



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA COVID 19

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
Sociales	Sociedad, cultura y comunicación	

3. Duración del proyecto (meses)

12 meses

4. Tipo de proyecto

Individual	<input type="radio"/>
Multidisciplinario	<input checked="" type="radio"/>
Director de tesis pregrado	<input type="radio"/>

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	Yucra Mamani Yudi Janeh
Escuela Profesional	Ciencias de la Comunicación Social
Celular	979995598
Correo Electrónico	yudiyucra@unap.edu.pe

Apellidos y Nombres	Vera del Carpio María del Rosario
Escuela Profesional	Ciencias de la Comunicación Social
Celular	949224489
Correo Electrónico	mariavera@unap.edu.pe

Apellidos y Nombres	Barrientos Paredes Katia Natalia
Escuela Profesional	Turismo
Celular	945445490
Correo Electrónico	kbarrientos@unap.edu.pe

- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PUNO ANTE LA COVID 19

- II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

El presente estudio tiene como objetivo analizar la responsabilidad social de los medios de comunicación en Puno ante la COVID 19, describir cómo asumen la responsabilidad social el sector de los medios de comunicación y las acciones que realizan. Se recurre a la investigación cuantitativa, de nivel descriptivo – analítico, de diseño transversal, se administrarán cuestionarios a los medios de comunicación reconocidos legalmente en la región Puno. Los resultados evidenciarán cómo asumen la responsabilidad social los medios de comunicación ante la pandemia mundial.

- III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras: cinco)

Responsabilidad social, medios de comunicación, COVID 19, acciones,

- IV. Justificación del proyecto (Describa el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)

La responsabilidad social de los medios de comunicación en Puno ante la COVID 19 – 2021, es un tema de mucho aporte, ya que todos somos consumidores en mayor o menor medida de los mass media y sus redes sociales, por lo que conocer cómo asumen su responsabilidad social ante la pandemia mundial, resulta de mucho interés, ya que a partir de ello se pueden generar propuestas pertinentes acorde a la realidad puneña, más allá de buenas intenciones, una propuesta articulada y planificada que responda a las necesidades de la población.

- V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

Ramírez & Villacorta (2012). La responsabilidad social en las empresas de comunicación peruanas: La mirada de los stakeholders. Casos: ATV Televisión, Radio Capital y diario Perú 21. Contratexto: Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, 20, 195-214. En dicha investigación concluyeron:

- El concepto de responsabilidad social en las empresas de comunicación peruanas aún es un concepto poco estudiado, pero sí discutido desde la sociedad civil. Sin embargo, los directivos de los tres medios investigados han respondido con claridad acerca del tema, identificando que sus acciones están encaminadas desde un enfoque de responsabilidad social empresarial.
- Aún está pendiente trabajar en el reconocimiento de los stakeholders de los medios de comunicación pues la mayoría de los entrevistados solo reconoce como único stakeholder al público



Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. (2008). La otra cara de la libertad. La responsabilidad social empresarial en medios de comunicación de América Latina. Bogotá: Autor. La referida investigación arriba a las siguientes conclusiones:

- Existe un conjunto importante de experiencias de responsabilidad social en medios de comunicación de América Latina, que conforman un panorama estimulante y prometedor. (...) Las experiencias muestran una gran diversidad, tanto por las acciones que llevan a cabo, como por su estructura, propósitos, formas de funcionamiento, alianzas y ubicación organizacional.
- Los medios de comunicación que apoyan estas experiencias invierten en confianza, reputación y relaciones más estrechas con la ciudadanía. De esta manera se propone afianzar uno de los fundamentos más preciados del periodismo: su credibilidad.

VI. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

La responsabilidad social de los medios de comunicación en Puno ante la COVID – 19 es asumida considerando aspectos de responsabilidad social empresarial comunes a todos los sectores y aspectos específicos del sector de los medios, a partir del entendimiento que tienen de la misma, acciones que realizan y otros.

VII. Objetivo general

Analizar cómo asumen la responsabilidad social los medios de comunicación en Puno ante la COVID - 19

VIII. Objetivos específicos

- Determinar cómo entienden el sector de los medios de comunicación en Puno la responsabilidad social ante la COVID -19.
- Identificar las acciones que realizan los medios de comunicación en Puno en el campo de la responsabilidad social ante la COVID -19.

IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

Se recurrirá a la investigación cuantitativa de nivel descriptivo – analítico, de diseño transversal, se administrarán cuestionarios a los medios de comunicación reconocidos legalmente en la región Puno.

X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)



Arévalo Martínez, R. I., & Sanmartín, M. C. (2018). The media and their organizational social responsibility in Latin America. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 24(2), 1043–1055. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62201>

Baran, S. & Hidalgo, J. (2005). *Comunicación masiva en hispanoamérica* (3ª ed.). México: McGraw-Hill.

Biagi, S. (2006). *Impacto de los medios, introducción a los medios masivos de comunicación* (7ª ed.). México: Thomson.

Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano - FNPI. (2008). *La otra cara de la libertad, la responsabilidad social empresarial en medios de comunicación de América Latina*. Bogotá D.C.: Autor.

Navarro G, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica* (2ª ed.). Madrid, España: ESIC.

Norero, A. (2000). *Responsabilidad Social y Relaciones Públicas*. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres.

Pelekais, C. & Aguirre, R. (2008). *Hacia una Cultura de la Responsabilidad Social* (1ª ed.). México: Pearson Educación

XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)

Los resultados facilitarán toma de decisiones de los medios de comunicación en cuanto responsabilidad social.

XII. Impactos esperados

i. Impactos en Ciencia y Tecnología

Contribuirá con el conocimiento científico en cuanto responsabilidad social.

ii. Impactos económicos

Reducirá costos por un trabajo articulado y planificado.

iii. Impactos sociales

Mayor responsabilidad social de los medios de comunicación con labores articuladas.

iv. Impactos ambientales

Mayor responsabilidad ambiental.

XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)



Acceso a bibliotecas físicas, virtuales.
Acceso a base de datos
Laptop
Software SPSS, mendeley
Servicio de internet
Docente investigador
Encuestadores
Especialista en estadística

XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

Ciudad de Puno

XV. Cronograma de actividades

Actividad	Trimestres											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Revisión de literatura, base de datos	X	X										
Elaboración del proyecto		X	X									
Diseño de los instrumentos			X	X								
Prueba piloto				X	X							
Diligenciamiento de los instrumentos					X	X	X					
Análisis de datos							X	X	X	X		
Redacción del informe de investigación										X	X	X
Publicación												X

XVI. Presupuesto

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
Acceso a base de datos y laptop	Base de datos y equipo	4000.00	1	4000.00
Impresiones y referencias bibliográficas	hojas	0.10	500	50.00
Movilidad	taxi	5.00	300	1500.00
Viáticos para encuestadores	Viático	500.00	3	1500.00
Refrigerio	refrigerios	200.00	8	1200.00
Logística		800.00		800.00
Servicio por honorarios (estadístico)	Un servicio	850.00	1	850.00
Publicación en revista indexada	1	1200.00	1	1200.00
TOTAL				11,100.00