

Colección Investigación fue creada por el Instituto de Comunicación Social (ICOS) de la UCA para fomentar la reflexión científica, el intercambio académico y el diálogo cultural. El ICOS ofrece con estos volúmenes el servicio de poner a disposición de otros investigadores los resultados obtenidos en los proyectos desarrollados por sus profesores. Motivó la colección un principio que alienta la práctica de la investigación en el ICOS: el reconocer que sólo desde la búsqueda constante de la verdad en libertad se puede garantizar una enseñanza de calidad y actualizada que, a su vez, redunde en nuevos interrogantes desencadenantes de otros procesos de investigación.

Susana Mitchell es Magíster en Sociología por la Pontificia Universidad Católica Argentina “Santa María de los Buenos Aires” (UCA) y Licenciada en Periodismo por la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Desde 1997 se desempeña como Profesora Adjunta del Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad de la UCA. Periodista freelance, ha colaborado con Clarín, Perfil y Atlántida, entre otros medios gráficos. Realiza asesorías en el área de comunicación institucional a Organizaciones de la Sociedad Civil. Desde mayo de 2008, se desempeña como Coordinadora Académica del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP), dependiente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Es autora de: *¿Qué es el periodismo?* (EDUCA, 2002), *¿Qué dice el periodismo? Una mirada inquieta sobre el discurso de la prensa escrita* (EDUCA, 2003) y de *Historias de Don Torcuato* (Editorial Comunicación Interactiva, 1995).

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--------------------|----|
| PRÓLOGO..... | 9 |
| INTRODUCCIÓN | 13 |

PRIMERA PARTE

| | |
|--|----|
| 1. Responsabilidad Social Empresaria..... | 19 |
| 1.1. Algunos enfoques y aportes conceptuales | 19 |
| 1.1.1. Responsabilidad y social..... | 19 |
| 1.1.2. Responsabilidad Social Empresaria: RSE..... | 21 |
| 1.2. Desarrollo Sustentable y Pacto Global..... | 26 |
| 1.2.1. Pacto Global: RSE Planetaria..... | 27 |
| 1.2.1.1. Principios del Pacto Global..... | 28 |
| 1.3. La RSE en América latina..... | 29 |
| 1.3.1. Del discurso a la práctica..... | 30 |
| 1.3.2. En Argentina..... | 31 |
| 1.3.2.1. La RSE en la prensa argentina..... | 34 |
| 1.4. Indicadores de RSE..... | 35 |
| 1.4.1. Generalidades..... | 35 |
| 1.4.2. Indicadores de RSE | 37 |
| 1.4.2.1. Indicadores de RSE en Argentina..... | 40 |

SEGUNDA PARTE

| | |
|---|----|
| 2. El periodismo del siglo XXI..... | 45 |
| 2.1. La empresa periodística..... | 46 |
| 2.2. El periodismo en América latina..... | 49 |
| 2.2.1. Panorama argentino..... | 52 |

| | |
|--|----|
| 2.3. Periodismo socialmente responsable: un desafío..... | 55 |
| 2.3.1. Enfoques y perspectivas de la Responsabilidad Social de la Empresa Periodística..... | 56 |
| 2.3.2 El informe Hutchins y el informe McBride..... | 60 |

TERCERA PARTE

| | |
|---|----|
| 3. Cómo medir Responsabilidad Social del Periodismo y su Empresa: diseño de una herramienta..... | 67 |
| 3.1. La ética como negocio..... | 67 |
| 3.2. Cómo lograr resultados..... | 68 |
| 3.3. Indicadores de Responsabilidad Social del Periodismo y su Empresa..... | 70 |
| 3.3.1. Mandatos o funciones esenciales del periodismo..... | 70 |
| 3.3.2. Indicadores..... | 73 |

CUARTA PARTE

| | |
|---|-----|
| 4. Testeo de los indicadores en el campo..... | 81 |
| 4.1. Aclaración acerca del trabajo de campo..... | 81 |
| 4.2. Diseño y organización..... | 82 |
| 4.3. Primera parte: Entrevistas..... | 83 |
| 4.3.1. Primera entrevista..... | 83 |
| 4.3.2. Segunda y tercera entrevistas..... | 88 |
| 4.3.3. Cuarta entrevista..... | 93 |
| 4.3.4. Quinta entrevista..... | 97 |
| 4.4. Conclusiones de las entrevistas..... | 99 |
| 4.4.1. Síntesis de las conclusiones..... | 103 |
| 4.5. Segunda parte: Relevamiento de indicadores en el soporte gráfico o producto de la empresa periodística..... | 108 |
| 4.5.1. Grupo de indicadores seleccionados para testear en el soporte gráfico..... | 109 |
| 4.5.2. Testeo de los indicadores en la tapa y el cuerpo principal de los ejemplares seleccionados..... | 109 |

| | |
|--|-----|
| 4.5.2.1. La tapa y el cuerpo principal: aspectos de la valoración..... | 109 |
| 4.5.2.2. El relevo de indicadores..... | 111 |
| 4.5.3. Síntesis de los resultados en tapa..... | 117 |
| 4.5.3.1 Existencia de los indicadores en cuerpo principal y suplementos..... | 120 |
| 4.5.4. Síntesis de los resultados en cuerpo principal y suplementos..... | 124 |

QUINTA PARTE

| | |
|--|-----|
| 5. Síntesis de los principales resultados..... | 129 |
| 5.1. Generalidades..... | 129 |
| 5.2. Síntesis de los resultados del testeo de indicadores..... | 131 |
| 5.3. Conclusiones..... | 133 |
| 5.3.1. Nuevos desafíos..... | 134 |
| 5.4. Multimedia: corporaciones responsables..... | 135 |
| ANEXO | 137 |
| BIBLIOGRAFÍA | 159 |