0000-0001-8749-6915



**Kelly Rojas-Valdez.** Docente en CENTRUM Catholic Graduate Business School en Lima, Perú. Posee un Máster en Dirección Estratégica de Empresas por la Pontificia Universidad Católica del Perú y un Máster Internacional en Liderazgo por la Escuela de Negocios EADA de España. Además, es licenciada en Administración Hotelera por la Universidad San Ignacio de Loyola. Kelly ha participado en el Coloquio Global con la Escuela de Negocios de Harvard en EE.UU. y completó el Curso de Dirección Estratégica para la Defensa y Gestión de Crisis (CEDEYAC) desarrollado por la Marina de Guerra del Perú y el Centro para la Defensa Hemisférica. También es miembro de la Sociedad de Honor Internacional Beta Gamma Sigma.

CENTRUM Católica Graduate Business School, Lima, Perú / Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú  
kelly.rojas@pucp.edu.pe  
ORCID: 0000-0002-4866-1671

Recibido: 12/07/2024 - Aceptado: 27/09/2024 - En edición: 29/10/2024 - Publicado: 01/01/2025

Received: 12/07/2024 - Accepted: 27/09/2024 - Early access: 29/10/2024 - Published: 01/01/2025

### Resumen:

El presente estudio analiza el impacto y desempeño de una red de periodistas socialmente responsables. Los resultados se han obtenido después de su participación en un programa formativo, gestionado como estrategia de responsabilidad social universitaria de una escuela de negocios en alianza con la empresa privada y una organización del tercer sector. En el

### Abstract:

*This study analyzes the impact and performance of a socially responsible journalists' network. The findings were obtained following their participation in a training program, managed as part of a university's social responsibility strategy in collaboration with a business school, private companies, and a third-sector organization.*

### Cómo citar este artículo:

Ramírez-Lozano, J. P. y Rojas-Valdez, K. (2025). Red de periodismo responsable: impactos y desempeño de un programa de responsabilidad social universitaria. *Doxa Comunicación*, 40, pp. 531-555.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2740>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

estudio se realizaron encuestas aplicadas a 120 periodistas de diversas regiones del Perú. En cuanto a los resultados, la capacitación en periodismo responsable resultó tener un impacto positivo en el ejercicio profesional de los periodistas capacitados, quienes en la práctica lograron incorporar conocimientos y pusieron en práctica dentro de desempeño personal y profesional. Entre las conclusiones del estudio se destaca el rol de la academia, la empresa privada y el tercer sector en la organización y gestión de este tipo de programas en beneficio compartido desde un enfoque de responsabilidad social; los cuales generan impacto positivo para todos los involucrados.

**Palabras clave:**

Periodismo responsable; responsabilidad social universitaria; capacitación; periodistas; universidad.

*Surveys were conducted with 120 journalists from various regions of Peru. The results indicate that the responsible journalism training had a positive impact on the professional practice of the participants, enabling them to apply the knowledge gained in both their personal and professional lives. Among the study's conclusions, the role of academia, the private sector, and the third sector in organizing and managing these programs from a social responsibility perspective is emphasized, generating shared benefits and a positive impact for all involved.*

**Keywords:**

*Responsible journalism; university social responsibility; training; journalists; university.*

## 1. Introducción

El periodismo responsable es una práctica fundamental en el campo de la comunicación y la información. Este concepto se relaciona con la responsabilidad ética y profesional que los periodistas tienen al momento de informar y comunicar noticias y eventos a la sociedad (de la Calle Maldonado et al., 2021). El ejercicio de un periodismo responsable implica la búsqueda de la verdad, la verificación de los hechos, el manejo objetivos de los datos, la imparcialidad y la transparencia en la presentación de la información (Barrientos-Báez et al., 2022; de la Calle Maldonado et al., 2021; Rivas-de-Roca, 2020; Pérez-Escoda y Pedrero Esteban, 2021).

Estas características del buen ejercicio periodístico son importantes para que los periodistas puedan proporcionar información precisa y confiable a la población y en particular a la opinión pública, lo cual que permite a los ciudadanos tomar decisiones informadas y participar en la vida democrática (Pérez-Escolar y Herrero-Diz, 2023). El periodismo responsable también contribuye a la rendición de cuentas de los poderes públicos y privados, puesto que los periodistas actúan como vigilantes y testigos de posibles abusos y corrupción que puedan darse en la sociedad (Rivas-de-Roca, 2020).

Un periodismo socialmente responsable debe contribuir con la promoción de la sostenibilidad, considerando los impactos que las empresas y organizaciones pueden producir producto de sus operaciones en las futuras generaciones (Brundtland, 1987). Esto implica contribuir desde el ejercicio periodístico hacia el conocimiento y promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la agenda al 2030 (Ghazouani, 2022; Sálcudean et al., 2023), generando un mayor impulso de los planes de desarrollo a nivel nacional. Es aquí donde los medios de comunicación tradiciones y no tradicionales y en particular los periodistas cumplen un rol significativo (Medranda-Morales et al., 2022), a través del cual se puede llegar a muchas personas (Lindsay et al., 2021), informando de forma apropiada y oportuna.

Por otro lado, las universidades ejercen un rol significativo. Más allá de la educación que imparten en materia periodística, estas pueden ser promotoras en la formación de periodistas responsables dentro de las distintas especialidades. Una forma de hacerlo es a través de programas de Responsabilidad Social Universitaria (Vallaes, 2018). Esto permitirá que los periodistas no solo conozcan con mayor precisión sobre el tema que informan, sino que bajo el “paraguas” de la ética periodística (Arroyave Cabrera

y Garcés-Prettel, 2023; Gade et al., 2017), sean promotores de cambios positivos, generando con ello impactos sostenibles en la sociedad (Guzel y Gonden, 2022).

Las universidades pueden generar alianzas con otras organizaciones para promover este enfoque socialmente responsable y sostenible (Gorpe y Oksuz, 2023; Ramírez Lozano et al., 2022). Así, se asume ese rol activo para proveer soluciones a los problemas sociales, económicos y ambientales (Caroll, 2011). No es suficiente la educación profesional recibida (Wilderman et al., 2018), sino que se requiere una formación continua e innovadora en la que se incorporen nuevas competencias y conocimientos relevantes en torno a las nuevas tendencias y preocupaciones mundiales (Campos Domínguez, 2021; López-García et al., 2017; Martín-Antoranz et al., 2019; Nurlatifah y Mutmainnah, 2021). Por ejemplo, en la atención de los problemas ambientales (Medranda-Morales et al., 2022; Robie, 2023), en el cuidado del recurso hídrico (Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Cooperación Suiza COSUDE, 2021), en la consciencia ética sobre cómo se informan las noticias (Roskar et al., 2017; Shcerr et al., 2019), en los problemas sociales (Hautakangas y Ahva, 2018), entre otros.

Asimismo, el ejercicio de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) implica un compromiso de las instituciones educativas de contribuir con diversos actores y *stakeholders* de la sociedad. En este sentido, una red de periodistas responsables apropiadamente capacitados por medio de un programa de RSU podrían ser los promotores de un desarrollo socialmente responsable y sostenible. Es así, que se pensó y desarrolló un programa formativo para ellos, diseñado y gestionado desde un enfoque RSU. Esto se dio a través de la gestión de una Escuela de Negocios, en alianza con una empresa de comunicación y una institución sin fines de lucro en el Perú. El resultado de este programa de capacitación a periodistas en Periodismo Responsable logró alta relevancia social por el impacto generado en el ejercicio periodístico de los participantes. Este programa ha demostrado ser una efectiva experiencia debido a la gestión y transferencia de conocimientos a nivel de reflexión respecto al valor del buen ejercicio periodístico implementado con ética y responsabilidad social y a la promoción del concepto de responsabilidad social y la sostenibilidad. Además, el programa es un ejemplo a seguir de las alianzas entre la academia, la empresa privada y el tercer sector, lo cual va alienado al Objetivo el Desarrollo Sostenible (ODS) 17, de alianzas entre las organizaciones.

### *1.1. El rol de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) en la sociedad*

La Responsabilidad Social Universitaria es un concepto que se refiere al compromiso y la contribución de las instituciones de educación superior hacia la sociedad y el desarrollo sostenible (Vallaey, 2018). Implica la difusión de valores y prácticas responsables en todos sus niveles, como la educación de los estudiantes, la gestión de su campus y su relación con el resto de los actores sociales (Gade et al., 2017; Rojas Valdez et al., 2022; Sunardi, 2020). Es importante porque motiva a que las universidades asuman un papel activo en la solución de los problemas sociales, económicos y ambientales, lo cual implica también la formación de profesionales comprometidos con el bienestar de la comunidad.

En este sentido, parte del ejercicio de la RSU implica la formación en un periodismo responsable que se enseña y se practica en las universidades, por lo que las instituciones educativas tienen la responsabilidad de formar a los futuros periodistas con un enfoque ético y socialmente responsable (Guzel y Gonden, 2022). Lo cual implica enseñarles los principios de veracidad, imparcialidad y transparencia en la búsqueda y presentación de la información (Arroyave Cabrera y Garcés-Prettel, 2023). Más aún,

en la actualidad, es necesario e imprescindible que las universidades tengan en cuenta estos principios en la formación de los futuros profesionales del periodismo.

Además, parte del ejercicio de la RSU es que las universidades sean conscientes de las necesidades de sus *stakeholders*, tales como la industria del periodismo y las organizaciones que la componen (Ramírez Lozano et al., 2022). En este sentido, las universidades pueden aportar directamente a las empresas de comunicación ofreciendo programas de formación en periodismo responsable desde un enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad. De esta manera, puede asegurarse que los profesionales en formación puedan desempeñarse adecuadamente en sus empresas (Wilderman et al., 2018), y esto lo pueden lograr mediante la colaboración y/o convenios con organizaciones de este sector que le permitan incorporar competencias y conocimientos relevantes a su proceso de enseñanza (Nurlatifah y Mutmainnah, 2021).

Finalmente, las universidades también pueden desarrollar programas que involucren directamente a su comunidad (Ramírez Lozano et al., 2022). Como el caso del programa Alhambra Source, mediante el cual la Universidad de Southern California reclutó y capacitó a miembros de una comunidad para dar cobertura a los eventos de su localidad a través de una plataforma online (Gerson et al., 2016). Bajo esta casuística, se ve con claridad que los perfiles periodísticos se van renovando y este es uno de los desafíos universitarios para los próximos años (Sánchez-García et al., 2019). Asimismo, la revolución digital plantea nuevos retos y los profesionales de la comunicación necesitan una formación ética adaptada a la interculturalidad (Martín-Antoranz et al., 2019). Cada vez se requieren más competencias tecnológicas (López-García et al., 2017), en donde las universidades pueden contribuir a la mejora de ese periodismo de calidad (Marta-Lazo et al., 2020). En este sentido, la Responsabilidad Social Universitaria puede ayudar a complementar la formación continua y actualizada de profesionales íntegros, competentes y la colaboración directa con los miembros de su comunidad.

### *1.2. Capacitaciones en periodismo responsable*

El periodismo responsable promueve la diversidad e inclusión en la cobertura de noticias. Esto implica presentar temas de interés para la sociedad, como, por ejemplo, la problemática ambiental que afronta actualmente la población mundial (Medranda-Morales et al., 2022). Sin embargo, en el contexto digital actual, el periodismo responsable se enfrenta a desafíos adicionales. La desinformación y las noticias falsas son una amenaza para la credibilidad y la confianza en los medios de comunicación. Los periodistas responsables deben ser capaces de verificar la información y desmentir las falsedades con fuentes veraces y ofrecer datos precisos (Aujla-Sidhu, 2022; Pérez-Escolar y Herrero-Diz, 2023). También deben adaptarse a las nuevas tecnologías y plataformas digitales, manteniendo altos estándares de calidad y ética en su trabajo (Campos Domínguez, 2021) como el buen uso de la inteligencia artificial. Es en este sentido que el desarrollo de programas enfocados en la formación de periodistas responsables es de vital importancia en la sociedad actual, porque se requiere de periodistas comprometidos con la mejora de la sociedad y el bienestar de la población. Se debe tomar en cuenta que la responsabilidad social de los medios y la responsabilidad social corporativa de las instituciones educativas no solo fortalecen relaciones, sino también permiten enfrentar desafíos (Gorpe y Oksuz, 2023).

En este sentido, se han desarrollado programas como el denominado “Bearing Witness” elaborado por el Pacific Media Centre, donde estudiantes de periodismo pudieron participar de un proyecto en el que reportaron los efectos del cambio climático en las

islas del Pacífico, zona especialmente afectada por la contaminación y el aumento del nivel del mar (Robie, 2023). En este caso, los resultados del programa pudieron generar una serie de reportajes de investigación que tenían como objetivo concientizar respecto a cómo esta población, considerada como una de las más afectadas por el cambio climático y cómo se han tenido que adaptar para continuar con su estilo de vida. Adicionalmente, esta experiencia fue de gran impacto para los participantes que demostraron interés por continuar desarrollando reportajes sobre el tema y quedaron sensibilizados respecto a los efectos negativos del cambio climático.

Otra experiencia de una capacitación en periodismo responsable es la estudiada por Scherr et al. (2019), quienes analizaron los efectos de un taller de periodismo responsable dirigido a periodistas suizos. Demostraron que estos programas pueden ser una opción viable para generar conciencia entre los comunicadores sobre la importancia de informar adecuadamente sobre el suicidio y desarrollar en ellos competencias necesarias para informar adecuadamente sobre este tópico en su práctica profesional. Respecto a la cobertura responsable del suicidio, Roskar et al. (2017) analizaron el impacto de los talleres sobre la cobertura mediática adecuada del suicidio en Slovenia. Mediante el análisis de la cobertura que los medios capacitados dieron a los casos de suicidio antes y después de los talleres pudieron establecer que hubo una disminución en los reportajes sobre casos específicos de suicidios, también se redujo el uso de la palabra suicidio en los titulares y se incrementó los casos en que junto a la cobertura del caso se ofrecía información sobre números de ayuda u otro tipo de información para la prevención del suicidio.

También son relevantes los resultados presentados por Hautakangas y Ahva (2018), quienes analizaron el caso del Conciliatory Journalism Project. Este fue un proyecto realizado en Finlandia y orientado a desarrollar de manera colaborativa nuevas formas de reorientar el periodismo en tiempos de polarización social, enfocándose en diversas formas de periodismo socialmente responsable, mediación de conflictos y moderación en línea. De este proyecto se realizaron trabajos de investigación basados en las nuevas estrategias o métodos desarrollados, que fueron presentados por los participantes y evaluados de manera reflexiva por sus colegas.

Adicionalmente, existen casos de interés en Latinoamérica como el curso “Environmental journalism and ecological awareness about water”, ofrecido por la Agencia de Desarrollo y Cooperación Suiza, junto a la Asociación de comunicadores CALANDRIA (Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Cooperación Suiza COSUDE, 2021). Este programa, orientado a promover y a capacitar a los periodistas en la publicación de información acerca del cuidado de los recursos hídricos, contó con la participación de periodistas provenientes de 15 regiones del país, junto a periodistas de Colombia, Brasil, Argentina, México, Uruguay y Bolivia. Además, producto de este curso se realizó la publicación del documento “Periodismo ambiental y conciencia ecológica en torno al agua” que compiló 51 reportajes y crónicas periodísticas realizadas por los participantes del programa y que se encontraban relacionadas a la problemática del agua (Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Cooperación Suiza COSUDE, 2021).

En resumen, las capacitaciones en periodismo responsable presentan como resultados: el desarrollo de una mayor sensibilidad entre los periodistas participantes (Robie, 2023; Scherr et al., 2019), el desarrollo de las competencias y/o conocimientos necesarios para informar adecuadamente sobre el tópico (Scherr et al., 2019) y, en algunos casos, incluso el desarrollo de alguna publicación en el marco del taller o programa (Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Cooperación Suiza COSUDE, 2021; Hautakangas y Ahva, 2018).

### *1.3. El periodismo responsable para la promoción de la responsabilidad social y la sostenibilidad*

La promoción de un periodismo responsable es una manera concreta por la cual los periodistas aprenden y reflexionan sobre su responsabilidad ética al momento de informar, pero también sobre la necesidad de incorporar nuevos conceptos de acuerdo a las nuevas tendencias de la sociedad y el planeta (Suárez Villegas, 2013). Por tanto, la promoción del concepto de responsabilidad social y sostenibilidad es parte del ejercicio del buen periodismo o del periodismo responsable.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido (ISO 26000). Por otro lado, la sostenibilidad se entiende como la capacidad de satisfacer las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Brundtland, 1987). Con esta finalidad se han elaborado una serie de propuestas relacionadas a lograr una sociedad más sostenible, destacando el esfuerzo de las Naciones Unidas y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (Sălcudean et al., 2023). Un periodismo responsable brinda la oportunidad de participar en planes de desarrollo nacional y contribuir con el desarrollo sostenible, como ocurrió con Arabia Saudita a través de una agenda al 2030 (Ghazouani, 2022). Sin embargo, para que las personas tomen conciencia sobre el impacto de su estilo de vida en el medio ambiente es importante que la sociedad en su conjunto tome conciencia de la gravedad de la problemática ambiental (Zotaj y Buza, 2014).

Por su parte, los medios de comunicación cumplen un rol importante en la formación de la opinión general de la población acerca del desarrollo sostenible (Medranda-Morales et al., 2022; Sălcudean et al., 2023). Muchas personas acceden a información sobre temas científicos mediante los medios de comunicación, por lo que estos tienen un gran impacto sobre la percepción ciudadana acerca de los diversos problemas que enfrentan. (Lindsay et al., 2021). Por lo que es importante que los periodistas puedan tener los conocimientos necesarios para informar adecuadamente sobre temas relacionados con la problemática medioambiental y el desarrollo sostenible, realizando una transferencia efectiva del conocimiento científico bajo un lenguaje sencillo que pueda ser entendido por el promedio de la población en general (Medranda-Morales et al., 2022).

Por ejemplo, una de las herramientas más importantes para incrementar la conciencia de los profesionales respecto al problema del clima es la promover la educación ambiental. Por ello, se exige a las universidades contribuir en el desarrollo de conciencia ambiental mediante el desarrollo una currícula que integre conocimientos claves sobre sostenibilidad y desarrollando proyectos interdisciplinarios que estudien la relación entre la sociedad y la naturaleza (Vasileva et al., 2021). Por lo que es importante que los periodistas jóvenes reciban educación en materia medioambiental, que les permita dar una cobertura efectiva de los problemas medioambientales locales y globales (Zotaj y Buza, 2014).

La sostenibilidad implica la consideración de aspectos éticos y sociales en la práctica periodística, dado que los periodistas deben ser conscientes de su responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente, y deben tomar decisiones informadas y éticas en su trabajo. Se necesita evitar el sensacionalismo y el “amarillismo” en la cobertura de noticias, así como promover la diversidad y la inclusión en la representación de diferentes perspectivas (Vico, 2020). Además, también se considera la promoción de prácticas periodísticas sostenibles en términos económicos y laborales. Esto implica fomentar modelos de negocio sostenibles para los medios de comunicación, así como garantizar condiciones laborales justas y equitativas para los periodistas (Durban, 2023). La sostenibilidad económica y laboral será fundamental para garantizar la independencia y la calidad del periodismo.

Una mistura de la responsabilidad social corporativa y el periodismo puede tener impactos significativos en la forma cómo las personas perciben la realidad. Por ejemplo, una orientación de la noticia puede dar relevancia o no a temas de responsabilidad social corporativa (Li, 2020). Carroll (2011) escribió sobre la relación entre la RSE y los medios de comunicación, además de cómo las coberturas de noticias influyen en el comportamiento de la RSE de las empresas. Incluso, resulta interesante comprender cómo las noticias de negocios cubren la responsabilidad social corporativa, utilizando diferentes tonos antes o después de una crisis económica (Furey et al., 2019).

#### *1.4. Impactos de la capacitación en el ejercicio periodístico*

El análisis del impacto de las capacitaciones en el ejercicio periodístico ha demostrado que impactan positivamente en la forma en la que se presentan las noticias y la cobertura que se les da a ciertos temas. Las capacitaciones dirigidas a profesionales del sector han sido mejor documentadas, debido a su impacto directo en los medios de comunicación. Por ejemplo, los resultados de los talleres de periodismo responsable han demostrado ser útiles para generar consciencia en los periodistas sobre temas sensibles o de relevancia social como la cobertura de los casos de suicidio en los medios de comunicación (Scherr et al., 2019; Roskar et al., 2017). Además, dichos resultados muestran que es importante que, junto a la sensibilización, se los capacite en las competencias necesarias para dar cobertura a estos temas, como lineamientos o guías adecuadas.

Estudios relacionados en la capacitación sobre temas ambientales o de sostenibilidad muestran resultados similares (Ramírez Lozano et al., 2023), pero a menor escala, como los resultados del proyecto “Bearing Witness” que demostró ser efectivo para promover el desarrollo de investigaciones periodísticas sobre el cambio climático en dos estudiantes de periodismo presentados por Robie (2023). Otros casos, como los presentados por Vasileva et al., (2021), quienes desarrollaron un proyecto orientado a desarrollar conciencia ecológica en estudiantes de periodismo mediante el desarrollo de competencias en reciclaje, demostraron que es posible generar un nivel mayor de conciencia ambiental e interés por consumir productos eco amigables mediante talleres que involucren un aspecto práctico. En este sentido, las capacitaciones en el ejercicio periodístico se han demostrado efectivas en la importancia que dan los comunicadores a temas de interés social y sobre la manera en la que presentan dichos temas dentro de su quehacer profesional.

#### *1.5. Objetivo del programa de capacitación: “red de periodismo responsable”*

El estudio tiene como objetivo principal conocer cuál ha sido el resultado de una capacitación brindada a periodistas que formarían parte de una red de periodistas socialmente responsables. La evaluación de estos resultados no consiste en la calificación sobre los cursos recibidos, si son de agrado o no para los participantes, si son valiosos para su formación, entre otros. Más bien, los objetivos específicos de este estudio están encaminados hacia lo siguiente:

OE1. Conocer el impacto de pertenecer a una red de periodistas socialmente responsables.

OE2. Identificar el desempeño, personal y profesional, de una red de periodistas socialmente responsables.

Con la consecución de estos objetivos, se pretende obtener un mayor conocimiento sobre la formación de una red de periodistas socialmente responsables. Esto se ha evaluado a través de una capacitación en periodismo responsable. Este ha sido un programa formativo de responsabilidad social universitaria entre una escuela de negocios, la empresa privada y una organización del

tercer sector. Los resultados alcanzados han sido importantes para estos actores y los periodistas. Además, este proyecto y estudio se encuentra enmarcado al ODS 17. Por otro lado, este puede ser un ejemplo a seguir por otras organizaciones, principalmente en el ámbito práctico y experiencial. Incluso, esta investigación puede ser el inicio de otras investigaciones similares relacionadas con el estudio que se está desarrollando.

## 2. Metodología

El estudio se ha realizado mediante una metodología con perspectiva analítica-descriptiva de tipo cuantitativo, para la cual se aplicaron encuestas a periodistas que participaron en un programa formativo. El programa tenía un cupo máximo de participantes de 120 participantes activos en el programa de la Red de Periodistas Responsables (en adelante, RPR), de los cuales 118 respondieron la encuesta con respuestas válidas, siendo esta una muestra muy representativa de la población total de periodistas que participaron del programa.

En cuanto al programa, este ha sido organizado por una reconocida escuela de negocios, en alianza con un organismo internacional y uno de los principales grupos de medios de comunicación de Perú. Con respecto a las temáticas abordadas en el programa de capacitación, estas se estructuraron con expertos en periodismo y sostenibilidad, tanto por parte de la academia (cuatro docentes: dos con el grado de doctor y dos con el grado de magíster), como por especialistas en el ámbito profesional diario (cuatro personas invitadas, de mandos altos en su área laboral).

La RPR se formó con el objetivo de promover en los periodistas de todo el Perú (de distintas regiones del país), de todos los medios y canales, la conciencia y sensibilidad para ejercer con responsabilidad su rol como promotores del concepto de sostenibilidad en el país, informando responsable y éticamente. Para ser parte de la red, los dos requisitos solicitados fueron: haber culminado el programa de formación y haber redactado y publicado una nota en algún medio de comunicación con alcance a nivel local o nacional, ya sea en formato escrito, radial o audiovisual.

Como parte de la participación en el programa formativo de la red, los periodistas tuvieron la oportunidad de recibir un programa de capacitación en periodismo responsable compuesto por cuatro sesiones (ver Tabla A1, que se encuentra en anexos) una de introducción, destinada a la presentación del programa, y tres módulos temáticos. Cada módulo tuvo una duración de 1 hora y 55 minutos de charlas a cargo de especialistas en temas de sostenibilidad y una dinámica de 45 minutos relacionada a los temas tratados durante la sesión, donde los participantes participaban de manera grupal. Los profesores fueron docentes voluntarios de la escuela de negocios y otros expertos en los ámbitos de responsabilidad social y sostenibilidad.

Adicionalmente, como parte de su participación en el programa se realizó un concurso entre los participantes, donde tenían la oportunidad de realizar una investigación acertada y profunda enfocada en alguno de los temas asociados a las diferentes categorías dentro del marco del ejercicio de un periodismo responsable con enfoque de promoción de la sostenibilidad. Se establecieron cinco categorías (ver Tabla A2, que se encuentra en Anexos), y el mejor trabajo obtuvo un premio económico.

Para conocer los resultados de la capacitación, se aplicó una encuesta de salida a los participantes. El cuestionario contenía varias preguntas y también cubría los objetivos del presente estudio. El cuestionario fue probado y validado antes de su ejecución. La validación de expertos fue realizada por tres investigadores quienes propusieron cambios en el mismo, antes de ser probado.

Aparte de ello, se realizó una prueba piloto con algunos participantes y no fue necesario realizar más ajustes en el cuestionario. El cuestionario fue enviado a través de una encuesta en línea utilizando el aplicativo Google Form.

Para responder al primer objetivo de investigación, en cuanto al impacto de pertenecer a una red de periodismo socialmente responsable, se establecieron los siguientes parámetros: la apreciación del impacto de formar parte de esta red, el tipo de responsabilidad social que aplican donde labora, cómo en su profesión deberían enfocar la responsabilidad social (aspectos importantes en su profesión en los que se debería enfocar, considerando la responsabilidad social), así como la importancia de formar parte de una red de periodistas socialmente responsables (ver las investigaciones de Herrera et al., 2001 y Prasad y Kumar, 2022).

Para responder al segundo objetivo de investigación, en cuanto a los resultados de desempeño después de recibir el programa formativo, se establecieron mediciones a nivel personal y profesional. Para el primero se les consideraron cinco atributos y para el segundo se identificaron 40 atributos relacionados con los principios éticos, laborales, culturales, políticos, sociales, ambientales y económicos (ver las investigaciones de Fuller, 2024; Trommershausen y Karmasin, 2022).

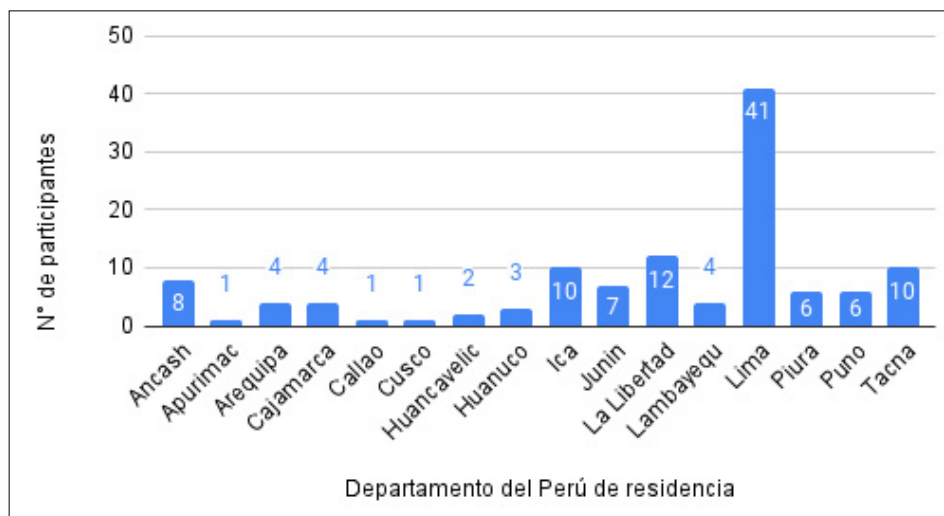
Los resultados obtenidos a través del cuestionario fueron también triangulados y validados. Esto se realizó considerando los comentarios escritos (cualitativos) que respondieron los participantes, los cuales respaldan también los hallazgos. También se realizaron entrevistas en profundidad a algunos participantes para identificar sus impresiones y complementar - validar los resultados. Adicional a ello, se recogió la información de los académicos y especialistas que participaron en este proyecto. Esto proporcionó un análisis más completo de los resultados, relacionados con los objetivos de investigación. Además, lo estudiado y analizado guarda relación con la literatura existente encontrada.

### 3. Resultados

Los resultados muestran los hallazgos de 118 personas que respondieron la encuesta, enviada a 120 participantes activos del programa formativo que pertenecen a la Red de periodistas socialmente responsables. Con un nivel de confianza del 95%, el margen de error corresponde a 1.2% (Datum, 2024). Si se utiliza un nivel de confianza del 99%, el margen de error equivale a 1.5% (Datum, 2024).

En cuanto al programa, este contó con la participación de periodistas de 16 regiones de las 24 que conforman el territorio peruano (ver Figura 1). Sin embargo, la mayoría de participantes pertenecían a la Región de Lima, constituyendo el 34% del total. Le sigue la Región de La Libertad, con 12 participantes, 10 % del total. Estos resultados muestran que, si bien un gran porcentaje de los participantes eran periodistas de Lima, hubo representación de los periodistas de la mayoría de las regiones del Perú.

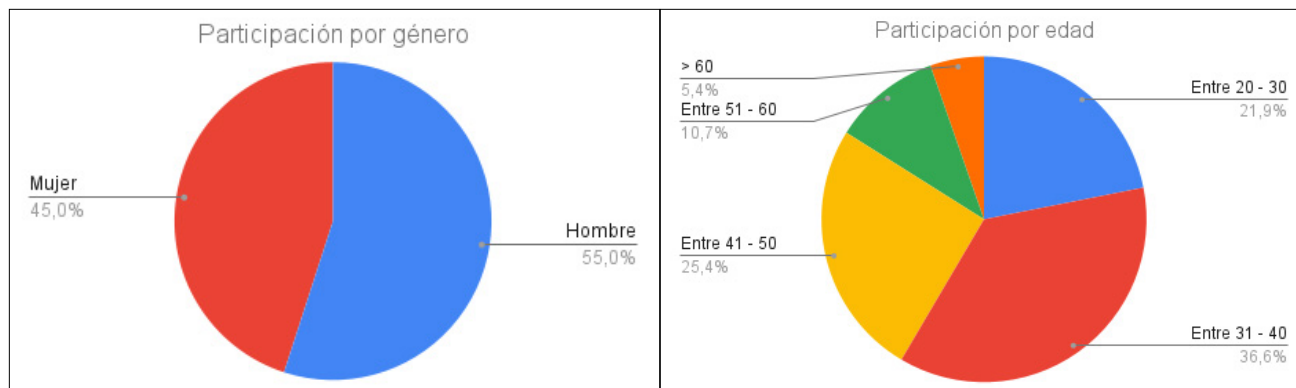
**Figura 1. Distribución de los participantes por regiones o departamentos**



Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que el 55% de los participantes fueron hombres y el 45 % mujeres, viéndose que el programa contó con la participación de ambos géneros de manera casi equitativa (ver Figura 2).

**Figura 2. Distribución de los participantes por género y edad**



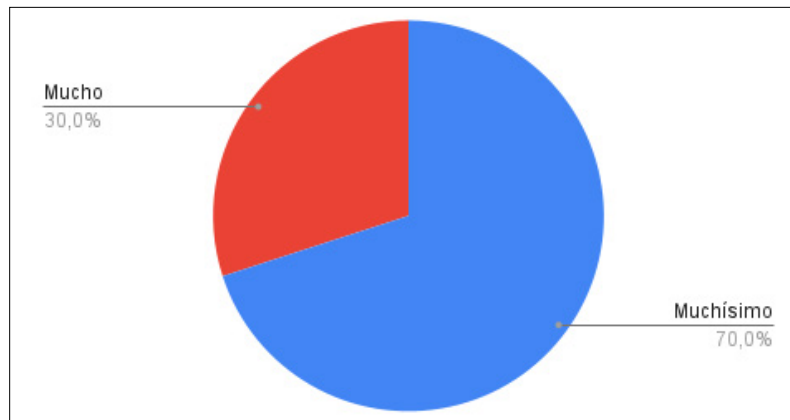
Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que la mayoría de los participantes se encontraban entre los 31 y 50 años de edad, constituyendo un 60% del total. Otro grupo, estuvo constituido por personas entre los 20 y 30 años, representando el 21.7% de los participantes. Finalmente, un 18.3% de los participantes eran mayores de 51 años (ver Figura 2).

A continuación, se presentan los resultados relacionados con el primer objetivo de investigación, en cuanto a conocer el impacto de pertenecer a una Red de periodistas socialmente responsables. Para su medición, se establecieron los siguientes parámetros: la apreciación del impacto de formar parte de esta red, el tipo de responsabilidad social que aplican donde labora, cómo en su profesión deberían enfocar la responsabilidad social (aspectos importantes en su profesión en los que se debería enfocar, considerando la responsabilidad social), así como la importancia de mantener una red de periodistas socialmente responsables.

Las respuestas de los participantes muestran que todos consideran que su participación en la RPR tendrá un impacto positivo en su formación, siendo que un 30% consideran que tendrá mucho impacto y un 70% que tendrá muchísimo impacto (ver Figura 3).

**Figura 3. Apreciación del impacto de formar parte de la RPR**

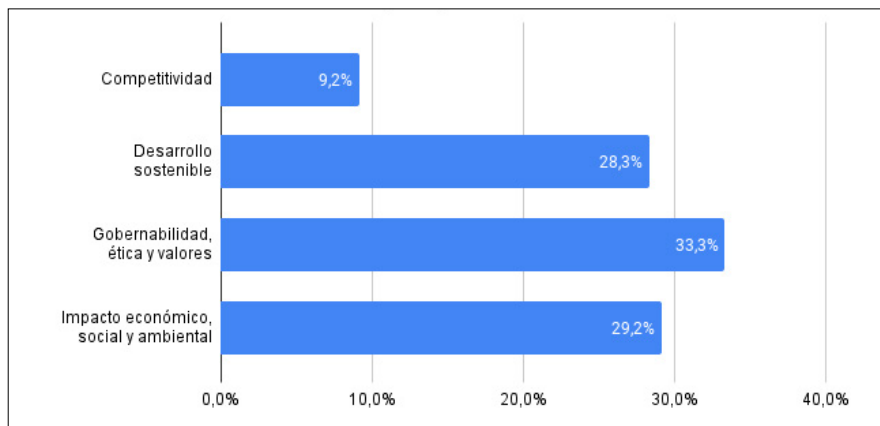


**Fuente: elaboración propia**

**(se utilizaron 5 categorías y los resultados solo se obtuvieron en las dos más altas)**

Respecto al tipo de responsabilidad social que aplica la empresa donde trabajan los participantes, un 33.3% de los participantes indicó que aplican un modelo de responsabilidad social basado en la gobernabilidad, ética y valores. Un 29.2% indicó que el tipo de responsabilidad social que aplican en su centro de trabajo está enfocado en su impacto económico, social y ambiental. Un 28.3% usa un modelo basado en el desarrollo sostenible y, por último, un 9.2% emplea un modelo basado en la competitividad (ver Figura 4).

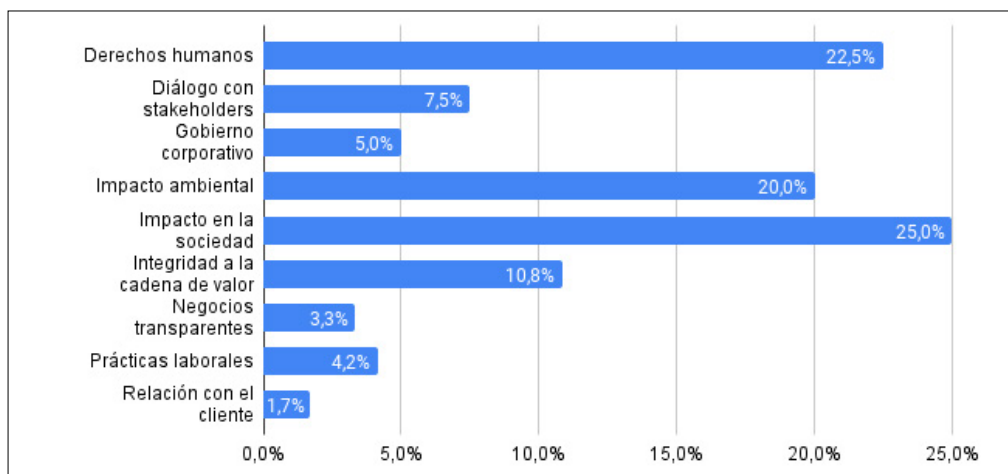
**Figura 4. Tipo de responsabilidad social que aplican donde labora**



Fuente: elaboración propia

Al ser consultados respecto a los principales aspectos que deben ser considerados en la responsabilidad social empresarial (ver Figura 5), destaca el impacto en la sociedad (25%), el impacto ambiental (20%) y los derechos humanos (22.5%). Otros aspectos considerados en la responsabilidad social empresarial son la integridad de la cadena de valor (10.8%), diálogo con *stakeholders* (7.5%), gobierno corporativo (5%), prácticas laborales (4.2%) y relación con el cliente (1.7%).

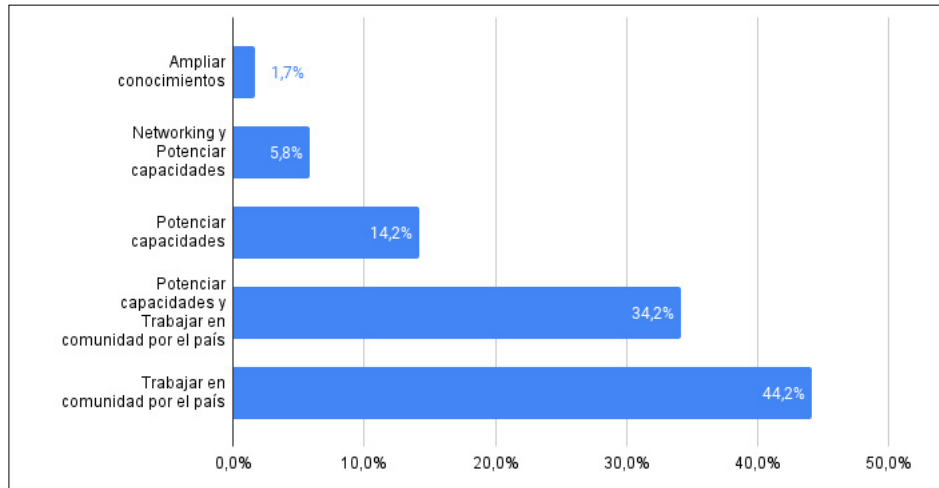
**Figura 5. Aspectos importantes en su profesión en los que se debería enfocar, considerando la responsabilidad social**



Fuente: elaboración propia

Respecto al enfoque principal, para formar parte de la RPR destacan dos motivaciones principales (ver Figura 6), siendo las principales trabajar en comunidad por el país (44.2%) y potenciar sus capacidades (14.2%). Además, un 34.2% considera que ambas son factores centrales para su incorporación a la red. Adicionalmente, otras opciones fueron la de potenciar sus capacidades y hacer *networking* (5.8%) y ampliar sus conocimientos (1.7%).

**Figura 6. Importancia de mantener una red de periodistas socialmente responsables**



Fuente: elaboración propia

A continuación, se presentan los resultados que corresponden al segundo objetivo de investigación, los cuales se han medido a nivel personal y profesional. La Tabla 1 muestra que el desempeño personal de los periodistas se encuentra en un nivel muy alto después de pasar por el programa formativo, el cual ha permitido que ellos tomen conciencia de su rol en su profesión. Se muestra que los resultados revelan niveles altos y muy altos. En el caso de las mujeres se observa una mayor proporción que los hombres sobre los niveles “medios” marcados. Al respecto, se infiere que lo encontrado (cumplir el código de ética de la empresa en que labora, respetar los valores personales de los demás y vivir los principios de buena actuación por parte de un periodista) puede deberse a que las periodistas mujeres han tenido experiencias que las llevan a ser más realistas y dar este tipo de respuestas de una manera más consciente, o porque viven realidades sociales que son un reto para ellas y esta es la forma en como las afrontan.

**Tabla 1. Desempeño, a nivel personal, de los periodistas**

Nivel	Cumplir el código de ética de la empresa en que laboro		Respeto y vivo mis valores personales		Respeto los valores personales de los demás		Vivo los principios de buena actuación por parte de un periodista		Respecto los compromisos asumidos	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Muy alto	31%	23%	34%	27%	32%	27%	32%	26%	31%	25%
Alto	23%	15%	19%	14%	22%	13%	20%	13%	24%	15%
Medio	2%	7%	2%	4%	1%	5%	3%	6%	1%	4%
Muy poco										
Total general	55%	45%	55%	45%	55%	45%	55%	45%	55%	45%

Fuente: elaboración propia

La Tabla 2 presenta resultados muy altos después del seguir el programa formativo, los cuales están relacionas con lo que implica ser un periodista socialmente responsable. Estos puntajes muy altos se encuentran en: Respeto los derechos de las personas, Mi conducta es ética, Cumpro los contratos establecidos, Procuero seguir aprendiendo y conociendo, Respeto las formas de pensar de mis compañeros de trabajo, Procuero aprender nuevas herramientas, Soy consciente que el desarrollo de mi trabajo no va en contra de los derechos humanos, Cumpro con mis obligaciones y responsabilidades en mi lugar de trabajo, La relación con mis compañeros de trabajo es buena, Soy consciente que puedo generar impactos positivos o negativos en la sociedad a través de mi comportamiento, Vivo los valores en mi lugar de trabajo, Soy consciente de los impactos que puedo dar a las próximas generaciones. Esto brinda hallazgos relevantes de la forma de actuar de los periodistas después de realizar el programa formativo.

**Tabla 2. Desempeño, a nivel de la profesión, de los periodistas**

Característica evaluada	Muy alto	Alto	Medio	Poco	Muy poco
Respeto los derechos de las personas	62%	25%	12%	2%	0%
Mi conducta es ética	59%	25%	14%	2%	0%
Cumplo los contratos establecidos	58%	28%	12%	2%	0%
Procuero seguir aprendiendo y conociendo	57%	29%	13%	2%	0%
Respeto las formas de pensar de mis compañeros de trabajo	57%	31%	11%	2%	0%
Procuero aprender nuevas herramientas	55%	30%	14%	2%	0%

Soy consciente que el desarrollo de mi trabajo no va en contra de los derechos humanos	54%	31%	14%	2%	0%
Cumplo con mis obligaciones y responsabilidades en mi lugar de trabajo	54%	33%	12%	1%	0%
La relación con mis compañeros de trabajo es buena	53%	34%	12%	2%	0%
Soy consciente que puedo generar impactos positivos o negativos en la sociedad a través de mi comportamiento	52%	32%	12%	3%	2%
Vivo los valores en mi lugar de trabajo	52%	34%	14%	1%	0%
Soy consciente de los impactos que puedo dar a las próximas generaciones	51%	31%	16%	2%	0%
Promuevo el antisoborno y estoy en contra de la corrupción	50%	31%	16%	3%	1%
Ayudo a mis compañeros cuando lo necesitan	50%	37%	11%	2%	0%
Procuro realiza mi trabajo cuidando todos los detalles	48%	36%	14%	1%	0%
Divulgo información relevante y confiable que todos deben conocer	48%	34%	14%	2%	2%
Me preocupo por enseñar a mis compañeros que conocen menos que yo sobre un tema	47%	35%	16%	2%	0%
Me preocupo por la seguridad y salud de mis compañeros de trabajo	47%	30%	22%	1%	0%
Incentivo a mis compañeros a desarrollar sus habilidades	46%	37%	14%	3%	0%
Agrego el componente de innovación en mi trabajo	44%	39%	16%	1%	0%
Cuido del agua y la energía	44%	36%	17%	3%	0%
Estoy comprometido con el desarrollo de la región en la que vivo	42%	36%	22%	1%	0%
Promuevo políticas relacionadas con el trato justo	42%	34%	21%	2%	1%
Realizo mi trabajo con excelencia	42%	42%	14%	2%	0%
Tengo un buen equilibrio entre trabajo y vida personal	42%	35%	22%	2%	0%
Mi compromiso en la sociedad va más allá de generar beneficios	39%	37%	19%	5%	0%
Promuevo que se reduzca la explotación de cualquier persona	38%	38%	19%	3%	1%

Promuevo reducir el trabajo infantil y la violación de derechos humanos	36%	31%	28%	4%	1%
Rindo cuentas de las acciones que realizo	36%	41%	19%	3%	1%
Reduzco la contaminación usando medios de transporte que contaminan poco	35%	36%	25%	4%	1%
Reciclo materiales que pueden reutilizarse	35%	34%	25%	6%	1%
Siembro y cuido bien de las plantas y áreas verdes	35%	34%	26%	4%	1%
Promuevo iniciativas en educación a la sociedad, campañas de sensibilización, donaciones, etc.	32%	36%	27%	4%	1%
Apoyo en la creación de oportunidades laborales	31%	27%	29%	10%	3%
Promuevo y apoyo actividades religiosas o culturales	29%	31%	32%	6%	3%
Apoyo en dar a conocer iniciativas de cómo hacer un mejor uso de los recursos económicos o sobre financiamiento	27%	32%	28%	10%	3%
Promuevo iniciativas comunitarias de salud y seguridad	26%	38%	28%	7%	1%
Realizo obras para ayudar a otros a salir de la pobreza	22%	25%	27%	19%	6%
Promuevo programas para aliviar la pobreza	20%	28%	30%	14%	8%
Promuevo asociaciones con organizaciones comunitarias, gubernamentales, entre otros grupos	20%	34%	23%	17%	6%

Fuente: elaboración propia

#### 4. Discusión

La investigación desarrollada permite obtener un mayor conocimiento sobre formar parte de una red de periodistas socialmente responsables. Para poder lograrlo, un grupo de 120 periodistas fueron capacitados a través de un programa formativo, en temas de responsabilidad social y sostenibilidad. En esta capacitación de RSU se involucró a la universidad a través de su escuela de negocios, la empresa privada y una organización del tercer sector. A continuación, se presentan los resultados obtenidos con respecto a la red de periodistas responsables, los cuales responden a los dos objetivos específicos de investigación planteados.

Con respecto al impacto de pertenecer a una red de periodistas socialmente responsables, se han encontrado hallazgos significativos (Herrera et al., 2001; Prasad y Kumar, 2022). Los periodistas valoran el formar parte de una red de periodistas socialmente responsables. Un periodismo responsable permite promover la responsabilidad social y la sostenibilidad. Como se indicó previa-

mente, no es suficiente la educación profesional recibida (Wilderman et al., 2018) sino que se requiere una formación continua e innovadora donde se incorporen nuevas competencias y conocimientos relevantes (Campos Domínguez, 2021; López-García et al., 2017; Martín-Antoranz et al., 2019; Nurlatifah y Mutmainnah, 2021). Formar una red como esta permite conocer profesionalmente sobre temas en materias de responsabilidad social y sostenibilidad, con la finalidad de hacer una transmisión noticiera con información asertiva, considerando lo que está pasando y cuáles son las necesidades más relevantes para la sociedad y el mundo (Suárez Villegas, 2013), con la finalidad de tomar conciencia de ello (Lindsay et al., 2021; Zotaj y Buza, 2014). El formar parte de una red permite estar conectado y actualizado sobre lo que está pasando y poder informar mejor, con un lenguaje sencillo y entendible (Medranda-Morales et al., 2022).

En cuanto a lo que corresponde al desempeño, personal y profesional, de una red de periodistas socialmente responsables (Fuller, 2024; Trommershausen y Karmasin, 2022) se observaron los atributos investigados y su estado actual. En cuanto al aspecto ético, es de destacar que es fundamental para su ejercicio periodístico (Arroyave Cabrera y Garcés-Prettel, 2023; Barrientos-Báez et al., 2022; de la Calle Maldonado et al., 2021; Gade et al., 2017; Rivas-de-Roca, 2020; Pérez-Escoda y Pedrero Esteban, 2021). Por otro lado, su ejercicio profesional permite generar aportes socialmente responsables dentro del ámbito de la política (Pérez-Escolar y Herrero-Diz, 2023; Rivas-de-Roca, 2020). Asimismo, un periodista puede ser promotor de cambios positivos en materia de sostenibilidad (Brundtland, 1987; Guzel y Gonden, 2022). Además, un periodista debería ayudar a brindar información para proveer soluciones a los problemas sociales, económicos y ambientales (Caroll, 2011; Hautakangas y Ahva, 2018; Medranda-Morales et al., 2022; Robie, 2023; Roskar et al., 2017; Shcerr et al., 2019).

Por lo tanto, una red de periodistas socialmente responsables es un medio de ayuda para establecer lazos en materia de responsabilidad social y sostenibilidad. Esta capacitación, enfocada desde un programa de responsabilidad social universitaria de una escuela de negocios, la empresa privada y una organización del tercer sector demuestra ser enriquecedora para las partes involucradas y genera resultados con impacto (Vallaey, 2018). Proyectos como estos permiten generar alianzas, como este que se encontró enmarcado al ODS 17 (Gorpe y Oksuz, 2023; Ramírez Lozano et al., 2022). Además, implica el contribuir desde la profesión hacia la ejecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la agenda al 2030 de Naciones Unidas (Ghazouani, 2022; Sălcudean et al., 2023), generando un mayor impulso de los planes nacionales, regionales, sectoriales, entre otros. Los periodistas cumplen un rol importante en la formación de la opinión pública de la población acerca del desarrollo sostenible (Medranda-Morales et al., 2022; Sălcudean et al., 2023). Programas de Responsabilidad Social Universitaria como este, es un buen ejemplo a seguir por otras organizaciones, dado que genera beneficios significativos valor o beneficio compartido para todos los involucrados.

## 5. Conclusiones

Los resultados del programa reflejan el impacto positivo para todos los participantes, tanto para los beneficiarios directos como para los gestores. Los periodistas aprendieron nuevos conceptos que pudieron aplicar en su ejercicio profesional diario. Además, se les motivó a producir contenidos con enfoque socialmente responsable. Por su parte los profesores voluntarios de la Escuela de Negocios y los profesionales que dictaron las capacitaciones a modo de facilitadores, pudieron conocer más sobre el contexto en el cual se desempeñan los periodistas peruanos. Las organizaciones gestoras-socias han cumplido con su propósito de promoción del ejercicio de la responsabilidad social en un público objetivo de interés colectivo. Este caso en concreto nos demuestra

que la academia puede articular de manera positiva con la empresa privada y el tercer sector para llevar a cabo un programa que genere una cultura de periodismo responsable, tan necesario en poblaciones como la peruana y la Latinoamérica, con tantos desafíos y problemas sociales y éticos.

La participación de profesionales de diversas regiones del país (16 regiones de 24) ha permitido que se la formación sea inclusiva y horizontal, proporcionando oportunidades para todos. El programa ha contado tanto con una participación casi homogénea entre hombres y mujeres (55% y 45%), con edades muy variadas (entre 20 y 30 años, 21.7%; entre 31 y 40 años, 27.5%; entre 41 y 50 años, 32.5%; entre 51 y 60 años, 10.8%).

El impacto de la capacitación se ha calificado en niveles de mucho impacto (30%) y muchísimo impacto (70%). En cuanto al tipo de responsabilidad social que aplican las empresas en las que ellos se desarrollan destacan según el orden de importancia: gobernabilidad, ética y valores (33.3%); impacto económico, social y ambiental (29.2%); desarrollo sostenible (28.3%); y competitividad (9.2%). Es relevante mencionar, al respecto, que más de la tercera parte de las empresas aún continúen aplicando un enfoque antiguo de lo que implica la responsabilidad social, que si bien se tiene que realizar no lo es todo en su conjunto. Por ello, el programa ha permitido que los participantes amplíen sus conocimientos para transmitir con mayor alcance las noticias relacionadas con estos temas, de una forma transparente, ética, oportuna, con una lectura apropiada de los hechos.

Con la participación en el programa, los participantes resaltan la oportunidad de formar parte de una red para trabajar en comunidad por el país y potenciar sus capacidades profesionales y personales. Consideran importante la Responsabilidad Social Empresarial y el impacto que generan en la sociedad (25%), los derechos humanos (22.5%) y el impacto ambiental (20%). Según los resultados obtenidos, se aprecia que el aspecto social y de derechos humanos son factores claves a tomar en cuenta para la transmisión de noticias, así como el impacto ambiental.

El desempeño de los periodistas se encuentra en un nivel muy alto después de pasar por el programa formativo, en cuanto a: cumplir el código de ética de la empresa en que labora, respetar y vivir sus valores personales, respetar los valores personales de los demás, vivir los principios de buena actuación por parte de un periodista y respetar los compromisos asumidos. Asimismo, se han presentado resultados muy altos, después del seguir el programa formativo en: Respeto los derechos de las personas, Mi conducta es ética, Cumpro los contratos establecidos, Procuero seguir aprendiendo y conociendo, Respeto las formas de pensar de mis compañeros de trabajo, entre otros; los cuales se relacionan con las respuestas previamente marcadas por los periodistas.

Después de los hallazgos identificados, podemos apreciar que este modelo de práctica de RSU demuestra que existe un gran desafío de seguir propiciando mayores espacios de alianza (universidad, empresa privada, tercer sector). Por tanto, se hace necesario sumar esfuerzos que puedan propiciar impactos positivos a diversos problemas sociales que urgen resolver de manera colectiva, solidaria y colaborativa, y por el bien común.

Los resultados presentados corresponden al programa formativo desarrollado, con periodistas participantes de diversas regiones del Perú. Futuros estudios podrían contemplar una muestra más amplia, con la finalidad de hacer inferencias poblacionales. Debido a la naturaleza de este estudio, solo se considera la muestra de la población que participó en este programa formativo. Asimismo, se pueden aplicar investigaciones similares en otros países de Latinoamérica, con la finalidad de identificar y comparar hallazgos. Lo más interesante de este programa es que todos los participantes han recibido la misma formación por docentes y expertos especialistas, además de ser destacados y reconocidos a nivel nacional, a pesar de las diferentes ubicaciones geográficas.

ficas, micro-especializaciones, tamaño de la empresa en que laboran, estatus social, entre otros. Un programa formativo como este tipo es muy costoso de ser desarrollado por las propias empresas de comunicación y medios tradicionales, por tanto, desde el aspecto logístico como financiero, este programa gratuito para todos los participantes ha resultado altamente interesante y eficiente para los periodistas. Futuros estudios pueden considerar variantes sobre las características mencionadas, así como establecer relaciones de las variables estudiadas.

## 6. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Katia Paola Donayre Salazar quien agradecemos su trabajo.

## 7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez
Metodología	Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez
Recogida y análisis de datos	Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez
Discusión y conclusiones	Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez

## 8. Conflicto de intereses

Las autoras declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## 9. Referencias bibliográficas

Arroyave Cabrera, J. A., & Garcés-Prettel, M. (2023). Cambios en el periodismo y su impacto en la autonomía profesional: evidencia del estudio The Worlds of Journalism en siete países de América Latina. *Cuadernos. info*, (54), 318-340. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.54055>

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Cooperación Suiza COSUDE. (2021). *Periodismo Ambiental y Conciencia Ecológica en Torno al Agua*. <https://bit.ly/3zJPaJs>

Aujla-Sidhu, G. (2022). Decolonizing journalism education to create civic and responsible journalists in the West. *Journalism Studies*, 23(13), 1638-1653. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2096666>

- Barrientos-Báez, A., Caldevilla-Domínguez, D., & Yezers, L. (2022). Fake news y posverdad: Relación con las redes sociales y fiabilidad de contenidos. *Journal of Communication*, 24, 149-162. <https://doi.org/10.14201/fjc.28294>
- Brundtland, G. H. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Campos Domínguez, E. (2021). Más allá de la innovación tecnológica: Esbozo de las dimensiones sociales y estructurales del periodismo digital. *Investigaciones Históricas Época Moderna y Contemporánea*, 711-730. <https://doi.org/10.24197/ihemc.0.2021.711-730>
- Carroll, C. E. (2011). Media relations and corporate social responsibility. In O. Ihlen, J. L. Bartlett, & S. May (Eds.), *The handbook of communication and corporate social responsibility* (pp. 423-444). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118083246.ch21>
- Datum. (2024). *Calculadora Datum*. <https://datum.com.pe/calculadora>
- De la Calle Maldonado, C., Miró López, S., de Dios Alija, T., & de la Rosa Ruiz, D. (2021). Adaptación de la asignatura de responsabilidad social del grado de periodismo a la docencia en línea: Tiempos de COVID-19. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 21(65). <https://doi.org/10.6018/red.449841>
- Fuller, M. (2024). A socially responsible trade: An analysis of ethical discourse in *Editor & Publisher*, 1930-1934. *American Journalism*, 41(2), 231-253. <https://doi.org/10.1080/08821127.2024.2340677>
- Furey, L. D., Cho, M., & Mohr, T. L. (2019). Is business news starting to bark? How business news covers corporate social responsibility post the economic crisis. *Journalism*, 20(2), 256-273. <https://doi.org/10.1177/1464884917731180>
- Gade, P. J., Nduka, E. L., & Dastgeer, S. (2017). Developing sustainable news media in Africa: A professionalisation model to curtail 'the brown envelope' and other corrupting influences. *Journal of Media Business Studies*, 14(1), 5-24. <https://doi.org/10.1080/16522354.2017.1292713>
- Gerson, D., Chen, N. T. N., Wenzel, A., Ball-Rokeach, S., & Parks, M. (2016). From audience to reporter. *Journalism Practice*, 11(2-3), 336-354. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1216800>
- Ghazouani, S. B. (2022). The role of citizen's journalism in achieving sustainable development in light of vision of 2030. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 49(3), 249-264. <https://doi.org/10.35516/hum.v49i3.1353>
- Gorpe, T. S., & Oksuz, B. (2023). The corporate social responsibility of the media and the Turkish media: Perspectives of journalism educators on media and corporate responsibility. In F. Weder, L. Rademacher, & R. Schmidpeter (Eds.), *CSR communication in the media* (pp. 241-263). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-18976-0\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-031-18976-0_12)
- Guzel, M., & Gonden, M. (2022). Journalism education in Turkey in the spiral of neoliberal policies and technological transformation: Problems, pursuits, and suggestions. *Journal of Qualitative Research in Education*, (31). <https://doi.org/10.14689/enad.31.1610>
- Hautakangas, M., & Ahva, L. (2018). Introducing a new form of socially responsible journalism: Experiences from the conciliatory journalism project. *Journalism Practice*, 12(6), 730-746. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470473>

- Herrera, A. A., Alcañiz, E. B., & Pérez, R. C. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios gerenciales*, 27(118), 115-137. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70149-8](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70149-8)
- Li, M. (2020). The synergistic effects of solutions journalism and corporate social responsibility advertising. *Digital Journalism*, 9(3), 336-363. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1840407>
- Lindsay, G., Cole, L. B., Akturk, A., & Akin, H. (2021). Pressing issues: Setting a sustainability agenda through media coverage of green science museums. *Applied Environmental Education & Communication*, 20(4), 347-360. <https://doi.org/10.1080/1533015X.2021.1893866>
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A., & Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: Desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, 25(53), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- Marta-Lazo, C., Rodríguez, J. M., & Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo: Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 53-68. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- Martín-Antoranz, P., Cabezuelo-Lorenzo, F., & Bartolomé-Muñoz-de-Luna, Á. (2019). Competencias y formación ética de los profesionales de la comunicación corporativa en contextos interculturales. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 241, 59-72. [https://doi.org/10.35742/rcci.2019.24\(1\).59-72](https://doi.org/10.35742/rcci.2019.24(1).59-72)
- Medranda-Morales, N., Sánchez-Montoya, R., Ayuy Cevallos, J. V., & Soria Rojas, J. A. (2022). Challenges for the construction of environmental journalism in Ecuador and the COP26 in digital media. *Sustainability*, 14(20), 13173. <https://doi.org/10.3390/su142013173>
- Nurlatifah, M., & Mutmainnah, N. (2021). Disruption and collaboration in digital journalism: Ambivalence of social responsibility and political economy practices of media companies. *Journal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 181-195. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3701-10>
- Pérez-Escoda, A., & Pedrero Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 67-85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Pérez-Escolar, M., & Herrero-Diz, P. (2023). El desmentido como instrumento para mejorar la calidad del debate público en el escenario digital. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (10), 89-108. <https://doi.org/10.52495/c5.emcs.10.p96>
- Prasad, A. A., & Kumar, R. S. (2022). Challenges and opportunities of brand corporate social responsibility classification: A review, new conceptualization and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 46(6), 2071-2103. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12844>
- Ramírez Lozano, J. P., Rojas Valdez, K., & Sosa Varela, J. C. (2023). Knowledge transfer in Peru microentrepreneurs. The effects on personal and business improvement. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2022-0377>

Ramirez, J. P., Rojas, K., & Marquina, P. (2022). Business school model of social responsibility and sustainability and its impact on small- and mid-sized enterprises. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 24(2), 382-403. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-10-2021-0424>

Rivas-de-Roca, R. (2020). Ética periodística para una información con perspectiva de género. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 22(22), 82-97. <https://doi.org/10.7263/adresic-022-04>

Robie, D. (2023). 'Voice of the voiceless': The Pacific Media Centre as a case study of academic and research advocacy and activism. *Pacific Journalism Review*, 29(1/2), 205-229. <https://doi.org/10.24135/pjr.v29i1and2.1283>

Rojas Valdez, K., Feldman, P., Rugel Rivera, S., & Nakama Hokamura, G. K. (2022). Universidades y escuelas de negocios católicas Latinoamericanas: Un compromiso en la formación de líderes con actitudes éticas. *Apuntes de Bioética*, 5(2), 105-130. <https://doi.org/10.35383/apuntes.v5i2.785>

Roskar, S., Bracic, M. F., Kolar, U., Lekic, K., Juricic, N. K., Grum, A. T., Dobnik, B., Postuvan, V., & Vatovec, M. (2017). Attitudes within the general population towards seeking professional help in cases of mental distress. *The International Journal of Social Psychiatry*, 63(7), 614-621. <https://doi.org/10.1177/0020764017724819>

Sălcudean, M., Pinte, A., & Săvescu, R. (2023). Connecting sustainable development with media, journalism and communication programs in European universities. *Studies in Business and Economics*, 18(2), 290-302. <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0038>

Sánchez-García, P., García-Orosa, B., López-García, X., & Vázquez-Rodríguez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: Investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos*, (45), 157-177. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2019.45p157-177>

Scherr, S., Markiewitz, A., & Arendt, F. (2019). Effectiveness of a workshop intervention on responsible reporting on suicide among Swiss media professionals. *Crisis*, 40(6), 446-450. <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000584>

Suárez Villegas, J. C. (2013). La actitud ética de los periodistas andaluces ante cuestiones de especial sensibilidad social. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 309-327. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-979>

Sunardi, S. (2020). University social responsibility, university image and higher education performance. *Indonesian Management and Accounting Research*, 18(1), 62-78. <https://doi.org/10.25105/imar.v18i1.4081>

Trommershausen, A., & Karmasin, M. (2022). Corporate social responsibility in media companies. In J. Krone & T. Pellegrini (Eds.), *Handbook of media and communication economics*. Springer, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3\\_54-2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3_54-2)

Vallaey, F. (2018). Las diez falacias de la responsabilidad social universitaria. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 12(1), 34-58. <https://doi.org/10.19083/ridu.12.716>

Vasileva, P., Golubev, V. Y., Ibragimov, I., & Rubtsova, S. (2021). Trash to treasure: Integrating environmental awareness into university curriculum. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 205-216. <https://doi.org/10.22190/jtesap2102205v>

Vico, E. A. (2020). Comunicación sostenible y sociedad 2.0: Particularidades en una relación de tres décadas. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (53), 37-51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.53.37-51>

Wilderman, M., Nasrin, S., & Davis, J. (2018). Budget cuts in scholastic media: A focus group study of Oklahoma journalism advisers' survival skills. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(3), 276-289. <https://doi.org/10.1177/1077695818787066>

Zotaj, E., & Buza, L. (2014). Environmental journalism as a management tool for poverty reduction: Considerations on Albanian current developments. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 187. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p187>

## 10. Anexos

**Tabla A1. Estructura del programa**

Módulo	Ponencia	Descripción de la ponencia o de la dinámica	Duración
Presentación de la red, introducción y desarrollo sostenible (23/10/21)	Presentación de la red	Presentación de la red y el programa.	20 minutos
	El desarrollo sostenible	Significado e importancia del desarrollo sostenible.	15 minutos
	El periodismo como promotor del desarrollo sostenible del Perú	El rol que juegan los periodistas como vigilantes e influenciadores.	15 minutos
	Dinámica grupal	Resolver las siguientes preguntas: ¿Qué retos tengo frente a la sostenibilidad? ¿Qué esperaría de esta red?	45 minutos
Estandarización de conceptos (06/11/21)	¿Qué es lo que los periodistas deben saber cuando se habla de sostenibilidad?	Conceptos generales de sostenibilidad, Objetivos de Desarrollo Sostenible y el rol del periodista frente a estos temas.	25 minutos
	¿Qué es lo que los periodistas deben saber del plano económico de la sostenibilidad?	Temas económicos relevantes, cómo la sostenibilidad está impactando la economía y el nuevo rol del empresario.	30 minutos
	¿Qué es lo que los periodistas deben saber del plano ambiental de la sostenibilidad?	Temas ambientales relevantes, cuáles son las grandes preocupaciones ambientales del mundo y cómo contribuir como periodista.	30 minutos
	¿Qué es lo que los periodistas deben saber del plano social de la sostenibilidad?	Temas sociales relevantes, cuáles son las grandes preocupaciones sociales del mundo y cómo contribuir como periodista.	30 minutos
	Dinámica grupal	Resolver las siguientes preguntas: ¿Cómo estos temas son importantes para mi contexto? ¿Cuáles son los retos para que estos temas sean prioridad para los editores? ¿Qué podemos hacer para influenciar más una agenda de sostenibilidad?	45 minutos

Avances en el Perú (13/11/21)	Contexto nacional de inversiones responsables	Cómo es que la sostenibilidad está tomando importancia en el mundo bursátil y de las inversiones en el Perú.	25 minutos
	Contexto nacional de economía circular	Explicación del concepto de economía circular, la norma técnica nacional y las maneras en las que se puede contribuir.	30 minutos
	Contexto nacional de empresas y derechos humanos	Qué son los derechos humanos y cómo las empresas pueden contribuir al plan nacional.	30 minutos
	Contexto nacional legislativo: Ley BIC	Aspectos políticos y legales, haciendo énfasis en la ley de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) y su importancia como hito histórico.	30 minutos
	Dinámica grupal	Generar dos propuestas de investigación relacionadas a los temas presentados e indicar qué argumentos podrían presentarle a su editor para que la apruebe.	45 minutos
Herramientas en sostenibilidad para periodistas (20/11/21)	Comunicación efectiva	Guía práctica para construir noticias usando el <i>storytelling</i> .	25 minutos
	Reportes de sostenibilidad	Los reportes de sostenibilidad como fuentes de información primaria (Pacto Global, SDG Corporate tracker, GRI, SMV)	30 minutos
	Publicaciones relevantes	Presentación de una lista de publicaciones que se pueden usar como referencia, diferentes fuentes confiables.	30 minutos
	Índices y rankings	Índices y rankings de diferentes fuentes que sirven como referencia de desempeño destacable en temas de sostenibilidad.	30 minutos
	Dinámica grupal	Resolver las siguientes preguntas: ¿Qué elementos en la nota podrían utilizar como parte del <i>storytelling</i> o narrativa? ¿Quién podría o debería ser el personaje central de la historia para hacerlo más humano y por qué? ¿Cuáles fuentes usarían y por qué? ¿Usarían entrevistas personales?	45 minutos

Fuente: elaboración propia a partir de la web de la red de periodistas responsables.

Para conocer más detalle del programa: <https://redperiodismoresponsable.pe/red-de-periodismo-responsable/>

**Tabla A2. Categorías del concurso**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Auspicio</b>
Objetivos de Desarrollo Sostenible	Los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la medida que pueden contribuir a poner en agenda pública los retos que implica lograr los ODS al año 2030, exigir al Estado el cumplimiento de sus compromisos internacionales y traducir el lenguaje técnico de los ODS a uno más cercano a la ciudadanía.	Naciones Unidas Perú Sostenible
Transparencia corporativa	Las empresas han tomado una importante posición de transparencia y la emisión de reportes de sostenibilidad es un medio cada vez más frecuente para evidenciar sus acciones, ya sea de manera proactiva, o por presión de los grupos de interés. Se espera que los periodistas puedan tomar la información de los reportes para analizarla, validarla, procesarla, compararla, y de esta manera ser el ojo vigilante de la información, compartan casos de éxito que inspiren a otros, identifiquen los principales retos de la industria, armar rankings o evaluaciones, y más.	Global Reporting Initiative - GRI
Inclusión Financiera y Desarrollo Económico	Con esta categoría se busca promover la inclusión financiera, acompañar el emprendimiento formal y acercar los servicios bancarios a más peruanos. En ese sentido, se espera que el rol periodístico promueva el alcance de esta situación, visibilizar las acciones o iniciativas que se vienen desarrollando y concientizar a pequeños empresarios y personas naturales sobre las oportunidades que pueden encontrar con la digitalización de servicios financieros.	Interbank
Economía circular	La economía circular está entrando con mayor fuerza en las estrategias de sostenibilidad de las compañías. Cada vez se van viendo un desapego de los modelos de negocio hacia estrategias de circularidad. Se espera que el periodista realice un análisis de la coyuntura nacional y los facilitadores o trabas a nivel de legislación, acceso a financiamiento o falta de información con la finalidad de implementar nuevos modelos de negocios circulares, así como para alcanzar simbiosis industriales que logren establecer círculos cerrados de valorización. Se espera destacar modelos exitosos, así como iniciativas de alto impacto identificadas a nivel nacional.	ENEL
Reducción de desigualdades	Reducir las desigualdades causadas por diversos motivos se traduce en una serie de actividades, iniciativas y programas desarrollados dentro de la compañía para colaborar y clientes. Los procesos de selección para la contratación de personas con discapacidad, el seguro de salud los para trabajadores, inclusión social, raza/etnia, entre otros son aspectos a tomar en cuenta.	Entel

**Fuente: elaboración propia a partir de la web de la red de periodistas responsables.**  
<https://redperiodismoresponsable.pe/red-de-periodismo-responsable/>

