



PRME Principles for Responsible
Management Education
CHAPTER
LATIN AMERICA & CARIBBEAN



Educación en negocios responsables y con impacto en las ODS

PRME LAC 11TH MEETING

 7 y 8
noviembre 2022

 **Centrum PUCP**
Lima - Perú

Empresa periodística en tiempos de incertidumbre: entre la innovación, la ética y la responsabilidad social

- ✓ Objetivo
- ✓ Problema de investigación/Contexto
- ✓ Metodología
- ✓ Hallazgos

Empresa periodística en tiempos de incertidumbre: entre la innovación, la ética y la responsabilidad social

✓ Conclusiones

✓ Bibliografía

✓

✓

Objetivo

Analizar la experiencia de las empresas periodísticas de medios nativos digitales peruanos y su manera de afrontar la pandemia del Covid-19, en cuanto a las estrategias implementadas, con el fin de mantener la calidad informativa, desde los ejes: responsabilidad social, ética e innovación.

Problema de investigación

¿De qué manera las estrategias innovadoras implementadas por los medios digitales peruanos permiten mantener la calidad informativa desde la innovación, la ética y la responsabilidad social?

Contexto del problema

¿Cuáles fueron los cambios más significativos en el periodismo durante la pandemia?







*Aumento del consumo de noticias.

*Creció la desconfianza en redes sociales como: Facebook y WhatsApp.

*Aceleración en los avances tecnológicos

* Despidos en los medios tradicionales por disminución de la pauta publicitaria

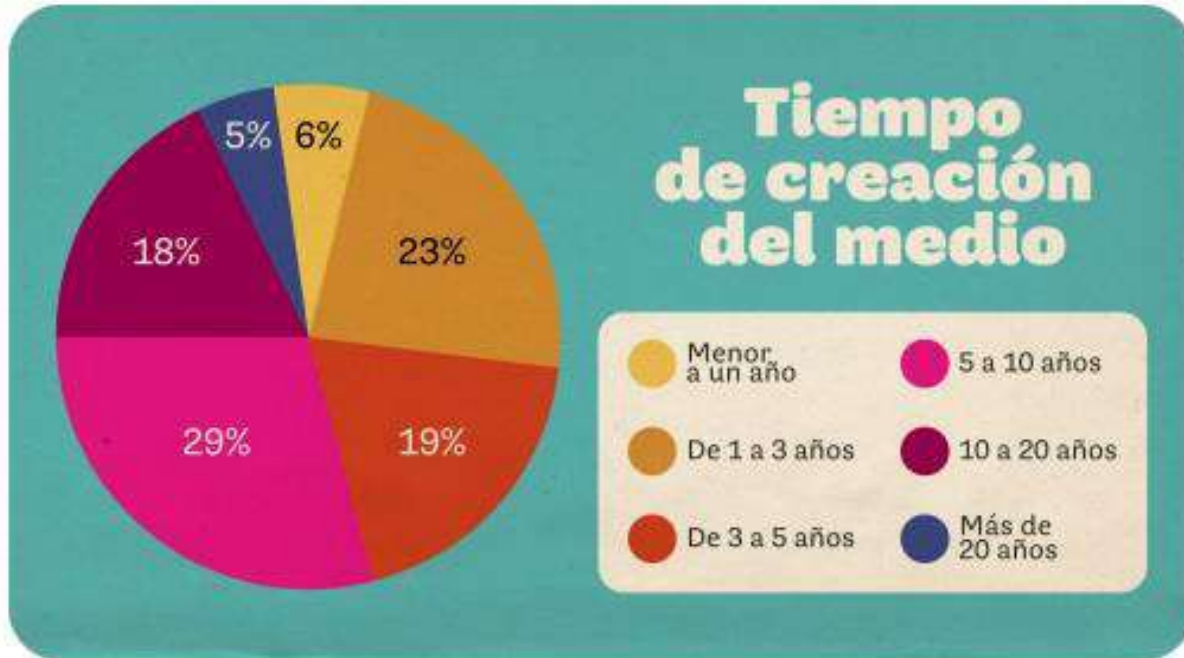
PROPORTION THAT USED EACH AS A SOURCE OF NEWS IN THE LAST WEEK (APRIL 2020) – SELECTED COUNTRIES

	Online (incl. social media)	TV	Social media	Radio	Print (incl. mags)
 UK	79%	71%	47%	35%	18%
 USA	73%	60%	47%	21%	16%
 Germany	69%	72%	39%	41%	26%
 Spain	83%	71%	63%	24%	28%
 South Korea	85%	65%	51%	14%	19%
 Argentina	90%	77%	78%	24%	30%
Average change from January	+2	+5	+5	+2	-2

Q4. (Apr. 2020). Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? Base: Total sample: UK = 2191, USA = 1221, Germany = 2003, Spain = 1018, South Korea = 1009, Argentina = 1003. Note. Figures adjusted to exclude non-news users for comparability.

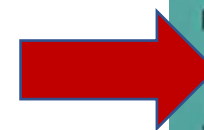
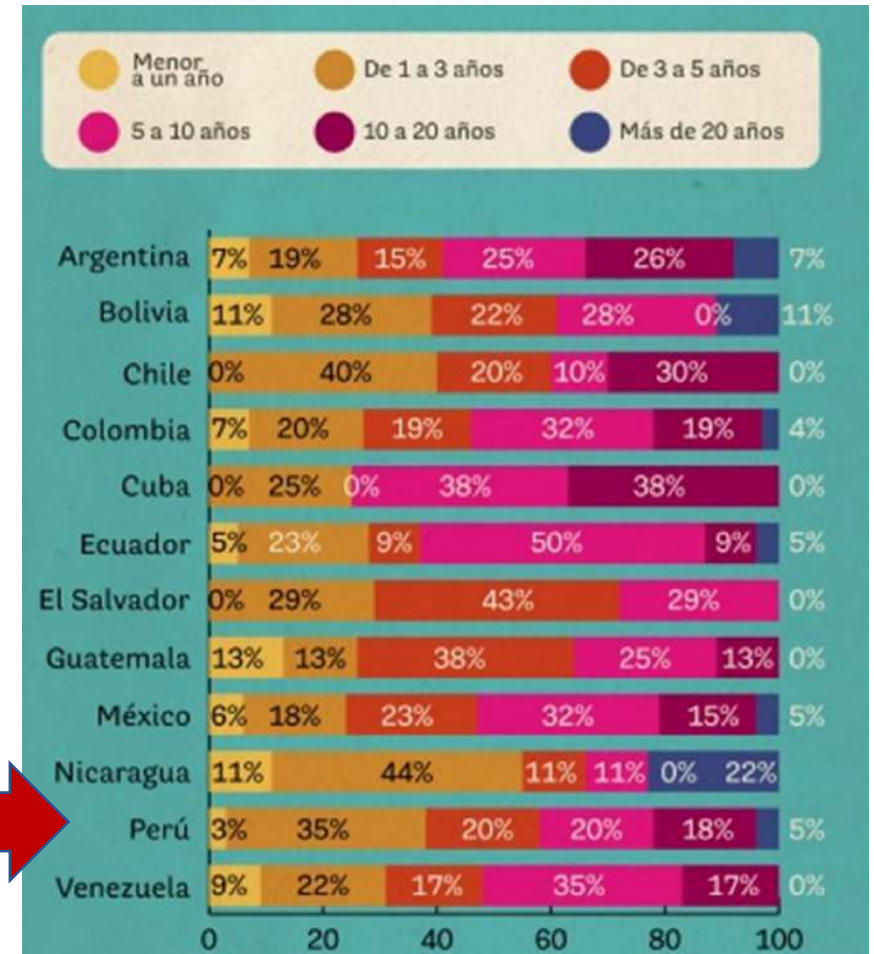
Informe Instituto Reuters (2020)

Aumento de creación de medios



El 48% de los medios digitales se crearon en los últimos 3 años. Fundación Gabo (2022). Informe sobre el estudio de medios nativos digitales latinoamericanos. Pág. 75 - 76

Promedio por país



* Existe una creciente preocupación de las audiencias por la **desinformación**, lo que genera **desconfianza**.

*Se presenta una tendencia a buscar información especializada en redes sociales: **tiktok, Instagram, twitter, twitch, Facebook**. Plataformas como: **You Tube, patreon**, entre otras.



Metodología

- La investigación tuvo un enfoque cualitativo, se realizaron diez entrevistas semiestructuradas a directores de medios de comunicación de **Piura (5)**, **Lima (4)** y **Arequipa (1)**, luego se realizó un análisis por **categorías: línea editorial, prácticas, narrativas y herramientas tecnológicas** y **las subcategorías: Desinformación, alianzas institucionales, cambios en los procesos de gestión de la información, sostenibilidad** (mayor diversificación en los modelos de negocio), y el **fomento del liderazgo social y comunitario** desde las empresas periodísticas.

Cuadro resumen medios analizados

Medio	Ciudad	Ppales. canales de Difusión	Modelo de negocio/sostenibilidad
Walac	Piura	Facebook-Tiktok	Publicidad – Consultorías
Noticias 3.0	Piura	Facebook-Tiktok	Publicidad – Consultorías
El Regional de Piura	(Sullana) Piura	Facebook	Publicidad, becas, suscripción
Gua	Piura	Instagram - TikTok	Publicidad, suscripción
El Piurano	Piura	Facebook	Publicidad, Consultorías
La encerrona	Lima	Facebook – YouTube	Suscripción
Sálvese quien pueda	Lima	YouTube – Twitch Instagram	Suscripción, monetización
El Búho	Arequipa	Facebook - You Tube	Suscripción, monetización
Epicentro	Lima	You Tube	Monetización
Útero	Lima	Facebook, Instagram	Suscripción, monetización

Hallazgos

Responsabilidad Social

- * Se afianzó el compromiso social de los comunicadores y periodistas con las comunidades locales y nacionales.
- * Implementación de planes para la minimización de riesgos de salud de los periodistas, camarógrafos y fotógrafos a través del teletrabajo. “En los medios digitales suelen trabajar periodistas más jóvenes. Por esa razón, ellos podían ir más a la calle a realizar su trabajo de campo, más que profesionales de los medios tradicionales” (Moncada, Medio Walac)

- * En cuanto a los temas y enfoques a tratar en la información se destacó **el periodismo de soluciones, las campañas de educación (prevención en salud) y las notas utilitarias.**
- * Modificación de las prácticas periodísticas, como el **manejo de fuentes especializadas, el uso y análisis de data.**
- * Se priorizaron los temas relacionados al área de **salud, ciencia y la atención a campañas para recaudar fondos** con fines sociales.

Hallazgos

Ética

* Se destacó la solidaridad entre los ciudadanos, donde el periodismo cumplió un rol fundamental como canal y plataforma tanto para la consecución de recursos económicos y ayudas para las familias como para la colaboración como elemento de presión dirigida a los políticos, los funcionarios, las instituciones y la empresa privada.

- * La práctica periodística de los medios digitales se destacó por **la sensibilidad social frente al dolor y sufrimiento de los peruanos** y buscó no solo informar las estadísticas sino enfocar las notas periodísticas desde un enfoque humano.
- * Aumentó la rigurosidad en la contrastación de la información, ya que la pandemia vino acompañada por una **infodemia**.
- * Los directores de los medios digitales destacan la resiliencia de los profesionales del periodismo, puesto que la información que emitían les afectaba de manera directa, pero **la necesidad informativa de la comunidad se priorizó antes que el miedo o la evasión de la problemática**.

- * La práctica periodística de los medios digitales se destacó por **la sensibilidad social frente al dolor y sufrimiento de los peruanos** y buscó no solo informar las estadísticas sino enfocar las notas periodísticas desde un enfoque humano.
- * Aumentó la rigurosidad en la contrastación de la información, ya que la pandemia vino acompañada por una **infodemia**.
- * Los directores de los medios digitales destacan la resiliencia de los profesionales del periodismo, puesto que la información que emitían les afectaba de manera directa, pero **la necesidad informativa de la comunidad se priorizó antes que el miedo o la evasión de la problemática**.

Hallazgos

Innovación

- * Las redacciones modificaron sus prácticas debido al teletrabajo, y en estos momentos se mantiene un modelo híbrido de trabajo, facilitado por el uso de plataformas como zoom, Google meet, teams, entre otras.
- * Se innovó en el uso de nuevas narrativas, el uso generalizado de los Live de Facebook o YouTube, incrementando la cantidad y calidad del contenido.

* **Los “nativos digitales” se alejan de Facebook y optan por TikTok.** En ese sentido, los medios digitales buscan crear contenido a través de esta red social, aunque en ciudades como Piura, Facebook sigue siendo la red social donde se informan los ciudadanos de todas las edades. Tampoco se deja de lado **Instagram o Twitter.**

* Se buscó emplear las distintas plataformas como canales de información e interacción constante con las audiencias como **YouTube, Patreon o Twitch.**

Así mismo, se empleó **WhatsApp** con muchos de los usuarios, puesto que a través de este canal se ejerce un periodismo de cercanía con la audiencia y de esta manera también se desmienten bulos, noticias falsas o engañosas que circulan con tanta frecuencia en las redes sociales y la internet. En la actualidad, algunos de los medios de comunicación en Lima también utilizan **Telegram.**

Bibliografía

Arrojo, M. (2015). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, 18(3), 746-787. doi: 10.5294/pacla.2015.18.3.6

Cueva, L. (2021) Digital News Report's country page on Peru. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Echevarría, M. & Viada, M. (eds.) (2014). *Periodismo en la Web. Lenguajes y herramientas de la narrativa digital*. Buenos Aires: Editorial Brujas.

Instituto Reuters. (2022) Digital News Report. Oxford.

Islas-Carmona, O. (2016). *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Crujía.

López, G. (2015). *Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social

Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (2014). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Center for Journalits (ICFJ) con Connectas.

Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 19-32. doi: 10.14198/MEDCOM2017.8.1.2

Gracias



PRME Principles for Responsible
Management Education
CHAPTER
LATIN AMERICA & CARIBBEAN

