

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO



T E S I S

Responsabilidad social de las empresas de radio y el cuidado del medio

ambiente del Distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, 2021

Para optar el grado académico de Maestro en:

Ciencias de la Comunicación

Mención: Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales

Autor:

Bach. James Vylward ROSALES HUAMAN

Asesor:

Dr. Robert Aldo VELASQUEZ HUERTA

Cerro de Pasco – Perú – 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO



T E S I S

Responsabilidad social de las empresas de radio y el cuidado del medio

ambiente del Distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, 2021

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Rogelio Amancio LANDAVERI MARTINEZ
PRESIDENTE

Dr. José Néstor SANCHEZ MORALES
MIEMBRO

Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA
MIEMBRO



Firmado digitalmente por:
CARHUARICRA MEZA Julio
Cesar FAU 20154605040
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07/12/2023 15:25:40

Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Posgrado
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 0224-2023-DI-EPG-UNDAC

La Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:
James Vylward ROSALES HUAMAN

Escuela de Posgrado:
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN – MENCIÓN: RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES

Tipo de trabajo:
Tesis

TÍTULO DEL TRABAJO:

"RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE RADIO Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE DEL DISTRITO DE YANACANCHA, CERRO DE PASCO, 2021"

ASESOR (A): Dr. Robert Aldo VELASQUEZ HUERTA

Índice de Similitud:
27%

Calificativo
APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 07 de diciembre del 2023

DOCUMENTO FIRMADO DIGITALMENTE
Dr. Julio César CARHUARICRA MEZA
DIRECTOR

DEDICATORIA

A la memoria de mi mamita Amelia, mi mamá Eumelia, mis hijos, Jonathan, Rodrigo, Samantha y Sophia; quienes son fuente de inspiración para el logro de mis metas y objetivos en mi vida personal y profesional.

James Vylward Rosales Huamán

AGRADECIMIENTO

A mis colegas Dr. José Néstor Sánchez Morales, Dr. Raúl Máximo Ramos Gutarra y a mi asesor de tesis Dr. Aldo Velásquez Huerta por su apoyo continuo en la elaboración de la presente tesis. Asimismo, a los docentes de la maestría quienes impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de la capacitación académica.

El autor

RESUMEN

El estudio tuvo como propósito explorar y comprender la relación entre las prácticas de responsabilidad social de las empresas de radio y su impacto en el cuidado del medio ambiente en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, durante el año 2021. En tal sentido, se planteó, el problema desde una orientación cualitativa, con método inductivo apoyado en el análisis de las respuestas de los entrevistados que previamente fueron seleccionados considerando el cargo que ocupan en sus estaciones radiales en la región de Pasco.

Se optó por la técnica de entrevistas a profundidad, utilizando como instrumento una guía de preguntas de carácter abierto semi estructurado. La muestra estuvo constituida por 5 personas seleccionadas tomando en cuenta los requerimientos mencionados.

La investigación concluye que sí existe una relación directa entre la responsabilidad social de las empresas de radio y el cuidado del medio ambiente del distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, y esta se encuentra estrechamente relacionada con la gama de contenidos que ofrece dentro de su parrilla radial, especialmente en torno a las campañas de comunicación difundidas en la comunidad.

Palabras clave: Responsabilidad Social, percepciones y comprensiones de las empresas, acciones y estrategias específicas, desafíos y barreras, medio ambiente, cuidado del agua, aire y suelo.

ABSTRACT

The purpose of the study was to explore and understand the relationship between the social responsibility practices of radio companies and their impact on environmental care in the district of Yanacancha, Cerro de Pasco, during the year 2021. In this sense, the raised the problem from a qualitative orientation, with an inductive method supported by the analysis of the responses of the interviewees who were previously selected considering the position they occupy in their radio stations in the Pasco region.

The in-depth interview technique was chosen, using as an instrument a semi-structured open question guide. The sample was constituted by 5 selected people taking into account the aforementioned requirements.

The investigation concludes that there is a direct relationship between the social responsibility of radio companies and the care of the environment in the district of Yanacancha, Cerro de Pasco, and this is closely related to the range of content offered within its grill, radio, especially around the communication campaigns disseminated in the community

Keywords: Social Responsibility, perceptions and understandings of companies, specific actions and strategies, challenges and barriers, environment, care for water, air and soil

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación ejercen un notable impacto en la sociedad a través de sus contenidos y discursos. El mensaje se erige como el punto de convergencia entre el emisor y el receptor, influyendo mutuamente cada vez que se interactúa con él. Los medios transmiten mensajes con la intención de comunicar, pero surge la preocupación sobre la calidad de dichos contenidos en relación con el desarrollo individual. Desde los albores de la radio hasta la actualidad, los oyentes han sido mayormente receptores pasivos, confiando en la información presentada sin un análisis crítico, lo que lleva a una dependencia de la prensa como fuente de información veraz.

Camilo Taufic (1986) enfatiza que el público solo puede formar opiniones dentro de los límites de la información mediada. Esta idea sugiere una sujeción a la influencia de los medios, especialmente en casos de monopolización mediática. Los actores políticos también reconocen este poder mediático y buscan tener a su favor este "cuarto poder" para asegurar su respaldo. Se reconoce que los medios han ejercido una influencia constante en aspectos sociales, políticos y culturales.

Surge la pregunta sobre si los medios de comunicación tienen una responsabilidad social. Albareda y Balaguer (2007) definen la Responsabilidad Social (RS) como un enfoque que integra la mejora continua de la empresa en aspectos económicos, sociales y medioambientales. La minería en Cerro de Pasco, una ciudad minera próspera, es una fuente crucial de empleo y actividad económica. Sin embargo, las operaciones mineras también generan una contaminación ambiental significativa en la región.

La falta de conocimiento sobre cómo los medios, especialmente la radio en Yanacancha, Cerro de Pasco, abordan el tema del cuidado del medio ambiente es evidente. Si se lograra sensibilizar a la población sobre la importancia de la preservación ambiental, podría resultar en una presión ciudadana para que las empresas mineras adopten prácticas

más sostenibles y rindan cuentas en términos de responsabilidad social y ambiental. El proyecto de investigación propuesto busca abordar esta brecha de conocimiento y contribuir a la sensibilización y el cambio en esta dirección.

El autor

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Planteamiento del problema.....	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	3
1.3.	Formulación del problema	3
1.3.1.	Problema general.....	3
1.3.2.	Problemas específicos	4
1.4.	Formulación de objetivos.....	4
1.4.1.	Objetivo general.....	4
1.4.2.	Objetivos específicos	4
1.5.	Justificación de la investigación.	5
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio.....	6
2.2.	Bases teóricas científicas.	12
2.3.	Definición de términos conceptuales.	21
2.4.	Enfoque filosófico - epistémico	23

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación	24
3.2.	Nivel de investigación.....	24
3.3.	Características de la investigación	25
3.4.	Método de investigación	25
3.5.	Diseño de investigación	25
3.6.	Procedimiento del muestreo	26
3.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	26
3.9.	Orientación ética	26

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.	Presentación, análisis e interpretación de resultados	27
4.2.	Discusión de resultados.....	33

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Está demostrado que los medios de comunicación impactan e influyen en la sociedad a través de sus discursos o contenidos. Todas las teorías de la comunicación coinciden que, entre el emisor y el receptor, el mensaje es el común denominador de ambos y cada vez que uno de ellos lo utiliza afecta al otro. Entonces, los mensajes, contenidos, discursos, o información que emiten los medios de comunicación llevan implícito una intención, la de comunicar. El problema es, cuanto de los contenidos son buenos para el propio desarrollo de las personas. Desde la aparición de la radio en el mundo hasta nuestros días, los oyentes son actores pasivos que solo escuchan contenidos de mensajes detrás del transistor sin analizar y más aun sin asumir una actitud crítica frente a ella, porque se supone que deben confiar y creer en lo que están escuchando, específicamente la prensa, porque son ellos los que brindan información. Camilo Taufic (1986) en su obra “periodismo y lucha de clases” sentenciaba que “*el público no puede opinar más allá de la información que los medios le brindan*”. Esta sentencia casi

apocalíptica, nos hace pensar que nos encontramos dominados y sometidos a la influencia de los medios de comunicación (a través de la prensa) y más aún si existe la monopolización de los medios. Por ello, que los grupos políticos siempre apelan al apoyo de contar entre sus filas con este poder intrínseco, “el cuarto poder”. Esta concepción, también nos lleva a pensar que el “cuarto poder” (medios de comunicación), siempre han impactado en la sociedad en los aspectos sociales, políticos, culturales, etc. Entonces, ¿existe una responsabilidad social en los medios de comunicación? Si, Albareda y Balaguer (2007) señalan que “*la RS es un camino de integración y de mejora permanente de la empresa. Estos autores explican que la RS es efectiva solo cuando las responsabilidades sociales y el cuidado del medio ambiente influyen en las responsabilidades económicas de la empresa. Para ello, las tres áreas de actuación de la RSE son la económica, social y la del medioambiente*”.

Sabemos que la minería en Cerro de Pasco es la principal fuente de trabajo y que genera movimiento comercial y económico en la población. Pero, por otro lado, las empresas mineras en su ámbito de influencia están generando contaminación del medio ambiente producto del impacto de sus operaciones.

Analizando lo vertido, no sabemos cuánto de los contenidos o mensajes de los medios de comunicación, específicamente la radio en Cerro de Pasco (ciudad opulenta minera), contribuye al cuidado del medio ambiente. Porque si se llega a sensibilizar a la población en la importancia del cuidado ambiental, estamos seguros que se generaría una exigencia y presión de parte de ellos para que las empresas mineras implementen políticas de cuidado medioambiental sostenibles y realicen anualmente sus reportes de responsabilidad social

empresarial. El presente proyecto de investigación pretende saldar y contribuir en ese sentido.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial.

La investigación se llevó a cabo en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, departamento de Pasco, la guía de entrevista de investigación se aplicó a los dueños de cinco principales emisoras radiales.

1.2.2. Delimitación temporal

El trabajo de campo de la investigación se aplicó en el mes de julio y agosto del 2023.

1.2.3. Delimitación conceptual.

La primera variable **Responsabilidad social de las empresas de radio** se empleó dentro el ámbito de la gestión de la empresa radial como generador de contenidos o mensajes. La segunda variable, **cuidado del medio ambiente** se consideró como una necesidad de seguridad que busca la población. Asimismo, se utilizó como acrónimo de medio ambiente la palabra medioambiente y medioambiental.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

- ¿Cómo es la relación entre las prácticas de responsabilidad social de las empresas de radio y su impacto en el cuidado del medio ambiente en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, ¿durante el año 2021?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cómo son las percepciones y comprensiones de las empresas de radio en cuanto a su rol en la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente en el contexto local?
- ¿Cómo son las acciones y estrategias específicas que las empresas de radio han implementado para contribuir al bienestar de la comunidad y la preservación del medio ambiente?
- ¿Cómo son los desafíos y barreras que enfrentan las empresas de radio al implementar iniciativas de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente en el contexto local?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Explorar y comprender la relación entre las prácticas de responsabilidad social de las empresas de radio y su impacto en el cuidado del medio ambiente en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, durante el año 2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar las percepciones y comprensiones de las empresas de radio en cuanto a su rol en la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente en el contexto local.
- Identificar las acciones y estrategias específicas que las empresas de radio han implementado para contribuir al bienestar de la comunidad y la preservación del medio ambiente.

- Identificar los desafíos y barreras que enfrentan las empresas de radio al implementar iniciativas de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente en el contexto local.

1.5. Justificación de la investigación.

La presente investigación se justifica porque se conocerá la significancia de la relación de la responsabilidad social de las empresas de radio y el cuidado del medioambiente en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, 2021.

La radio siendo una empresa de comunicación e información tiene una responsabilidad social que cumplir con su stakeholders. La investigación servirá también para comprometer a los dueños y accionistas de la radio para que asuman su rol como corresponde, pues sabemos que, si desarrollan muy bien sus políticas de gestión centradas en el cuidado del medio ambiente, éstas serán recompensadas por la población, siendo percibidas como una emisora responsable, confiable y seria.

1.6. Limitaciones de la investigación.

Escasas investigaciones sobre responsabilidad social de las empresas de radio en la localidad.

La accesibilidad para la aplicación de los instrumentos a los dueños y directores de los programas informativos de la radio en Cerro de Pasco está supeditado al tiempo y disposición de ellos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Pinto y Martín (2017) abordan en un artículo indexado en la revista de la Universidad del Rosario en España el tema de “La responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas”.

Los estudiosos del tema investigado determinan que las emisoras de las universidades españolas se ubican en el tercer grupo de la comunicación, por la similitud de ideas proclamadas también en las radios comunitarias, por ello, las dos son tratadas con indiferencia debido a la norma jurídica española (Ley General de Comunicación Audiovisual de julio de 2010), donde se puede apreciar que las radios de las universidades son invisibles, y las emisoras comunitarias, no obstante se citan de reojo y están sometidas al exilio espontáneo, sin alternativas de acceder libremente a las señales de transmisión, atrapadas en una desigual contienda con los más poderosos grupos de comunicación. Se percibe entonces, una lucha constante de ambas emisoras por resaltar sus propósitos comunicativos

de servicio social frente a las poderosas estaciones radiales que tienen en su mayoría fines comerciales, políticos y económicos. Teniendo como objeto de estudio principalmente a las emisoras universitarias españolas se infiere que la definición de responsabilidad social ha cambiado con la creación de la estación radial de la Universidad de Huelva “UNIRADIO HUELVA” (2004) considerada un modelo a seguir por las demás emisoras universitarias por su objetivo y compromiso social entre la comunidad universitaria y la ciudadanía. Siendo el altavoz de los colectivos sociales, de las diversas asociaciones y de las personas, muchas veces ignoradas por los grandes medios. Colaborando e impulsando las causas sociales como objetivo principal de extender y difundir la misión del concepto de responsabilidad social en las radios universitarias. Es así, que la universidad y su estación radial son el lugar perfecto para ello, por la inexistencia de presiones comerciales, económicas o partidarias que prohíban la libertad de expresión de sus colaboradores y de ellos mismos.

Un estudio de la temporada radiofónica 2014 -2015 demuestra que 22 estaciones radiales universitarias españolas, ya aplicaban este concepto en su programación a través de la difusión de espacios radiales propios, de programas producidos por colectivos externos o mediante el apoyo a las campañas de alguna ONG.

En conclusión, se ha comprobado cómo la definición de responsabilidad social en las emisoras universitarias españolas se ha ido incorporando con el tiempo cada vez más, creando un dialogo habitual en colaboración con las personas del entorno social. Formando un discurso radiofónico libre de intereses políticos y comerciales, siendo su ventaja principal por la cual se diferencia de las grandes emisoras.

Bracho et at. (2013) abordan el tema de la campaña para la prevención de accidentes de tránsito, como proyecto de responsabilidad social en la radio.

Las indagaciones que se realizaron en esta investigación fueron de tipo exploratorio descriptivo, la cual tuvo como objetivo prevenir los accidentes de tránsito a partir de la sensibilización de los choferes, peatones y pasajeros a través de piezas comunicacionales, como parte de la campaña, que se transmitirán a través de la radio local. Se asume que la radio debe asumir un rol protagónico como parte de su responsabilidad social empresarial, todo dentro del marco legal del Ministerio de Transportes. El estudio tuvo como muestra a 45 ciudadanos que se determinaron a través del muestreo no probabilístico, casual y accidental. Se hizo uso la técnica de la entrevista y la encuesta con sus instrumentos la guía de entrevista y el cuestionario respectivamente. Las conclusiones evidencian la necesidad de contar con la campaña de prevención de manera sostenible en la transmisión de los mensajes. Finalmente, sugieren que la campaña debe desarrollar y centrarse siempre en tres ejes temáticos: prevención de accidentes de tránsito, educación vial y seguridad vial.

Fernández T. y Campos F. (2013) Publicaron un artículo científico en Scielo sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las Radio-Televisiónes Públicas de Europa. Ellos destacan que la RSC es el compromiso voluntario de conducta responsable y evaluable de una empresa, más allá de lo establecido por las leyes, para satisfacer las expectativas de los grupos de interés con los que interactúa. La responsabilidad social visto como un modelo surge con la única finalidad de poder solucionar los problemas de la reputación y falta de credibilidad que las empresas están presentando como producto de sus acciones o actividades que impacta en la sociedad y el medioambiente de manera negativa.

Por el momento no existe consenso por parte de los organismos internacionales para poder regular y normar su práctica y brindar el debido reconocimiento. En algunos países de la Unión Europea, las empresas de televisión y radio del estado de Alemania, Irlanda y Reino Unido hacen de conocimiento público desde hace más de dos años sus acciones de RSC, obviamente sin alcanzar normas estandarizadas internacionales o estatales. Esta práctica, marcan iniciativas que sellarán tendencia en las empresas de comunicación masiva, porque son los pioneros en el cumplimiento de la responsabilidad social, que por el momento es apreciada como una filosofía que se asume.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ramírez (2017) en su libro académico en la Universidad de Lima desarrolla el tema de las campañas de responsabilidad social en la radio, centrándose específicamente en el caso de RPP Noticias.

Este libro relata la gestión de la campaña de lucha contra la desnutrición infantil realizada por el Grupo RPP y difundida a través de su emisora radial durante el período 2006-2010. Este antecedente nos sirve como referente sobre lo que se está investigando, porque remarca el compromiso que asumió RPP de manera voluntaria al desarrollar una campaña de beneficio social durante cinco años, que por cierto logró involucrar a las autoridades de la institución y asimismo el involucramiento de los grupos de interés. Los actores beneficiados del grupo de interés fueron (periodistas, oyentes, gobierno, socio financiero, sociedad civil, entre otros) pero que en suma también la empresa logró un beneficio en su imagen y reputación. En concreto, con la campaña se logró el objetivo de elaborar una agenda pública y colocar el tapete un problema nacional, pues se demostró que

con los mensajes apropiados a los responsables del hogar, se puede transformar una nación para erradicar la desnutrición en el Perú.

Quispe (2019) Señala que el objetivo la investigación fue describir la responsabilidad social en la división empresarial, considerando cuatro dimensiones establecidas por Carroll: económica, ética, legal y filantrópica, presentando a través de casos empresariales los resultados que conllevan el descuido de operaciones socialmente responsables en sus actividades comerciales y asimismo, los beneficios de las empresas como la aplicación de esta, en su gestión y entorno en general.

La presente investigación está comprendida como un artículo de revisión, dado que es considerado como un estudio detallado, selectivo y crítico. Asimismo, es descriptiva ya que se describirá la variable y su implicancia en el sector empresarial, para ello se estudiaron trabajos de tipo empíricos y teóricos con el fin de identificar a la variable, en noción a los conceptos sobre su origen y las perspectivas de cada una de sus dimensiones, que finalmente se plasmaron en una síntesis de casos empresariales para determinar los alcances de la responsabilidad social en el marco histórico empresarial actual. Concluyendo, que en la actualidad responsabilidad social es mucho más considerada gracias a los beneficios y al apoyo que actualmente tiene por parte de los consumidores.

De la Barra (2018) Realizó una investigación con el objetivo de determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica del departamento de Lima. La investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, correlacional, de corte transeccional. La población estuvo compuesta 1'042,590 usuarios de farmacias y boticas de 15 años a más del

departamento de Lima según la Encuesta Nacional de Satisfacción de Usuarios en Salud realizada en abril 2016 por la Superintendencia de Salud. La muestra fue 385 usuarios y el muestreo fue probabilístico, cualquiera de los elementos del universo puede formar parte de la muestra. Los resultados de la investigación demostraron que existe relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra del consumidor de la industria farmacéutica.

2.1.3. Antecedentes locales

Con relación a la primera variable no se encontraron investigaciones relacionadas a la responsabilidad social empresarial. Sobre la segunda variable se han encontrado algunas investigaciones relativas al cuidado del medio ambiente que pueden servir de soporte a nuestra investigación

Vivanco (2018) realizó un trabajo de investigación sobre la incidencia de lluvia ácida en la provincia de Pasco.

El resultado de la investigación es “el agua de lluvia es ácida con un pH de 5.65 debido a la presencia de dióxido de carbono disuelto”. Claramente podemos percibir que las lluvias acidas que caen en la provincia de Pasco llegan a perjudicar el aire, el suelo y el agua de los pobladores de Pasco. Señalan en sus sugerencias que si no se hace nada al respecto puede acrecentarse el nivel de acidez de las lluvias y por consecuencias afectar la salud de personas, y con más deterioro a los que están cerca de las operaciones de la empresa minera. Asimismo, puede extenderse también las zonas agrícolas y ganaderas de las zonas aledañas.

Carhuas R (2019) Realizó una medición de la contaminación físico-química y microbiológica de las aguas superficiales del río San Juan afectadas por la empresa minera El Brocal S.A. – 2019.

Al igual que en la investigación anterior, las aguas superficiales se ven perjudicadas por las operaciones que realiza la empresa minera. Según los resultados del agua de del río San Juan en la región Pasco, se encuentran contaminados por la descarga y filtraciones que genera la empresa minera El Brocal. Los elementos metálicos que se encontraron fueron hierro (Fe) y plomo (Pb) y con coliformes fecales, que son no aptos para el consumo humano y para su uso en la fauna y flora. Por otro lado, se teje la hipótesis que la laguna Chichaycocha o lago Junín está contaminado porque es ahí donde descarga los afluentes del mencionado río en estudio. Asimismo, el problema se acrecienta, pues el río Mantaro que riega todo el valle del Mantaro de la zona centro del país, está siendo perjudicado porque éste nace del río San Juan.

2.2. Bases teóricas científicas.

2.2.1. Antecedentes y principales indicadores de gestión de la responsabilidad social para las organizaciones

En las bases teóricas primero nos interesa conocer si existen antecedentes sobre empresas de comunicación que están cumpliendo con su responsabilidad social empresarial. Ramírez J. y Villacorta M. (2014 pp. 28, 29) en su libro “La responsabilidad social en las empresas de Comunicación” describe lo siguiente:

La responsabilidad social empresarial implica hoy en día hacer referencia a diversos indicadores que nos ayudan a evaluar la gestión y la puesta en marcha de las acciones de responsabilidad social en una empresa u organización. En el ámbito internacional, existe el Global

Reporting Initiative GRI) como el gran referente para la elaboración de sostenibilidad o memorias de gestión en responsabilidad social. Existe también el Ethos, que en el Perú lo trabaja la institución Perú 2021. Además, existe el Pacto Mundial y los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas y el ISO 26000 de Responsabilidad Social de la ISO. Todos ellos son hoy en día referentes en la medición de la gestión de la responsabilidad social de organizaciones y empresas. Asimismo, encontramos otros documentos que sirven como referencia al momento de hablar de responsabilidad social empresarial como el Libro Verde, el AA 8000, las directrices de gobierno corporativo de la OCDE, entre otros.

El estudio de estos documentos resulta importante debido a que cada uno de ellos propone una manera de entender y de medir la gestión de responsabilidad social de las empresas y organizaciones. En el caso de las empresas de comunicación, hasta el momento no existe en el Perú ninguna que tenga escrito y publicado su reporte de sostenibilidad, pese a que todas las empresas (grandes, medianas, pequeñas y micro) de cualquier tipo de gestión económica (pública, privada o del tercer sector) están llamadas a realizar este autodiagnóstico.

Como se puede apreciar, Ramírez J. y Villacorta M. (2014) indican que “no existe en el Perú una empresa de comunicación que haya realizado su reporte de cumplimiento de responsabilidad social empresarial”.

Así también señalan que la responsabilidad social se concreta a través de diferentes actividades que la empresa de comunicación tiene con los stakeholders. Es así, que como producto de una necesidad y preocupación de algunas empresas

que sienten el compromiso de ser evaluados para ver el nivel de cumplimiento con su responsabilidad social, han desarrollado diversos indicadores de medición.

Un gran ejemplo de ello es la Organización Ethos de Brasil que es la más destaca en Latinoamérica.

1. Aquí algunos indicadores:
2. Los principios éticos y los valores
3. Las condiciones y el ambiente del trabajo
4. El apoyo a la comunidad
5. La protección del medio ambiente
6. El marketing responsable

Así también, los autores Ramírez J. y Villacorta M. (2014) sostienen que existen herramientas y normas internacionales que sirven para medir el funcionamiento eficaz de responsabilidad social de las empresas, que son elaboradas por las propias empresas, tales como informes de los sistemas de gestión ambiental, balance social, reporte de sostenibilidad y otros.

Por otro lado, en España la empresa de comunicación Antena 3 realizan cada cierto tiempo sus reportes de sostenibilidad.

2.2.2. Libro Verde de la Comisión Europea

Este conocido libro fue presentado en Bruselas, el año 2001 con el propósito de animar un acuerdo europeo para la responsabilidad social de las empresas, incitar el debate sobre el concepto de responsabilidad social corporativa. Aquí una síntesis:

1. Actualmente las empresas europeas están optando por hacer público sus estrategias de responsabilidad social en contestación a varias imposiciones sociales, medioambientales y económicas. El propósito es de hacer llegar un

mensaje o una señal a los diferentes grupos de interés: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. Trabajando de esta manera, las empresas invierten en su futuro, y que de antemano esas acciones se verán reflejadas en su reputación e imagen empresarial, como así también contribuirá en el incremento de sus ventas.

2. En el año de 1993, el presidente Delors dio un mensaje importante a las empresas europeas haciéndoles partícipes a una cruzada en contra de la exclusión social, dicho mensaje dio lugar a una movilización y a la generación de redes europeas de empresas. Así también, en marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa solicitó de manera específica a las empresas que voluntariamente asuman acciones de responsabilidad social de manera sostenible.
3. Al aseverar su responsabilidad social y asumir voluntariamente encargos que van más allá de las compromisos reglamentarios y convencionales, que deberían desempeñar, en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos y adoptan un modo de gobernanza abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad. Si bien reconoce la importancia de todos estos aspectos, el presente documento se centra, principalmente, en las responsabilidades de las empresas en el ámbito social.
4. Esta actuación da lugar a la creación de nuevas asociaciones y esferas novedosas para las relaciones existentes en la empresa, con respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio; a nivel local o nacional,

con respecto al refuerzo de la cohesión económica y social y la protección de la salud; y de manera general, a escala mundial, respecto a la protección del medio ambiente y el respeto de los derechos fundamentales.

5. El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables.
6. La Unión Europea está interesada en la responsabilidad social de las empresas en la medida en que puede contribuir positivamente al objetivo estratégico establecido en Lisboa: «convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económico-matamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social».
7. El presente Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.
Comisión de las Comunidades Europeas (2001 pp. 3, 4) Libro Verde.
Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
Brújulas Francia.

2.2.3. El Pacto Mundial o Pacto Global y sus diez principios

En el Perú el Pacto Mundial está presente desde el año 2003, bajo la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (Confiep) y la ayuda de la Asociación Civil Perú 2021.

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

En nuestro medio la única empresa de comunicación que presenta anualmente su reporte de gestión según los indicadores del Pacto Mundial es el Grupo RPP. Ramírez J. y Villacorta M. (2014)

2.2.4. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible son:

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y Bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsable
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres

16. Paz, justicia e instituciones sólidas

17. Alianzas para lograr los objetivos

Los 17 ODS están integrados: reconocen que la acción en un área afecta los resultados en otras áreas y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental. Los países se han comprometido a priorizar el progreso de los más rezagados. Los ODS están diseñados para acabar con la pobreza, el hambre, el sida y la discriminación contra mujeres y niñas.

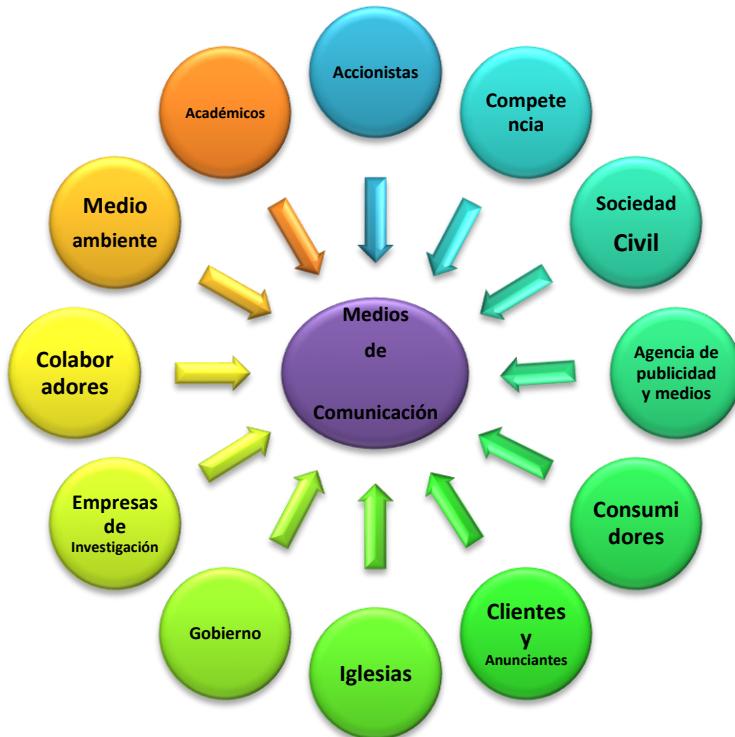
2.2.5. Legislación y políticas nacionales sobre responsabilidad social en los medios de comunicación peruanos.

- Ley de Radio y Televisión Peruana
- Código de Ética de la Sociedad Nacional de radio y Televisión
- Nuevo Pacto de Autorregulación de la Sociedad Nacional de radio y Televisión
- Código de ética de la Asociación de Anunciantes del Perú (ANDA)

2.2.6. Stakeholders de las empresas de comunicación

Rosa María Alfaro, fundadora de la ONG Calandria, quien considera que el grupo de interés más afectado por los medios de comunicación es el consumidor.

En el siguiente gráfico se presenta los Stakeholders de las empresas de Comunicación. Propuesta elaborada por Ramírez J. y Villacorta M. (2014 pp. 44)



2.2.7. Relación de estaciones autorizadas de radiodifusión sonora a nivel del departamento de Pasco, provincia Pasco.

(Ver en anexos)

2.2.8. Contaminación ambiental en Cerro de Pasco

Lucha por la supervivencia: contaminación ambiental en Cerro de Pasco. – Por Espacio Sostenible (29 marzo, 2020)

Lo sucedido con la laguna Quiulacocha representa únicamente una muestra del feroz paso de la minería en la ciudad ubicada a 4,380 metros de altitud: es una región que tiene concesionado el 74% de su territorio.

La ciudad de Cerro de Pasco ha sido reconocida, durante más de 400 años, por su historia y riqueza minera. Sin embargo, más allá de los múltiples reconocimientos otorgados a esta ciudad de la sierra central, no se existe una correcta diligencia y atención por parte de las empresas mineras y por las

autoridades estatales hacia un desarrollo integral y sostenible. La contaminación ambiental, generada por impactos de la actividad extractiva minera, sigue latente y ha producido perjuicios irreparables en la población pasqueña. Más de 3,000 personas han sido diagnosticadas con plomo en la sangre y otros minerales, según el congresista electo por esta región, Carlos Simeón Hurtado.

Las problemáticas sanitarias causadas por los metales pesados en la salud de los/as residentes son múltiples y reconocidos por instituciones medico-científicas, tales como la Organización Mundial de la Salud (OMS), agencias científicas gubernamentales internacionales, publicaciones en revistas médicas, entre otros. No obstante, han sido escasas o nulas las medidas adoptadas por nuestras autoridades para atender las alarmantes cifras de contaminación y deterioro en la salud. Por este motivo, una vez más, el pasado mes de febrero, familias de Cerro de Pasco llegaron a Lima para exigir una respuesta por parte del Estado y solicitar que este asuma el tratamiento de los/as menores afectados/as. La contaminación en el aire, suelo y agua, provocada por la minera Volcan, ocasionó que los hijos e hijas de estas familias tengan leucemia, ello debido a que en su sangre se detectaron 12 metales pesados, como plomo y arsénico. En este sentido, el presente contexto evidencia la necesidad de centrar también la atención en esta región, pues no solo se encuentran habitando un ambiente sumamente tóxico, sino que el desmedro a su salud y demás derechos fundamentales son irreparables.

2.3. Definición de términos conceptuales.

2.3.1. Responsabilidad social.

De acuerdo con la Norma ISO 26000, norma internacional aprobada y lanzada en el 2010, la responsabilidad social se define como:

La responsabilidad de una organización frente a los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.
- Esté integrada a toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

2.3.2. El medio ambiente

Según Pasco (2014) considera espacios importantes como la prevención, la contaminación, el uso sostenible de los recursos naturales, las acciones de ablandamiento y adecuación al cambio climático, así como el cuidado del medio ambiente. Asimismo, otros aspectos particulares consideran la preservación, uso y acceso al agua potable saludable y confiable y a los servicios sanitarios, como algo fundamental para el ser humano.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio, envuelven la provisión firme del agua potable (metas del octavo objetivo); en ese sentido, a las empresas les corresponderían fomentar la preservación del agua en su área de dominio. Asimismo, considerando los impactos desfavorables del cambio climático —incluyendo su influencia en la escasez de agua—, las organizaciones pueden aportar en la promoción de procesos de toma de conciencia respecto a tales efectos, internamente y en su área de influencia, mediante campañas de comunicación y otros trabajos relacionados, como reducción, reúso y reciclaje de residuos, a fin de contribuir a la mejora del entorno económico y social.

2.4. Enfoque filosófico - epistémico

Implica examinar cómo la radio adquiere, justifica y difunde conocimiento relacionado con la protección del entorno natural. En este sentido, se analiza la naturaleza del conocimiento radiofónico. ¿Qué tipo de conocimiento se produce y difunde a través de la radio en relación con el medio ambiente? Esto podría incluir información científica, noticias, opiniones de expertos y experiencias personales.

Asimismo, la fuente y justificación del conocimiento: ¿Cuáles son las fuentes del conocimiento ambiental transmitidas por la radio? ¿Cómo se valida esta información? La radio puede basarse en investigaciones científicas, testimonios de expertos, datos gubernamentales, entre otros. La justificación del conocimiento puede implicar la revisión de evidencia, la objetividad y la confiabilidad de las fuentes.

Finalmente, la ética de la comunicación: ¿Cómo se manejan los dilemas éticos en la transmisión de información sobre el medio ambiente? Esto puede incluir preguntas sobre la censura, la veracidad de la información y la responsabilidad de informar sobre crisis ambientales.

En este enfoque filosófico epistémico, se busca examinar críticamente cómo la radio, como medio de comunicación, adquiere y comunica conocimientos relacionados con la responsabilidad social en el cuidado del medio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación está sujeto al análisis del discurso que establece la descripción de la información recopilada en base a las entrevistas realizadas. Esto permitió analizar e interpretar de manera rigurosa las respuestas de los entrevistados.

3.2. Nivel de investigación

El presente trabajo tiene un nivel de investigación exploratoria, porque involucra una aproximación al tema en cuestión. No se intenta obtener grandes niveles de progreso, en todo caso se procura hallar ciertos modelos y patrones para arribar a una explicación. Optamos por este nivel de investigación, dado que existe poca información disponible sobre el tema a tratar. Su objetivo principal es explorar, descubrir y generar ideas preliminares para establecer una comprensión más profunda y, posiblemente, para definir preguntas de investigación más específicas para futuras investigaciones.

En otras palabras, la investigación exploratoria se lleva a cabo cuando se está investigando un tema nuevo o poco estudiado, y se busca obtener una visión general y una comprensión inicial de sus aspectos clave.

3.3. Características de la investigación

Tiene un enfoque cualitativo y está basada en entrevistas de profundidad dirigida a los actores del estudio. Una investigación cualitativa es un enfoque de investigación que se centra en la comprensión profunda y detallada de fenómenos, procesos, contextos y experiencias humanas a través de datos no numéricos. A diferencia de la investigación cuantitativa, que se basa en datos numéricos y estadísticas, la investigación cualitativa se basa en la recopilación y análisis de información textual, visual y auditiva, como entrevistas, observaciones, documentos, imágenes y grabaciones.

3.4. Método de investigación

El trabajo tiene un enfoque cualitativo y se empleó el método inductivo siguiendo las siguientes fases:

- Observación
- Registro
- Análisis comparativo
- Generalización
- Realización de inferencias

3.5. Diseño de investigación

La investigación presenta un diseño descriptivo, porque se enfoca en describir de manera precisa y detallada un fenómeno, situación o grupo en particular. El objetivo principal es proporcionar una imagen clara de lo que está ocurriendo sin intentar establecer relaciones causales. Se utilizan métodos como

encuestas, observaciones y análisis de contenido para recopilar datos y resaltar características clave del fenómeno estudiado.

3.6. Procedimiento del muestreo

3.6.1. Población

La población estuvo constituida por la totalidad de los dueños de las emisoras radiales que tienen cobertura en Yanacancha, Pasco.

3.6.2. Muestra

La muestra estuvo constituida por **cinco dueños** de las empresas radiales más importantes que su señal cobertura Yanacancha, Pasco.

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Sé optó por la técnica de la entrevista estructurada, utilizando como instrumento la guía de entrevista.

Para elaborar las preguntas se tomaron en cuenta las variables, dimensiones e indicadores.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos obtenidos se sometieron a un análisis de discurso de acuerdo a las coincidencias y diferencias en las respuestas de los entrevistados.

3.9. Orientación ética

Respeto a la confidencialidad. Las respuestas de los entrevistados solo fueron utilizadas de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Respeto a la propiedad intelectual. Las respuestas que brindaron los entrevistados son de estricta utilidad para la investigación.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados

Hallazgos:

Tema 1. Introducción (entendimiento y comprensión de las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en el marco de la RSE)

Resultados:

De las 5 personas entrevistadas a profundidad, la mayoría expresaron que la gran incertidumbre que vivían los pobladores de la zona hizo que existiese un clima de angustia y ansiedad. Coinciden que, si bien los medios de comunicación cumplen un papel importante en la concientización de la población, hubo poca participación para generar mayor conciencia y reflexión al respecto. En efecto, algunos participantes manifestaron que hacían falta más campañas persuasivas que tengan mayor impacto en la sociedad. Que seamos más protagonistas de lo que sucede en nuestra ciudad en materia ambiental.

Si bien se ha desarrollado campañas más informativas, no había sido suficiente ante la ola de incertidumbre vivida en el periodo del 2021. Por otra

parte, destacaron que esta pandemia, en ayuda también de los medios de comunicación, hizo que cambien la rutina en cuanto al cuidado de lavado de manos, distanciamiento social, transporte público y urbano, buscando que cada spot ligado a la acción mencionada sirva para concientizar más a la población.

Tema 2. Dimensión campañas de comunicación

De las 5 entrevistas a profundidad realizadas, en torno a la reacción que los oyentes radiales han tenido a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco en el periodo 2021, la mayoría destacó que la población tuvo una recepción positiva, teniendo en cuenta que se vivió una pandemia de por medio. El significado de la pandemia adquirió un gran sentido de relevancia para la vida de cada individuo. Las personas tenían miedo del contagio.

Por otro lado, comentaron que se hizo presente varias denuncias en los medios de comunicación respecto a los supuestos beneficios que algunas personas en cargos públicos obtuvieron debido a su rol dentro del Estado. Del mismo modo, hicieron hincapié en que las instituciones encargadas de velar por el medio ambiente como el gobierno regional, las municipalidades y entidades del medio ambiente de parte del gobierno regional no han fomentado campañas de concientización a través de los medios de comunicación.

Por último, expresaron los entrevistados que los programas radiales transmitidos en la han sido más de corte informativo y cultural. Representa un espacio ideal para exhortar a los empresarios a que puedan contribuir con mayores espacios a nivel de contenido que no sean solamente de ese tipo de temáticas, sino más de corte ambiental, ya que existe buena recepción a nivel general. Se trata de incidir en el desarrollo de micro programas que indiquen mensajes básicos como

no quemar papeles o no contaminar con basura arrojándola en las calles. Uno de los entrevistados expresó que la radio no es solamente transmitir música, sino que se emplee de una manera más óptima educando y sobre todo ayudándolos a preservar el medio ambiente.

Tema 3. Dimensión reuniones de cooperación

De los 5 entrevistados, hubo declaraciones distintas respecto a qué tanta información ha recibido en las reuniones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco en el 2021. Algunos afirmaron que los medios de comunicación no recibían mucha información proporcionada por parte de las autoridades sanitarias. Diresa, por su parte, lanzaba sus comunicados por sus redes sociales. Esta información era compartida por toda la comunidad de Pasco. Esto evidencia que la tecnología fue un aliado estratégico en cuanto a información más aún en plena pandemia. También se recibía capacitación para contrastar información y contrarrestar las fake news que abundaban en ese periodo del 2021.

Sin embargo, algunos alegan se dieron pocas reuniones de trabajo. Pocas mesas de reuniones para mitigar la contaminación ambiental, especialmente en época de pandemia donde todos los esfuerzos se fueron para el campo de la salud. Pese a ello, opiniones positivas estuvieron ligadas al trabajo que se hizo con la Diresa Pasco y con otras instituciones, sin embargo, enfocados más en el tema de la salud y no tanto del medio ambiente. Todos coincidieron en que desde los medios radiales se hicieron esfuerzos por saber qué estaban haciendo las autoridades o empresas respecto a los impactos ambientales ocasionados por sus operaciones.

Tema 4. Dimensión programas medioambientales

De los entrevistados, en torno al conocimiento apreciación a la parrilla de programación y su relación con el medio ambiente en Cerro de Pasco, algunos expresaron que la programación había cambiado producto de la pandemia. Se producía spots vinculados más al tema de salud y a algunos al de medio ambiente. Otros fueron más enfáticos al afirmar que, pese a los esfuerzos por promover más contenido vinculado al medio ambiente, la población no ha tomado conciencia al respecto.

En esa línea, se sigue arrojando residuos sólidos en la calle a plena luz del día. Falta bastante trabajar en concientizar a la población en torno al medio ambiente, pese a que las autoridades informan, mediante sus medios y los medios de comunicación, que los residuos se deben sacar a una hora determinada.

Por otra parte, señalan algunos entrevistados que son pocos los medios que realmente difunden programas medioambientales, siendo el caso de Hugo Soza que lo hacía con cierta regularidad. También el aporte de Jaime Meza, quien desde su revista promueve el cuidado y preservación al medio ambiente. Es poca la difusión de parrilla de contenido en torno al medio ambiente en los canales de radio y televisión en la ciudad de Cerro de Pasco.

Puntualizaron en que sería interesante que los directivos o dueñas de las emisoras puedan ofrecer mayor diversidad en cuanto a su contenido, no tanto centrado en el ámbito comercial sino más del medio ambiente. Esto también se toma en cuenta al momento de determinar la apreciación más que positiva que se tiene de los entrevistados, indicado que es necesario impulsar más desde adentro este tipo de contenidos con el respaldo de las instituciones que quieran invertir en espacios publicitarios y pueda generarse un win-win entre ambas instituciones.

Tema 5. Cuidado del medio ambiente

Respecto a la concientización en torno al cuidado del medio ambiente, los entrevistados aseguraron que no todos logran generar conciencia. Existe la creencia de que es una característica propia de los peruanos el que solo responda y actúen cuando se enfrentan a sanciones. Aquí es donde la municipalidad y los concejales desempeñan un papel crucial al modificar las regulaciones y normativas vigentes, estableciendo nuevas reglas para comenzar a penalizar a aquellos residentes negligentes que desechan basura de manera inapropiada. Los medios de comunicación, al respaldar y promover estas modificaciones, contribuirán a amplificar y apoyar la solicitud planteada por las autoridades.

En efecto, los entrevistados sugirieron la posibilidad de involucrar a la población y las autoridades en una colaboración de responsabilidad social para sensibilizar y educar sobre cuestiones ambientales. Se enfatiza la necesidad de asumir la responsabilidad de cuidar el medio ambiente a través de la educación y la reeducación de la población.

Se menciona que los medios de comunicación pueden desempeñar un papel en la difusión de mensajes preventivos y en la movilización de la población y las autoridades para abordar la contaminación ambiental. Se propone la idea de que medios, autoridades y ciudadanos trabajen juntos para reducir el impacto ambiental y promover la responsabilidad social de las industrias, como la minería. Todos los entrevistados reconocen la responsabilidad social de los medios de comunicación y la disposición a colaborar en este esfuerzo conjunto.

En esta línea, indicaron que el papel que deben desempeñar la radio, la televisión y las redes sociales en la promoción del cuidado del medio ambiente es fundamental. Se destaca que estos medios tienen la capacidad de educar y

entretenir, pero su función principal debe ser brindar consejos y apoyo a la sociedad en temas ambientales. Se menciona también cómo la tecnología actual permite acceder rápidamente a información, lo que posibilita la creación de programas y segmentos cortos que puedan contribuir a la protección del medio ambiente. Se aspira a que estos medios no solo sean fuentes de entretenimiento, sino también herramientas informativas que promuevan la conciencia ambiental y la conservación del ecosistema.

Tema 6. Cuidado del agua, aire y suelo

Todos los entrevistados coincidieron categóricamente en que el recurso más valioso para Cerro de Pasco es el agua, debido a su esencial papel en la vida humana, dado que la región de Pasco es una ciudad minera donde dicho recurso es valioso. La gestión adecuada del agua es fundamental para garantizar la salud de la población, el funcionamiento de la industria y la protección del medio ambiente. Esto implica la necesidad de prácticas de gestión sostenible del agua, inversiones en infraestructuras de suministro de agua potable y medidas para minimizar los impactos ambientales de la actividad minera.

Tema 7. Responsabilidad social empresarial de la radio en el medio ambiente

Ante la pregunta de cuál es la responsabilidad social empresarial que las radios deben ejercer en relación al medio ambiente, los entrevistados destacaron la necesidad de una colaboración entre la radio y las autoridades en la concientización ambiental. Si los medios de comunicación intentan sensibilizar a la población, pero esta no responde, se sugiere que algo no está funcionando correctamente. Se mencionan problemas como la disposición incorrecta de residuos sólidos y el abandono de animales por parte de la población. La gran

mayoría enfatiza que los medios de comunicación están dispuestos a ayudar a la población a mejorar su situación, y este enfoque desempeña un papel importante en el crecimiento y bienestar de la comunidad. Sin embargo, criticaron a las autoridades actuales por no priorizar estos aspectos y centrarse más en sus propios intereses en lugar de la salud de la población y el medio ambiente.

Además, manifestaron que los medios de comunicación educan y transmiten mensajes preventivos, pero subrayaron la importancia de que la población también se involucre. Se sugiere que los medios pueden desempeñar un papel al unir a la población, incluyendo a las autoridades y ciudadanos, para colaborar en la reducción del impacto socioambiental y la contaminación actual.

4.2. Discusión de resultados

Ramírez J. y Villacorta M. (2014), indican que en el ámbito de la responsabilidad social empresarial existen una serie de indicadores que ayudan a evaluar la gestión y puesta en marcha de acciones de responsabilidad social. Sin embargo, hasta la fecha, en cuanto a empresas de comunicación (medios de comunicación) no existen reportes de sostenibilidad realizados a la fecha. Esto último teniendo en cuenta solo algunos medios grandes ha realizado su diagnóstico, pero son casos muy puntuales y/o excepcionales.

Se evidencia que en los medios entrevistados se encuentra bastante lejos de implementar sistemas adecuados de gestión de responsabilidad social. Esto está estrechamente vinculado a la gestión de contenidos que departe cada representante de medio de comunicación entrevistada. Pese a ello, siguiendo la línea de los investigadores, cita a la organización Ethos de Brasil como un organismo que establece indicadores como los principios éticos y los valores, apoyo a la comunidad, protección al medio ambiente y marketing responsable.

En ese caso, sí podemos establecer que existe por parte de los medios de comunicación en Cerro de Pasco una preocupación por centrarse en noticias ligadas a la población (comunidad) y de forma menos continua algunas iniciativas que giran en torno a la protección del medio ambiente. Los entrevistados expresaron que mucho de sus contenidos en la pandemia se centró en lanzar spots relacionados a la salud y de corte más informativo, dejando de lado el aspecto ambiental. En ese sentido, por un tema de apoyo a la comunidad, se puede describir a los medios de comunicación en un rol de apoyo social, especialmente velar por los derechos de los pobladores.

En cuanto al **libro Verde de la Comisión Europea**, lo más destacable para los fines que persigue para la presente investigación es cuando menciona que la responsabilidad social se asume voluntariamente como una práctica basada en el compromiso social que va más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir, en cualquier caso, las empresas en líneas generales, con especial énfasis en intentar elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos.

En este escenario, los entrevistados representantes de los medios de comunicación de Cerro de Pasco son conscientes que debe existir una mayor preocupación por el medio ambiente, teniendo en cuenta que las autoridades locales, nacionales y gubernamentales no siempre están en disposición de coordinar mayores iniciativas al respecto. Pese a ello, en un proceso de mea culpa, reconocieron la falta de mayor iniciativa en cuanto a los contenidos transmitidos, es decir, a la parrilla de contenido difundida en el periodo del 2021 que estuvo más centrada en el ámbito de la salud.

En resumen, se establece que las ganas y voluntad existen en la teoría, pero a la hora de llevarlo a cabo en la práctica no se tiene la suficiente fuerza para ejecutarlo. Más aún si las autoridades del sector público y la ausencia de apoyo de las empresas del sector minero son problemáticas perennes a lo largo de los años. Inclusive se discute hasta la fecha el por qué no existe un relleno sanitario en la región. En efecto, si no se cumplen las normativas, no existe apoyo del sector público y del privado, por más que el medio de comunicación insista en generar mayor contenido en su parrilla radial en torno al medio ambiente, no será suficiente para lograr un mayor cambio en la población.

Cabe resaltar que, según el libro verde de la Comisión Europea, presentado en el año 2001, el concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque no se descarte su implementación en pymes o cooperativas. No es justificación la no implementación de una adecuada gestión de la RSE independientemente de su tamaño organizacional.

En cuanto al **Pacto Mundial y sus 10 principios**, para los fines que persigue esta investigación tanto el punto 7, 8 y 9 se centran en que las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente y que son éstas las que deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; así como la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente, los representantes de los medios de Cerro de Pasco son conscientes del impacto que genera un medio de comunicación en su región y que son los primeros en tomar posta en incentivar mayores iniciativas ambientales. Sin embargo, sus esfuerzos se han centrado en informar de forma fiscalizadora mediante todo tipo de noticias en época de pandemia.

Si bien existen pequeñas iniciativas a modo de spots radiales que promueven el cuidado del medio ambiente, no es suficiente por el solo hecho de que no existe un trabajo estratégico en conjunto con las autoridades y con el sector privado, especialmente del minero, quienes son estos que, generando un mayor impacto en la región, poco hacen para contrarrestar dicha situación.

En relación a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, que principalmente son un conjunto de objetivos globales que abordan distintas problemáticas a nivel mundial, ningún medio de comunicación que opera en la región de Pasco hace mención a estos objetivos mundiales, abriendo un debate de si los medios de comunicación deben desarrollar contenidos ligados a lo que establecen los ODS. Tomando en cuenta las distintas temáticas que abordan estos, y relacionándolos con las problemáticas más fuertes que afronta cada región, para Cerro de Pasco encajaría el objetivo 6 de Agua limpia y saneamiento, el 13 Acción por el clima y el 17 Alianzas para lograr los objetivos, especialmente porque estos tres están estrechamente ligados a los ámbitos que demanda su comunidad para desarrollar mayores iniciativas ligadas al campo del medio ambiente, agua y relaciones estratégicas con los distintos actores que operan en la región.

Respecto a los **stakeholders de las empresas de comunicación**, en palabras de Rosa María Alfaro, fundadora de la ONG Calandria, quien considera que el grupo de interés más afectado por los medios de comunicación es el consumidor, es preciso mencionar que gran parte de los entrevistados mencionaron que la población no toma conciencia acerca del impacto medio ambiental generado en Cerro de Pasco en el periodo del 2021. Entonces, sí bien existen esfuerzos mínimos por parte de los medios radiales de comunicación en

la población, no es suficiente si se cuenta con una comunidad interesada en escuchar otros temas o buscar entrenamiento relacionado a la música entre otros.

De acuerdo a la investigación realizada de **Pinto y Martín (2017)**, en el que analizan la responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas, se menciona el impulso de las radios de ondas universitarias por transmitir temáticas ligadas a la responsabilidad social fuera de presiones comerciales, económicas y/o partidarias que prohíben la libertad de expresión. En ese sentido, los representantes de las radios entrevistadas, al estar ajenos al ámbito universitario, están sujetos a fines comerciales y de temas que muchas veces interesan a la población, pero no necesariamente sean de suma relevancia, como por ejemplo el ámbito de espectáculos o deportes.

Tomando en cuenta esta investigación, en este escenario, se abre un espacio idóneo para que los medios radiales de Cerro de Pasco y las universidades que operan en la zona puedan trabajar de la mano para fomentar más contenido desarrollado por alumnos en relación a las temáticas de medio ambiente.

Por otra parte, **Bracho et at. (2013)**, en función de la campaña para la prevención de accidentes de tránsito, como proyecto de responsabilidad social en la radio, evidencia que la radio debe y puede asumir un rol protagónico como parte de su responsabilidad social empresarial. En este caso, los entrevistados expresaron que sí, son conscientes que la radio como medio de comunicación masivo puede asumir tal rol, sin embargo, no solo se trata de que pueda hacerlo, sino que realmente se necesitan los incentivos a modo de pauta publicitaria y remar contra la corriente de una población que es medio indiferente frente a estos temas. Que, a pesar de haber vivido una pandemia en el 2021, no aprenden la lección de estar más concientizados en los impactos del medio ambiente.

El estudio de **Fernández T. y Campos F. (2013)**, sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las Radio-Televisones Públicas de Europa destacan que la RSC es el compromiso voluntario de conducta responsable y evaluable de una empresa, más allá de lo que establece las leyes para satisfacer las expectativas de los grupos de interés con los que interactúa. En ese sentido, si bien el contexto es distinto al de Cerro de Pasco, para fines de la investigación se insta a que las empresas que conforman la radio como tal tengan una mayor predisposición para implementar mayores campañas de responsabilidad social empresarial

En el caso de antecedentes nacionales, **Ramírez (2017)**, en su libro académico en la universidad de Lima desarrolla el tema de las campañas de responsabilidad social en la radio, centrándose específicamente en el caso de RPP Noticias. Es un claro ejemplo que evidencia que desde un medio de comunicación radial como el señalado, se puede realizar acciones de RSE de forma voluntaria sin que una ley force a hacerlo, logrando en el mediano plazo una imagen y reputación óptima. En el caso de las radios locales de Cerro de Pasco, mediante la implementación del ODS 17 basado en alianzas estratégicas, se puede establecer relaciones institucionales basadas en acciones concretas de RSE que beneficie no solo a la radio local, sino a la población, formando oyentes más conscientes del impacto ambiental generado en su región.

Quispe (2019), por su parte, señala que el propósito de su investigación es describir la RSE tomando en cuenta las cuatro dimensiones establecidas por Carroll: económica, ética, legal y filantrópica. Estos ejes temáticos de cierta forma las radios locales, mediante las entrevistas de sus voceros radiales, ponen en práctica que pueden desarrollar lineamientos vinculados a lo económico, ético,

legal y filantrópico. Lo que indica la investigación es que se busca una estrategia de mercadología de por medio que incentivo a que todas las partes involucradas obtengan algún tipo de beneficio. En ese sentido, no solo se trata de abordar temas ligados al medio ambiente, sino buscar el beneficio de hacerlo e involucrar a empresas del sector público y privado para ejecutar cada actividad y encontrar un equilibrio en el que ganen todas las partes. En resumen, es sabido por los entrevistados el potencial que tiene la radio como tal, pero se trata de proporcionar un mayor enfoque que contemple los conceptos básicos de la RSE en la gestión tanto empresarial de una radio como en su parrilla de contenidos.

De la Barra (2018), realizó su investigación con el objetivo de determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica del departamento de Lima, teniendo como conclusiones que sí existe una relación directa y significativa entre ambas variables. Para el caso de la presente investigación, sería el abordaje más pertinente en torno a la relación entre el medio de comunicación radial y los oyentes. Según lo recogido en las entrevistas realizadas, existe una clara relación entre el contenido que ofrece una radio en temática de medio ambiente y su audiencia, a pesar de que en muchos casos no toma conciencia del impacto que como ciudadanos ocasionan. Visto los ejemplos de investigaciones, es sabido que sí se puede realizar RSE en materia organizacional y de contenido desde la gestión de la radio hacia su propia audiencia.

CONCLUSIONES

Primero: Sí existe una relación directa entre la responsabilidad social de las empresas de radio y el cuidado del medio ambiente del distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, y esta se encuentra estrechamente relacionada con la gama de contenidos que ofrece dentro de su parrilla radial, especialmente en torno a las campañas de comunicación difundidas en la comunidad.

Segundo: No existen reuniones de cooperación de forma continua y articulada entre los actores sociales, quienes entre ellas la conforman las empresas de radio y los otros actores, producto de la ausencia del sector público y la poca preocupación del sector privado, especialmente de las que operan en la zona de influencia en torno al cuidado del medio ambiente del distrito de Yanacancha en Cerro de Pasco.

Tercero: La relación que existe en torno a los programas medioambientales de las empresas de radio y el cuidado del medio ambiente es directa en cuanto a sus contenidos y la demanda que establece la audiencia en el distrito de Yanacancha, Cerro de Pasco, pese a que existe una clara preocupación por el consumo del agua como materia elemental de vida.

RECOMENDACIONES

Primero: Las radios que operan y tienen cobertura en el distrito de Yanacancha y zonas aledañas deben priorizar la temática de medio ambiente si lo que buscan es concientizar en mayor alcance a sus comunidades y/o zonas de influencia no actuando de forma aislada, sino en el que puedan converger con otros actores de la sociedad civil llevando a cabo alianzas estratégicas bajo el ODS 17.

Segundo: Se debe enfatizar el trabajo articulado con universidades de la región en el que programas radiales de corte ambiental puedan ser difundidos por los canales que ofrece estas universidades a toda su comunidad universitaria. De esta forma, se estaría impulsando una parrilla radial más atractiva en espacios en donde es de vital importancia el cuidado del medio ambiente.

Tercero: Es necesario que el personal que trabaje en la radio cuente con los conocimientos en torno a los temas que involucra la RSE y articule de forma estratégica con los actores e intervenga el concepto comercial a su gestión radial. Se trata de implementar los conceptos de RSE en la gestión estratégica de una radio comunitaria, basado en una operación comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, Espinoza, Guillermo y Hernández (2019) Impacto de la responsabilidad social corporativa en el valor de marca.
- Barrio Fraile, E. (2019). Responsabilidad social corporativa: de la noción a la gestión. Barcelona, Editorial UOC.
- Bracho et at. (2013) *Campaña para la prevención de accidentes de tránsito, como proyecto de responsabilidad social en la radio*. [Tesis de grado, Universidad Central de Venezuela].
<http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/182716>
- Carhuas R (2019) *Evaluación de la contaminación físico-química y microbiológica de las aguas superficiales del río San Juan afectadas por la empresa minera El Brocal S.A. – 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/1814>
- Castro S. y Gabriel J. (2019) Tesis: Impacto de la responsabilidad social de minera Barrick Misquichilca S.A. en el desarrollo sostenible de las provincias: Sánchez Carrión, Otuzco y Santiago de Chuco, La Libertad – Perú 2018
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001) Libro Verde. Fomento del marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Brúselas Francia.
- Coy G. (2018) Impacto de las acciones de la responsabilidad social empresarial minera en el desarrollo rural del municipio de San Antonio Senahú, Alta Verapaz. Maestría thesis, USAC -CUNOR-.
- De la Barra L (2018) *Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica*. [Tesis de posgrado en maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/14785>

Del Junco J., Palacios B. y Espasandin F. (2014) Manual práctico de responsabilidad social corporativa. Madrid, España: Ediciones pirámide (grupo Anaya, S.A.).

Espacio Sostenible (29 marzo, 2020) *Lucha por la supervivencia: contaminación ambiental en Cerro de Pasco.* Pagina web de Enfoque Derecho. <https://www.enfoquederecho.com/2020/03/29/lucha-por-la-supervivencia-contaminacion-ambiental-en-cerro-de-pasco/>

Fernández T. y Campos F. (2013) *La Responsabilidad Social Corporativa en las Radiotelevisiones Públicas de Europa.* Artículo Científico en Scielo Universidad de Santiago de Compostela, España. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2013000200013&script=sci_arttext&tlang=e

Hernández R. y Mendoza C. (2018) Metodología de la investigación. Primera edición. México: McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. de C.V.

León C. (2001) Guía de Relaciones Comunitarias. Dirección General de Asuntos Ambientales del Ministerio de Energía y Minas del Perú. Ed. Asociación Prisma.

Navarro F. (2012) Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica. Madrid, España: ESIC editorial.

Pacto Mundial (2022) Los 10 principios. <https://www.pactomundial.org/principios/principio-1/>

Pasco R. (2014) *Responsabilidad Social y Medios de Comunicación: Caso Grupo RPP 2008-2011* de Impreso en los talleres de Lance Gráfico S.A.C. Perú.

Pinto R y Martín D. (2017). *La responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas.* Anuario Electrónico de Estudios <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4437>

Quispe Solier, Synthia (2019) *La responsabilidad social en el sector empresarial*. [Tesis para optar el grado de bachiller en la Universidad Peruana Unión]
<http://hdl.handle.net/20.500.12840/2548>

Ramírez J. (2017) *Una voz que cambia vidas. Campañas de responsabilidad social en la radio: el caso de RPP Noticias*. Libro académico
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/10734>

Ramírez J. y Villacorta M. (2014) La responsabilidad social en las empresas de Comunicación. Casos ATV, Radio Capital y diario Perú 21. Fondo Editorial Universidad de Lima. Perú.

Urquiza F. y Olortegui A (2016) *Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra del consumidor universitario trujillano año 2016*. [Tesis de grado, Universidad Privada Antenor Orrego]
<https://hdl.handle.net/20.500.12759/3268>

Vivanco J (2018) *Incidencia de lluvia ácida en la provincia de Pasco*. [Tesis de posgrado en maestría, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]
<http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/845>

ANEXOS:

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GUIA DE ENTREVISTA PARA LOS DUEÑOS DE LAS EMISORAS RADIALES

Antes de formularle algunas preguntas quisiera agradecerle por la predisposición de su tiempo. Los resultados solo servirán para los objetivos del trabajo de investigación.

- 1. ¿Qué tanto ha entendido y/o comprendido las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?**
- 2. ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes radiales en relación a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?**
- 3. ¿Qué tanta información ha recibido en las reuniones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?**
- 4. En torno a la parrilla de programación de la radio, ¿qué tanto conoce acerca de los programas radiales sobre el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?**
- 5. En torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Cuál es su apreciación en torno a los programas sobre el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?**
- 6. ¿Si tuviera que priorizar el cuidado del medioambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021, de la lista cuál sería el orden? ¿Por qué?**
 - Cuidado del agua
 - Cuidado del aire
 - Cuidado del suelo
- 7. ¿Cuál cree que debe ser la responsabilidad social empresarial de la radio en el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco?**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombre del experto: SALCEDO ROBLES Jonatan Josué
- 1.2 Grado académico: Magíster
- 1.3 Cargo e institución donde labora: Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - UNDACC
- 1.4 Título de la Investigación: RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE RADIO Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE DEL DISTRITO DE YANACANCHA-CERRO DE PASCO, 2021
- 1.5 Autor del instrumento: James Vylward Rosales Huamán
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención: Maestría en Ciencias de la Comunicación. Mención: Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales
- 1.7 Nombre del instrumento: Guía de entrevista

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

No = 0 Si = 1

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración No	SI	OBSERVACIÓN
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		1	
TOTAL.			10	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es aplicable

Cerro de Pasco, 15 de noviembre del 2022



Firma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** YANGALI VARGAS Juan Carlos
1.2 **Grado académico:** Magister en Educación
1.3 **Cargo e institución donde labora:** Coordinador de la sección de la Merced
1.4 **Título de la Investigación:** RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE RADIO Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE DEL DISTRITO DE YANACANCHA-CERRO DE PASCO, 2021
1.5 **Autor del instrumento:** James Vylward Rosales Huamán
1.6 **Maestría/ Doctorado/ Mención:** Maestría en Ciencias de la Comunicación. Mención; Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales
1.7 **Nombre del instrumento:** Guía de entrevista

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

No = 0 Si = 1

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	Valoración		OBSERVACIÓN
	No	Si	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado	1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos	1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación	1	
TOTAL		10	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE

Cerro de Pasco, 18 de noviembre del 2022


.....
Firma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** CASTILLO HILARIO Mario Buenaventura
- 1.2 **Grado académico:** Magíster en Comunicación Social. Mención: Investigación en Comunicación
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente Asociado en la Universidad Agraria La Molina
- 1.4 **Título de la Investigación:** RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE RADIO Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE DEL DISTRITO DE YANACANCHAS-CERRO DE PASCO, 2021
- 1.5 **Autor del instrumento:** James Vylward Rosales Huamán
- 1.6 **Maestría/ Doctorado/ Mención:** Maestría en Ciencias de la Comunicación. Mención; Relaciones Comunitarias y Resolución de Conflictos Sociales
- 1.7 **Nombre del instrumento:** Guía de entrevista

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

No = 0 Si = 1

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	Valoración		OBSERVACIÓN
	No	Si	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado	1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables	1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica	1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica	1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos	1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición	1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación	1	
TOTAL		10	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es APLICABLE

Cerro de Pasco, 20 de noviembre del 2022



Firma del experto

TRANSCRIPCIÓN DE AUDIO A TEXTO DE LAS ENTREVISTAS

1. Sr Remy Vera – (Dueño de Radio Mega Mix)

Profesor: ¿Qué tanto has entendido y/o comprendo las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?

Entrevistado: ¿De parte de las autoridades?

Profesor: Sobre todo en tu zona de trabajo o medio de comunicación.

Entrevistado: Gracias por la oportunidad. Usted sabe que el 2020 y 2021 en el país ha sido una situación bastante lamentable producto de la pandemia. También en el 2022. En el 2021 continuaba la pandemia. Una población se mantenía con incertidumbre. Los medios de comunicación hemos tenido un papel importante para concientizar sobre el cuidado del medio ambiente, ya que la pandemia pues ha obligado que cambiemos de rutina en cuanto al cuidado de lavado de manos, distanciamiento social, transporte público y urbano, el tema de la atención de sector público en los hospitales. Los medios han estado comprometidos con ello. Hemos cada spot para concientizar

Si usted sube a un transporte público y ve que no se respeta el distanciamiento es mejor que no suba. Si usted va al mercado y ve que el puesto esta abarrotado de gente, compre en otro lugar. No corra el riesgo de poder contaminarse. Así una serie de spots que se ha trabajado durante la pandemia que enfrentó todo el planeta.

Profesor: Como mencionabas en el 2020 y 2021 toda la población a nivel mundial hemos cambiado los hábitos por el tema de la pandemia. En ese sentido, las campañas que han realizado a través de las instituciones. También la radio ha jugado un papel muy importante para concientizar a la población en base a las

campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco.

Profesor: ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes radiales en relación a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco para el periodo 2021?

Entrevistado: la respuesta de la población ha sido bastante positiva. La población entendía el significado de la pandemia. Más aún que veníamos del año 2020 donde hubo la primera y segunda ola, donde fallecieron una gran cantidad de familiares, amigos y mucha gente que también se contamino. La gente tenía miedo de contaminarse. No llegaba el tema de las vacunas. Recuerdo que se habló del tema en el 2021 en mediado de marzo y abril para mayores de 60 años. Creo que sí los medios de comunicación han jugado un papel muy importante para poder concientizar a la población a que pueda cuidarse y protegerse, porque estábamos viviendo una pandemia que no hemos vivido particularmente. Nadie ha vivido esa magnitud donde tú veías morir a amigos, familiares por falta de oxígeno, hospitales. Eso también ha sido para que la población y autoridades puedan reflexionar y poder de repente mejorar el tema de salud en el país. Ahora que ya estamos casi a mitad de año, creo que poco o nada han hecho las autoridades sobre todo superar el tema de salud.

Hablamos en Pasco por ejemplo de la planta de oxígeno que se tuvo que funcionar, que el presupuesto. Creo que por un lado la población ha entendido bien pero que no se ha aprovechado el momento porque veíamos una cantidad de denuncias en los medios de comunicación que tal alcalde de beneficio para darles servicio a sus familiares, que tal alcalde sobregiro los costos utilizándose para otro fin. Todo eso ha servido a los medios de comunicación para que la población

pueda mantenerse informada, pese a la pandemia. Y sobre todo tener en consideración que los medios de comunicación al igual que muchos sectores han sufrido el tema económico. La publicidad se fue en bloque. Había publicidad por parte del Estado, pero no llegaba a todos los medios de comunicación.

De los 20 y tantos medios que hay en Pasco, solamente a 3 o 4 llegaba la publicidad. Tener un medio de comunicación en plena pandemia donde se te van todos los auspiciadores pues te mataban, el tema de internet. Si un medio de comunicación no está en internet, no estás actualizado en la tecnología. Sobre todo, aquí en Pasco ha servido bastante para que la población tome conciencia de lo que estábamos viviendo.

Veíamos que si usaban la mascarilla, que respetaban el aforo. Si hubo una buena acogida en cuanto a la concientización como medio de comunicación.

Profesor: gracias Remy, tienes mucha razón. Es cierto que el gobierno a través del presupuesto que han manejado para contrarrestar la pandemia, para brindar información adecuada lamentablemente hubo mal manejo. No hay descentralización de los recursos para poder llegar a la mayor cantidad de población. Siempre ellos manejan el presupuesto a través de algunas empresas que hacen un estudio. Supuestamente los beneficiarios de los medios de comunicación son muy pocos. No dan la cobertura a los medios más importantes que puedan llegar a más población. Por el otro lado, estás corroborando han cumplido. Tratar de sobrevivir económicamente porque como mencionas han tenido que adecuarse al nuevo sistema. Sobre todo, el cómo cubrir los gastos. No han dejado de transmitir a la población a través de la programación que han tenido.

Profesor: ¿Qué tanta información ha recibido en las reuniones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco en el 2021?

Imagino que Defensa Civil y otros organismos han capacitado han tenido reuniones para afrontar este problema en el 2021

Entrevistado: Directamente a los medios de comunicación no era mucha la información proporcionada por parte de las autoridades sanitarias por parte de defensa civil. Donde sí coordinaron bastante si fue con los periodistas en cuanto a información, por ejemplo, Diresa Pasco lanzaba sus comunicados por las redes sociales, cuantos han fallecido, cuantos han sido contaminados. La comunidad compartía esa información. Eso servía para que los medios de comunicación a que la población tome conciencia. Eso ha servido bastante para nosotros, sobre todo zanjar la información en las redes sociales. Era limitado el ingreso a las instituciones públicas, pese a que había un decreto supremo que a los hombres de prensa si les estaba permitido salir a las calles con un pase especial, pero también era arriesgar tu vida ante el peligro de poder contaminarte. Hay muchos colegas que han fallecido haciendo uso de sus labores.

Lo más práctico era la tecnología, wssp, Facebook donde compartíamos información. Te servía para contrastar información. Por otra parte, ha sido ese un factor importante para que las distintas oficinas puedan compartir las distintas capacitaciones. Diresa Pasco lanzaba a través del grupo de wssp. Este jueves lanzaba talleres de “como un periodista puede hacer su labora en épocas de pandemia”. Como puede informar para que la población no caiga en pánico. Si tú lanza un término inadecuado lo único que estás haciendo es poner más en pánico a la población exponiéndose a la ansiedad o depresión, perdonas con diabetes emotiva.

Los medios de comunicación de Lima informaban y al hacerlo constantemente te daba miedo. En la misma casa daba miedo darle la mano a tu

hermano. Un abrazo a tu mamá y papá. Los medios de comunicación de han tenido una buena capacitación. Con el tiempo recién se han capacitado poco a poco. Para nosotros era algo nuevo. Jamás pensamos que en el 2020 vivamos una experiencia como la pandemia. Ahora, los que estamos aquí en estos momentos somos los que hemos sobrevivido. Todos hemos estado infectados. Hemos tenido la suerte se sobrevivir en esta pandemia.

Me apena que muchas personas que han fallecido esperando la vacuna. Hay otras que teniendo la vacuna no han querido vacunarse. Las iglesias evangélicas que te van a introducir un chip. Esas cosas han hecho que no crean en las redes sociales. Estas redes habían tomado un fuerte protagonismo antes del 2019 o 2018 que sirvió mucho para las elecciones. Ya en la pandemia cuando empezaron a sacar cosas irrelevantes como por ejemplo de aquella niña que predica sucesos. Eso ha hecho que estas informaciones no sean tan creíbles. Esto ha hecho que se confié más en los medios de comunicación. Ahí si había periodismo, te decían la verdad. No como las redes sociales que malinformaba cayendo en el pánico.

Profesor: En torno a la parrilla de programación de la radio, ¿qué tanto conoces de los programas radiales sobre el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo del 2021?

Entrevistado: Este tema de la pandemia ha servido para que muchos comunicados y locutores tomen otros caminos, otros rumbos. Hay muchas amistades que vivían de la locución radial, del periodismo, pero cuando vino esta pandemia no podían ingresar a la radio, porque el acceso era limitado. A veces los mismos propietarios de la radio tenían el temor de que trajeran el virus. La

tecnología de zoom o del meet era bueno para que los programas puedan ser realizados desde casa. Antes de la pandemia era un poco raro el tema del zoom.

Algunas universidades lo usaban para sus cursos virtuales. Ahora se usa más. En cuanto a la parrilla de programación si ha cambiado. Antes de la pandemia era otro. Vino la pandemia y tuvimos que paralizar la programación, poner solo música y ubicarlo en horas punta. Sobre todo, para llevar la información, no solo música. Sacábamos algunos spots de concientización, saluda con el codo, no arriesgues tu vida. Hay muchas cosas que hemos sacado en la radio para poder concientizar. En estos momentos la radio que dirigimos es un radio enfocado en la juventud. Hemos tenido una buena aceptación, ya que los jóvenes entendían la magnitud de la situación. No se podía atentar con la salud de su familia. Una persona vulnerable en caso de la abuela si puede afectar. Esto mientras que los jóvenes salían a las calles sin importarle nada la situación. Esto ha servido para que los jóvenes tomen mayor conciencia mediante el empleo de la radio para concientizar.

Profesor: en torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Cuál es su apreciación en torno a los programas de medio ambiente durante el periodo del 2021?

Entrevistado: mi apreciación personal es que la población durante esta pandemia del 20-21 creo que no ha servido en nada, porque la población no ha tomado conciencia. Creo que uno de los hábitos mayormente es el lavado de manos. Vemos que la población no hace eso, el tema del alcohol en gel, de los residuos sólidos. La población arroja los residuos sólidos en la calle a plena luz del día. Las municipalidades han puesto tachos de basura en las principales calles, en las plazas, pero a la población lo único que ha hecho es malograrse, romper,

quemar. Falta bastante trabajar en poder concientizar en torno al medio ambiente. La población no ha entendido el mensaje que ha dejado el coronavirus. En cuanto empresas, todo se ha activado. La población no ha sabido rescatar algo favorable de la pandemia que era lavarse las manos, que no estar muchos aglomerados. Creo yo que falta bastante trabajar allí. Y si hablamos de contaminación o de medio ambiente en Pasco, creo que es una de las ciudades o ciudad más contaminada del Perú. No solamente estamos siendo contaminados por la actividad minera, sino le sumamos la irresponsabilidad de la misma población que no tiene una adecuada costumbre de sacar los residuos sólidos a una determinada hora, pese a que las autoridades informan que deben hacerlo a tal hora. Simplemente a la hora que mejor le parezca el poblador saca los residuos sólidos, lo deja en la esquina, le sumamos los perros callejeros. Es un caos la ciudad.

Si uno ingresa a Cerro de Pasco ves un panorama llena de desmonte, perros callejeros por todos lados, áreas verdes descuidadas. Falta trabajar mucho en el tema de medio ambiente. Las autoridades no reaccionan, no ven lo que realmente es preocupante.

Profesor: como han disminuido los conteiner hay un cierto relajo de la población que no ha entendido lo que nos ha sucedido. Ya pasó un año de esto. La mayoría ya se ha vacunado, cree que son inmunes en ese sentido. Cerro de Pasco es una ciudad contamina por los asiduos y pasivos mineros. Tenemos falta de los recursos como el agua que es escaso.

En este escenario, ¿cuál es la labor de la radio en concientizar? ¿Cuál es el aporte?

Entrevistado: Como ve en comunicación la gran mayoría ha podido en poder concientizar. Creo que es un defecto del peruano que, si no te ponen una

sanción, no funciona las cosas. Creo que aquí juega un papel muy importante la municipalidad, los regidores en cambiar las ordenanzas, las reglas del juego y empezar a sancionar a esos malos vecinos que arroja la basura. Los medios de comunicación, se hacerse esos cambios, impulsaremos y haremos eco a ese pedido por parte de las autoridades.

Las autoridades no hacen absolutamente nada. Se ha planteado muchas veces este tema. Los perros callejeros orinan, hacen sus eses, pero algo hay que hacer, porque uno ya no puede caminar libremente en una calle porque tú entras y sale una jaurilla de perros. La municipalidad tiene toda la potestad de mejorar esta situación. No hemos escuchado ningún tipo de mensaje por parte del alcalde, de los regidores: esta es la propuesta del consejo municipal, de esta gestión, qué opina la población. ¿Qué hacemos con los perros callejeros? ¿Qué hacemos con las personas que arrojan los residuos sólidos a medio día? Si tú ves en una esquina bastante basura y una cantidad de perros, son estos los que se encargan de expandir la basura, los residuos sólidos. No se ha trabajado en ello. Se debe de cambiar lastimosamente. Si no le das una sanción, es difícil que pueda cambiar por propia iniciativa, salvo algunas excepciones. Hay vecinos que respetan las normas.

Por ejemplo, las ferias dominicales, la de los miércoles. Dense una vuelta a eso de las 7, 8 o 9 de la noche. Como dejan los comerciantes, entonces. Creo yo que la calle debe de tomar otro tipo de estrategia porque es la calle principal.

Está en la `puerta de la universidad Daniel Alcides Carrión. Con el mercado virgen de Fátima se han peleado. El alcalde ha querido hacer las áreas verdes, lo pobladores no han querido. Falta bastante información. Se ha descuidado bastante las oficinas de relaciones públicas que no ha trabajado en

concientizar. Los medios a través de los spots que hemos sacado hemos cumplido de poder decir al vecino “esto está mal, no hagas esto, estás malogrande la ciudad donde tú estás viviendo”. Solamente queda allí, no podemos hacer nada más. El deber es de las autoridades.

Vemos autoridades que no están comprometidas con Pasco. Son autoridades que han venido fuera de Pasco, son foráneos, llegan un día martes y se van un día jueves. No saben la necesidad ni la problemática de cómo está la ciudad, pese a que los medios de comunicación le decimos a la población, siguen votando a las mismas personas. Pasco no está creciendo como debería. Ya son más de 20 años que vivo aquí. No he visto ningún tipo de mejora de Pasco en cuanto a medio ambiente. Solo he visto casas más construidas. No tenemos agua. Solamente te dan 2 horas de agua diario. ¿Uno puede vivir así en una ciudad donde no hay agua? ¿Cómo haces para asearte si te limitan el agua?

Ahí tú te quedas, tienes razón. No hay nada en Pasco. Es una ciudad que está bastante descuidada, producto de las autoridades que hemos tenido. Poco o nada han hecho a favor del medio ambiente. La promesa del alcalde anterior en cuanto al relleno sanitario, él decía que ya, que se hace, pero no ha hecho nada. Pasco no tiene relleno sanitario. No sabemos esta actual gestión. No he escuchado pronunciarse. El que tenemos ya colapsó. Está a escasos metros de la ciudad, donde se ha vuelto criaderos de chancho, y esto se vende en los mercados, por el agua, por la empresa minera, residuos sólidos, actividad extractiva.

Cuando un proveedor tenga 65 años se va encontrar que está contaminado por todos lados. Yo pienso que los medios de comunicación hemos advertido a la población. Esta misma, como siempre, no piensa en el futuro. Solamente piensa en el presente y nada más. Las autoridades no están haciendo absolutamente nada.

Profesor: Si tuviera que priorizar el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021, de la lista, cuál sería el orden y por qué: cuidado del agua, ¿del aire y suelo?

Entrevistado: Pienso que se tiene que cuidar el agua, porque con el agua es todo vida. Sin agua no diríamos nada. El aire va ser complicado por la zona geográfica. A diarios salen caminos que contaminan cada uno de los hogares. La forma de combatir es aseándonos. El tema del suelo es otro tema. Lastimosamente no tenemos el privilegio de gozar de una variedad de plantas. A lo mucho crece quinua. Otro tipo de plantas no tenemos el suelo de pasco. Yo priorizaría el tema del agua.

Profesor: ¿Cuál crees que debe ser la responsabilidad social empresarial de la radio en el tema del medio ambiente?

Entrevistado: La radio y las autoridades deben ir de la mano. Si los medios de comunicación hacen el papel de poder concientizar a la población y esta no responde, entonces algo estamos haciendo mal. No funciona esto. La población sigue botando residuos sólidos. La población compra canes, los abandona, queman los tachos de basura, contenedores. Yo creo que eso debe ir de la mano. Los medios de comunicaciones están abiertos para que toda la población pueda hacer lo mejor. Eso juega un papel importante. Qué medio de comunicación no va querer que su población crezca, que su población esté bien.

Las autoridades que nos ha tocado no piensan en eso. Lo único que piensan es sacar o mover el aspa a su molino y que la población siga contaminada, siga todo descuidado. Es una lástima realmente, tú vas a otras ciudades y sientes envidia sana. Como está su plaza en su ciudad. ¿En Pasco, para cuándo? ¿Qué le falta a Pasco para que tenga una buena plaza? ¿Un buen mercado? ¿Buen terminal

terrestre? ¿Para que tenga un centro comercial? Falta que las autoridades se pongan las pilas y que venga la empresa privada y pueda invertir. Lastimosamente tenemos un gran problema y que venga una empresa privada a invertir.

Gracias a esa ley que prohíbe que se haga inversiones de gran impacto, entonces hasta el momento no se puede hacer nada. Es una bomba de tiempo que nos ha dejado de las autoridades. ¿Cuándo? Vemos a una ciudad de Pasco que no tiene nada en comparación de otras ciudades. Sin ir lejos, la ciudad de Huánuco, sus áreas verdes están cuidadas, limpias. ¿En Pasco por qué no se puede hacer eso? Sin embargo, lo que falta es el criterio.

2. **Sr. Tito Vera – (Dueño de Radio Corporación)**

Profesor: Estamos realizando una investigación de la RSE de las empresas de radio en relación al cuidado del medio ambiente de Cerro de Pasco, con la finalidad de conocer qué es lo que piensan respecto al tema. El tema de la RSE es un compromiso voluntario que puede asumir cualquier empresa. No es obligatorio desarrollar un programa de RSE, pero sí sabemos que cuando se trabaja puede repercutir en la buena imagen, en la reputación de la RSE.

¿Qué tanto ha entendido y/o comprendido las campañas de comunicación las campañas de medio ambiente en Cerro de Pasco en el periodo de 2021?

Entrevistado: El medio ambiente, en el entorno que afecta a los seres vivos y que acondiciona sus circunstancias vitales. En este contexto, tienen una gran responsabilidad las empresas mineras que circulan la región de Pasco.

Publicidad o recomendaciones de las empresas mineras que más afectan a nuestra ciudad. Nosotros como medio de comunicación tuvimos un programa que se llamaba por ejemplo que siempre estaba a favor del medio ambiente. Inclusive teníamos que buscar algunos lugares donde hacían el regalo de algunas

plantas y entregarlos a los amigos oyentes a través de una pregunta para que puedan tenerlo dentro de su hogar de acuerdo a la realidad que vivimos en Cerro de Pasco.

El medio ambiente usted sabe que tenemos en Cerro de Pasco solamente tenemos el Quillay en algunas casas que han plantado nuestros antepasados. Mi abuela tenía, pero ya lo han destrozado. Era lo único que daba oxígeno. Falta mayor mantenimiento. Teniendo una escuela de agronomía en la universidad nuestras autoridades son piensan en hacer un convenio con ustedes y darle una propina a un trabajo o hacer sus prácticas a los 20 primeros alumnos para que puedan cuidar nuestro medio ambiente.

Profesor: ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes radiales en relación a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021?

Entrevistado: En la onda corta tropical, en esa época había una resolución suprema que daba el gobierno mediante la máquina mecánica que ha superado que son las computadoras. El cerro de Pasco Corporación que había sacado autorización del Ministerio de Transporte el señor Rodrich Humberto Maldonado Balbín durante la autorización de una empresa radial, porque anteriormente había Radio Azul, entonces ellos han visto también nos dio un espacio en esa oportunidad a los creadores de radio. Tener 60 metros de radiales a la circunstancia de la Torre. 120 radiales de cobre, era una radiación para que pueda gestionar la amplitud modulada y tener que ser un espacio donde había humedad. Entonces desde allí estaban cuidando. Con el tiempo del avance de la tecnología cambio. Anteriormente se necesitaba 120 radiales. El curso de la AM supera lo que es la PM que es barata. Desde ese punto ya se cuidaba el medio

ambiente. Por motivos que nosotros no hemos sido propietarios del terreno que estaba la antena de 48 metros en el norte, hemos tenido que apagar nuestra frecuencia en Lima.

Unos árboles artificiales con esos elementos que tiene el árbol de navidad entonces donde ya entra el sistema el 5 de ejemplo del internet entonces nosotros nos obligaron a sacar las antenas de amplitud modulada como lo tenemos en la ciudad irradiando nuestra trasmisión que está en la planta de José Carlos Mariátegui que está en (ininteligible) al distrito de Simón Bolívar.

Esto también amerita que cual es la irradiación que tenemos que cuidar. No sé si usted se ha dado cuenta que la AM bota la RF. Entonces, si pasa corriente algo está mal, entonces es la irradiación que la RF es muy fuerte. Por eso también se metía a los canales de televisión, a los barrios a los lugares donde estaba cerca nuestra antena. De ese momento ya empieza el cuidado del medio ambiente con equipos que tenemos que utilizar más sofisticados para evitar estos tipos de problemas.

Profesor: ¿En relación a las campañas en este año del 2021? ¿La reacción de los oyentes cual ha sido?

Entrevistado: No teníamos reacción. Solamente era las comunicaciones a provincias.

Profesor: ¿Esta campaña de entrega de los arbolitos? ¿No lo aceptaron de buena forma?

Entrevistado: Se les regala en la época del programa que tenía Hugo Soza que le interesa el medio ambiente, porque es ambientalista. Las plantas que regalaban a los oyentes porque simplemente éramos un poco descuidados. Aquí el hielo es muy fuerte. Yo le cuento por ejemplo cuando el estadio Daniel Alcides

Carrión en 1994 cuando asumí el cargo era muy difícil conservar o mantener el Grass original. A 4350 metros sobre el nivel del mar reposan para que aguante el hielo. Tenemos que aureolar para que sea más verde. Gomax para que las sustancias no se metan hacia adentro. Cuidar el área verde del estadio, por ejemplo, Max para que no se le lleve la lluvia hacia adentro. ININTELIGIBLE.

Antes le echábamos Sal de Andrews y botaba hongos y otras cosas más porque acá en Pasco mantener el grass original es muy difícil. Por eso lo han cambiado al Grass sintético. Teníamos que utilizar el guano en esa época. Necesitábamos 20 mil litros cúbicos para el regado del campo con el sistema de presión 3 veces por semana y Pasco adolece del litro de elemento que es el agua. Era muy difícil mantener. En esa época cuidábamos bastante el medio ambiente. Utilizaban el estadio para sus partidos oficiales del campeonato profesional. Hemos empezado a conocer el cuidado del medio ambiente con un agrónomo que se trajo de Lima y se hizo muchas cosas en el estadio Daniel Alcides Carrión

Profesor: obviamente se tenía que mantener el cuidado del Grass. Siempre se han quejado de la altura. Son recuerdos que quedan. En el año 2020, 2021, 2022, a nivel mundial hemos vivido una coyuntura mundial. En ese sentido, el Estado a través de los gobiernos locales han organizado algunas campañas, ¿Qué tanta información ha recibido en las reuniones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?

Entrevistado: Para serio sincero en Pasco es muy poco la invitación al medio ambiente. Lamentablemente, no te invitan. Si hemos tenido una invitación cuando las empresas mineras tenían un consorcio y veían el medio ambiente. Tenían que hacer un informe al ministerio energía y minas y ver como se cuida el medio ambiente. Cuáles son las aguas que tenía que recuperarse. Conocimos

que la gran responsabilidad social de las empresas mineras en esa época si cumplían con el medio ambiente porque es una responsabilidad de parte de ellos por el cuidado de los relaves, de muchas cosas más del aspecto minero, pero las autoridades obvian la existencia de los medios de comunicación. No es todo dinero, sino también se necesita culturizar a nuestro pueblo a quienes escuchan la radio.

Profesor: en torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Qué tanto conoce acerca de los programas radiales sobre el cuidado del medio ambiente durante el periodo del 2021?

Entrevistado: no existe. No hay. El único que cada fin de semana lo hacía Hugo Soza y hablaba del medio ambiente. Por ejemplo, él terminó la universidad en la Undac en la facultad de enfermería, pero le gustó más el medio ambiente. Él trabaja en diferentes empresas conservando el medio ambiente. Es poco la difusión del medio ambiente en los aspectos de radio y televisión en nuestras ciudades de Cerro de Pasco

Profesor: En torno a la parrilla de programación de la radio, ¿cuál es su apreciación personal, en torno a los programas sobre el cuidado del medio ambiente durante el periodo 2021?

Entrevistado: Los que no sabíamos cocinar hemos engordado más porque hemos tenido que cocinar porque hemos estado con la familia. Esta pandemia ha hecho reflexionar muchas cosas en el sentido que ya no había las publicaciones de medio ambiente. Anteriormente había una institución que agrupaba a medios de comunicación a través de una colaboración internacional que estaba viendo el medio ambiente en el caso del sur que tenía más oportunidad. Eso nosotros asumimos una responsabilidad para asumir como medio de

comunicación que nos daba algunos alcances y salidas que nos daba también ver el medio ambiente.

Me gustaría invitarlos a nuestra planta que está en Paragsha que nosotros todo el sistema de....Que está sembrado en Grass para mantener el medio ambiente y también regule su agua correspondientemente.

Profesor: de la lista que le voy a dar continuación, ¿cuál sería el orden?
¿Por qué? Cuidado del agua, aire o suelo

Entrevistado: Si no tenemos agua, sabemos que... desde que yo nací y hasta la edad que tengo no se toma el agua potable. Nos hemos acostumbrado a que nos regale el agua la empresa minera. Minutos ininteligibles.

Si no tienes aire, no hay oxígeno. Lo que nos falta es un programa por ejemplo de ingenieros ambientalistas para que puedan dar algunos alcances o consejos a los oyentes para cuidar nuestro medio ambiente.

3. **Sra. Karim De la Cruz – (Dueña de Radio Altura)**

Profesor: ¿Qué tanto ha entendido / comprendido las campañas de comunicación del cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?

Entrevistada: Mil disculpas si tengo al personal al lado trabajando, pero eso no quita que no podamos responder las preguntas. Antes su pregunta, a título personal comprender una campaña de índole socio ambiental o de digamos del cuidado del medio ambiente hubo poca participación a nivel poblacional, pero quiero referirme a mí porque se ha tenido las campañas mínimas donde nosotros, la población, seamos los protagonistas principales. No hemos tenido la suficiente

campaña para entender, comprender como ustedes dicen si han entendido. Se necesitan entender mucho más, necesitamos de campañas más persuasivas, de mayor impacto. Que digan mucho y que seamos protagonistas de ello.

Profesor: durante el periodo del 2021, las instituciones encargadas de velar por el medio ambiente, como el gobierno regional, ¿las municipalidades y alguna entidad del medio ambiente de parte del gobierno nacional no han fomentado alguna campaña a través de su medio de comunicación?

Entrevistada: Han sido mínimas y no necesariamente las institucionales o autoridades locales. Las empresas mineras han promovido campañas ambientales en su mayoría. Salvo alguna otra municipalidad que en este momento pueda ignorar, pero no ha sido protagonista las autoridades de las instituciones del estado local, vale decir.

Profesor: en relación con esa poca participación, de esas campañas, ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes de su medio de comunicación radial en relación a estas campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante ese periodo?

Los oyentes de radio carecen de información que se requiere. Las campañas aún no se han masificada en la zona. Menos en la región, así que el impacto debió ser el menos esperado más aun cuando el compromiso no solo parte de la sociedad sino de empresarios y autoridades.

Profesor: en todo caso, ¿Qué tanta información ha recibido en reuniones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021 ya sea en parte de las empresas privadas o si algún gobierno regional o local haya convocado?

Entrevistada: pocas reuniones de trabajo, mesas para mitigar la contaminación ambiental. Ha sido pocas más aún si se trataba en épocas de pandemia, todavía que estábamos un poco golpeados.

Profesor: en época de pandemia que se ha vivido en ese periodo, se ha suscitado concientización para el cuidado personal que debería tener toda la ciudadanía.

Profesor: en torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Qué tanto conoce acerca de programas radiales sobre el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco, durante ese periodo?

Entrevistada: ¿Cuántos programas existen?

Profesor: Sí, si ha habido o conoce algunos de estos programas ha tocado sobre el cuidado del medio ambiente

Entrevistada: mucho de los programas sí. Hay 12 programas que esencialmente tratan y exhortan al cuidado del medio ambiente. Programas tipo La voz en el Cerro tocan o abordan el cuidado del medio ambiente.

Profesor: ¿Estos programas que frecuencia tienen esta participación en las radios?

Entrevistada: Es una vez a la semana

Profesor: ¿en torno a la dicha parrilla, ¿cuál es su apreciación en torno a estos programas durante el periodo 2021? Su apreciación personal

Entrevistada: nuestra responsabilidad siempre en cooperación con mensajes por ejemplo persuasivos. Entendiendo en torno a la parrilla de radio en torno a los programas del medio ambiente, mi apreciación es que noto el compromiso sin embargo nuestra responsabilidad yendo más allá como medio de comunicación digamos ha tenido un impacto menor o poco impacto como ya

verás es una vez por semana los programa, no se tiene el espacio definido, incluso que tratemos estos temas. La verdad es que mi apreciación personal, aunque ellos quieran cooperar no se ha logrado si incluso veamos solo un par de programas. Al contrario, debemos masificar.

Profesor: Si tuviera que priorizar el cuidado del medio ambiente durante el año 2021 en cerro de Pasco, ¿cuál sería el orden y por qué? Cuidado del agua, aire y suelo.

Entrevistada: Yo priorizaría el cuidado del agua, por el consumo, el hábito, porque está relacionado para todos nuestros alimentos. El consumo diario. Eso no quiere decir que el aire y el suelo vayan de la mano, pero priorizaría el agua con la contaminación que se tiene a raíz de los minerales. A raíz del agua no tratada. Yo priorizaría el agua.

Profesor: Sabemos que en Cerro de Pasco es un bien muy escaso. Que se tiene poca frecuencia que adopta la población.

Profesor: ¿Cuál cree usted que debe ser la responsabilidad social empresarial de la radio en el cuidado el medio ambiente en Cerro de Pasco?

Entrevistada: Podríamos hacer participar a la población de la mano con las autoridades en nuestra responsabilidad social de cooperación con mensajes persuasivos de sensibilización y de contribuir con la educación socio ambiental. Que nos reeduquemos. Que asumamos nuestros compromisos de cuidar el medio ambiente, porque es el cuidado de no solo las autoridades, sino que la población tenemos que involucrarnos más. El medio te educa, te da el mensaje, te previene tal vez con un mensaje determinado pero la población tiene que sumarse. El medio podría participar y conglomerar al conjunto de la población llámese autoridades, ciudadanía para trabajar de la mano y poder aminorar el impacto

socio ambiental o la contaminación ambiental que tenemos hoy en día. Obviamente trabajando de la mano con autoridades para evitar mayor impacto y de exigir a las mineras tal vez yendo más allá a la pregunta que usted me hizo de exigir la responsabilidad social que por años no se ha visto de parte de las mineras quienes explotan nuestras riquezas. De hacer trabajos hermanados con las autoridades. Como medio de comunicación siempre tenemos una responsabilidad social. No nos negaríamos que pudiéramos trabajar en equipo.

Profesor: gracias por su participación. Le agradezco mucho.

4. Sr. Marco Casquero – (Dueño de Radio Activa)

Profesor: Nos encontramos con Marco Casquedo, administrador de Radio Activa en Cerro de Pasco. Quisiera agradecerte por la disposición de tu tiempo. La información recopilada servirá para fines académicos.

Entrevistado: gracias por la invitación. Dispuesto a poner mi granito de arena.

Profesor: ¿Qué tanto has entendido y/o comprendido las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021?

Entrevistado: es fundamental que como medio de comunicación difundamos campañas del cuidado del medio ambiente. Una radio no puede ser ajeno a ello, ya que también no es un problema que preocupada todo. Más aún que esta el internet y se puede conseguir información. Las campañas no solo se pueden centrar al cuidado del medio ambiente, sino al suelo, aire, entonces es fundamental la participación de la radio en estas campañas. En cuanto a la sensibilización y cuidado del medio ambiente.

Profesor: ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes radiales en relación a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco en el periodo 2021?

Entrevistado: bueno, en cuanto a esa pregunta se vería muy bien porque con ello la radio se ve en la necesidad de ser un formato musical sino también que te informa, educa y divierte. Como sabemos, aquí en Pasco pocos son los medios de comunicación que tratan temas sobre el medio ambiente. Mayormente la mayoría de programas que podemos escuchar en nuestra zona pasqueña son temas mayormente culturales, entonces sería primordial y fundamental que los empresarios y las personas que manejan estos medios de comunicación puedan contribuir con un granito de arena en el tema de poder crear pequeños micro informativos, audios que de alguna manera sensibilicen y, sobre todo como catalogamos las futuras generaciones que son nuestros hijos. Ellos ya pueden tener mediante una radio el conocimiento de cómo podemos cuidar nuestro planeta y contribuir a una mejor vida o saludable y sobre todo un modo de estar sensibilizando nuestra sociedad. Ya estamos viendo a través de los medios de comunicación las catástrofes y que se vienen suscitando. Eso es porque lamentablemente como seres no cuidamos, no preservamos nuestro medio ambiente. Es fundamental que la radio no sea solamente musical sino también que informe y trate estos temas.

Profesor: como sabes hemos vivido una coyuntura particular en el mundo. ¿En ese sentido, cuando ha sido particularmente la reacción de los oyentes en ese periodo porque se estaba dando bastante énfasis en algunos cuidados especiales?

Entrevistado: la opinión en si de los oyentes en relación a estas campañas. Los oyentes han recibido de manera muy satisfactoria porque un ejemplo, la pandemia de COVID, mayormente había medios nacionales que sacaban audios en torno a la prevención y cuidado utilizando el alcohol y la mascarilla. En el tema del medio ambiente, aquí hay espacio que hemos creado pequeños micro programas que indican que no quemes papeles o no contamines, cuídalos, protégelos para las futuras generaciones, entonces creo yo que cuando el oyente escucha estas pequeñas capsulas la radio no solamente es de poner música, sino que es una radio que está utilizando una manera de llegar a sus oyentes educándolos y sobre todo ayudándolos a preservar. El medio donde nosotros nos desenvolvemos, y cumplimos nuestras funciones.

Es importante también que los oyentes puedan interactuar con nosotros. ¿Cómo pueden interactuar? Pues con una llamada o comunicación en los distritos programas que acá se emiten. El locutor puede pedirle una canción sino darle un pequeño consejo que contribuye a cuidar su medio ambiente, su planeta para que sus generaciones puedan vivir en total calma y con la tranquilidad respectiva.

Profesor: ¿Qué tanta información ha recibido en las coordinaciones de cooperación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021?

Entrevistado: mucha diría yo, porque la emisora ahora trabaja con la Diresa Pasco y con otras instituciones, nos han invitado de manera virtual a talleres y capacitaciones que nos han permitido el conocer y darles solución a los problemas ya sea de salud o prevención y del cuidado del medio ambiente. Entonces, digamos que la emisora ha ido de la mano con estas instituciones y que de alguna manera no hemos sido solamente oidores o veedores, sino que también

hemos participado de estos talleres que de alguna manera nos han permitido a nuestra emisora incluir algunas cosas, por eso hemos generado los pequeños micro pastillas por decirlo así para contribuir a que nuestra sociedad se cuide y proteja y todos podamos vivir como se dice de manera positiva.

Profesor: en torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Qué tanto conoces acerca de programas radiales sobre el programa de medio ambiente en Cerro de Pasco durante el 2021?

Entrevistado: muy poco. Aquí en Pasco hay emisoras que difunden el tema del cuidado del medio ambiente. En su mayoría, escuchando los medios de Pasco tratan más temas de salud. En el caso de la emisora donde laboro, durante el tiempo de la pandemia hemos emitido micro programas con relaciones al cuidado personal e higiénico, pero también hay una revista que lo conduce Jaime Meza y que dentro de ello motiva a las personas en cuidar, preservar y sobre todo tener el cuidado respectivo de nuestro medio ambiente. Sinceramente medios de comunicación aquí en Pasco que apuesten por un programa ambiental son muy pocos. La mayoría son programas en su mayoría de salud y después programas jurídicos, culturales. Creo que está un poco de lado el tema ambiental. Deberíamos tener un poco más de hincapié en tratar temas de este corte que también son problemática de nuestra sociedad.

Profesor: en torno a la parrilla de programación de la radio, ¿Cuáles tu apreciación en torno a los programas del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el periodo 2021?

Entrevistado: somos pocos los medios que sensibilizamos a nuestra población en relación al cuidado del medio ambiente. Ya sea el agua, aire o suelo. Como medio de comunicación algunos espacios informativos y eso, pero como

les decía, mi apreciación sería eso. Falta la producción de programas de este corte. Sería interesante que los directivos, las dueñas de las emisoras pudieran aportar su granito de arena. El tema también gira en torno a lo comercial ya que muchos alegan que no les generara ingresos, pero estas contribuyendo con el medio ambiente.

Ósea sensibilizar a tu sociedad a cómo cuidar, proteger, preservar el medio ambiente, el cual tú te trasladas, en donde vives, seria sinceramente de mucha ayuda programas de 1 hora o de 30 minutos que puedan contribuir al cuidado de nuestro medio ambiente.

Profesor: ¿Si tuvieras que priorizar el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el 2021: cuidado del agua, aire y suelo? ¿Cuál sería el orden y por qué?

Entrevistado: Fundamentalmente, el cuidado del agua. Sobre todo, para la salud. Se han tratado desde muchos años atrás. Utilizaban al medio día. Como muchos sabemos seguimos consumiendo un agua no tratada, mala. Es importante considerar como primera problemática el cuidado del agua. El aire también es fundamental, nos permite respirar, más aún cuando hay contaminación por parte del tránsito complicando la capa de ozono. El cuidado del suelo es fundamento del sistema alimentario. La mayoría de alimentos proviene del suelo. Agricultura. Si esta saludable, produce cultivos sanos que nutre a las personas y a los animales.

Profesor: ¿Cuál crees que debe ser la responsabilidad social empresarial de la radio en el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco?

Entrevistado: Es fundamental esta pregunta. No solo una radio se debe identificar por poner música y animar a los oyentes. Debe ir de la mano con nuestra sociedad fomentando el cuidado y protección de nuestro ecosistema para

que nuestras futuras generaciones puedan vivir en una bonita atmósfera. En conclusión, la radio, la tv, las redes sociales tienen que cumplir el rol del cuidado del medio ambiente. Es un medio que te educa, te entretiene, lo primordial es que aporte un consejo y ayuda a la sociedad. La radio de estos tiempos con toda la tecnología que antiguamente no se podía, ahora tenemos los medios más rápido de encontrar mucha información y poder generar programas o pequeñas pastillas que no pasen del minuto y que de alguna manera sea un factor para contribuir a nuestra protección de nuestro ecosistema y así podamos ser no solamente un medio musical sino también un medio informativo que previene el cuidado del medio ambiente.

Profesor: el cuidado del medio ambiente es importante, sobre todo en estas épocas que estamos viviendo. Es un recurso que está en peligro a nivel mundial, sobre todo por el crecimiento de las grandes ciudades. Gracias por su participación.

5. **Sr. Alexander Carbajal – (Dueño de Radio Cumbre)**

Profesor: nos encontramos con el director y dueño de la radio Cumbre en Cerro de Pasco que está avocada a los dueños de la emisora radial. ¿Qué tanto ha entendido o comprendo las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente?

Entrevistado: Nosotros cumplimos con nuestra tarea informativa a través de la gama de contenidos periodísticos que emiten en la radio. Ustedes saben que apelamos nuestra característica es el género informativo, lo que hemos buscando en todo ese tiempo es orientar a la ciudadanía de la labor que nosotros cumplimos y sobre todo para un cuidado del medio ambiente. Hacemos incidencia en la no

contaminación del medio ambiente, cuidar los recursos hídricos y también la tierra.

Creo que aquí en la ciudad particularmente hay una presencia de unidades mineras que han dejado secuelas. Es por eso que tenemos un compromiso mayor conjuntamente con las autoridades que se ven involucradas y nosotros haciendo el papel como medio de comunicación.

Profesor: ¿Cuál ha sido la reacción de los oyentes radiales en relación a las campañas de comunicación para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el 2021?

Entrevistado: La mayoría acertaba básicamente reclamaba por lo que ha dejado las empresas mineras. Solamente en Cerro de Pasco desde los albores de la actividad minera del Cerro de Pasco Corporation, Centro Mim Perú, Volcam Cerro Sac, pasivos que han perjudicado enormemente el aire, el suelo y el mismo líquido elemento que se toma con más de 7 elementos pesados. Conoce que hay investigaciones de niños con plomos en la sangre. Lo que ellos hacían trataban de denunciarlos. Por eso que han surgido algunas campañas que han trascendido en el ámbito nacional, sobre todo en los últimos años. Y de ahí vienen los programas de remediación ambiental que no se han cumplido todavía a cabalidad, pero están los esfuerzos que se hicieron. Con las autoridades que conocían, comprendían que no podemos dejar de lado una población que reclama justicia.

Profesor: ¿Con relación a las reuniones de cooperación, que tanta información han recibido en las reuniones para el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el año 2021?

Se carecía porque la empresa minera no hacia un buen trabajo de difusión. Por nuestro lado, buscábamos con entidades que estaban involucradas, por

ejemplo, el centro cultural popular Labol, las municipalidades. Una que ha tenido protagonismo en los últimos años es el gobierno local distrital de Simón Bolívar Rancas. Poco el gobierno regional cuando debería haber sido un tema prioritario, sobre todo la municipalidad distrital de Pasco. Por nuestra cuenta casi como medios de comunicación, periodistas, buscábamos que nos den a conocer lo que estaban haciendo respecto a los impactos ambientales, especialmente.

Profesor: con relación a la parrilla de programación de la radio, ¿Qué tanto conocer acerca de los programas radiales en medio ambiente en Cerro de Pasco?

Entrevistado: Cada quien tiene una promoción distinta, pero nosotros con los programas periodísticos sí podemos dar fe que hemos estado cumpliendo nuestra responsabilidad social o de canalizar las denuncias, informar, dar oportunidad a los dirigentes, entidades que se preocupaban, organizaciones no gubernamentales. Por ese lado estamos tranquilos, aunque todavía creo que nos falta mucho por hacer aquí en Cerro de Pasco y distritos aledaños en donde hay actividad minera.

Profesor: con relación a la parrilla de programación de la radio, ¿Cuál es su apreciación en torno a los programas del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el 2021?

Entrevistado: Estaba bien, pero debería impulsarse con mayor fuerza. Tenemos una fiscalía del medio ambiente que tiene que ser convocada para que recién cumpla su labor de fiscalización. Lo mismo que las empresas que casi nada hacen. Si se hace el seguimiento se va dar cuenta que es un tema recurrente que esté agendado de parte de ellos. Como medios de comunicación, estamos impulsándonos en la medida de nuestros esfuerzos porque demandan

presupuestos. La producción de un programa de medio ambiente. Quisiéramos que la misma universidad mediante su especialidad de ingeniería ambiental haga lo suyo. Por lo menos nosotros como medio tenemos las puertas abiertas y podrían promover cualquier contenido que ayude a estos propósitos de orientar a la gente, a los agraviados, familias que se ven afectadas al tener niños con plomos de sangre. Se pensaba que era solo en el distrito de Simón Bolívar, pero nos hemos dado cuenta que ya se habla de niños con plomo de sangre en el distrito de Yanacancha. Eso no puede quedar impune. Se tiene que hacer un trabajo más serio, consciente. Es integral. Ahí tiene que entrar a tallar desde el gobierno regional, la municipalidad provincial, las municipalidades distritales, la mesa de lucha contra la pobreza, fiscalía del medio ambiente, prefectura. Inclusive la misma universidad que es alma mater de pasco.

Profesor: Desde tu óptica como director de radio Cumbre, ¿Cuál crees que debe ser la responsabilidad del cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco?

Entrevistado: de poder orientar luego de hacer eco de las denuncias. Cuantos años han pasado que no se tiene un relleno sanitario. Hace un par de meses conversaba con el alcalde de la municipalidad distrital de Pasco, decía que esa responsabilidad ya le ha encargado al ministerio del ambiente. Están trabajando el expediente para que puedan ejecutar el próximo año. En hora buena porque se hablaba inicialmente de un presupuesto de 15 millones, luego de 23 millones, pero se necesitaba mayor inversión. Cuantos años y títulos honoríficos, aquí se comenzó la actividad minera y no tenemos un relleno sanitario. Tenemos un botadero clandestino llamado Rumellana, que dicho sea de paso no fue hace mucho tiempo. Se denunció una fogata, adjudico el medio ambiente porque el

humo se sintió en varios distritos. Toda la Cuenca del Rio Tinto, tuvo que pedir la participación del cuerpo de bomberos, participo la fiscalía del medio ambiente

Gracias a quienes se hace posible estas informaciones es a los medios de comunicación. Nuestra responsabilidad está allí. Solo que a veces no se aprovecha. Completamente podemos manifestarlo.

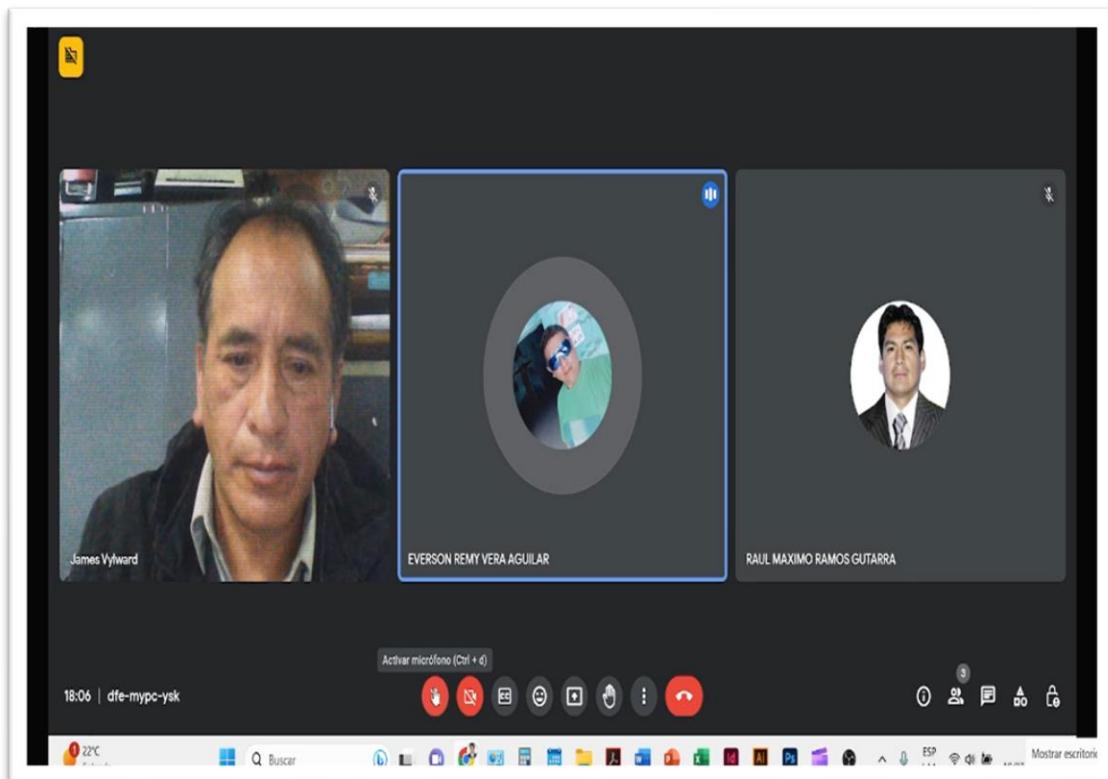
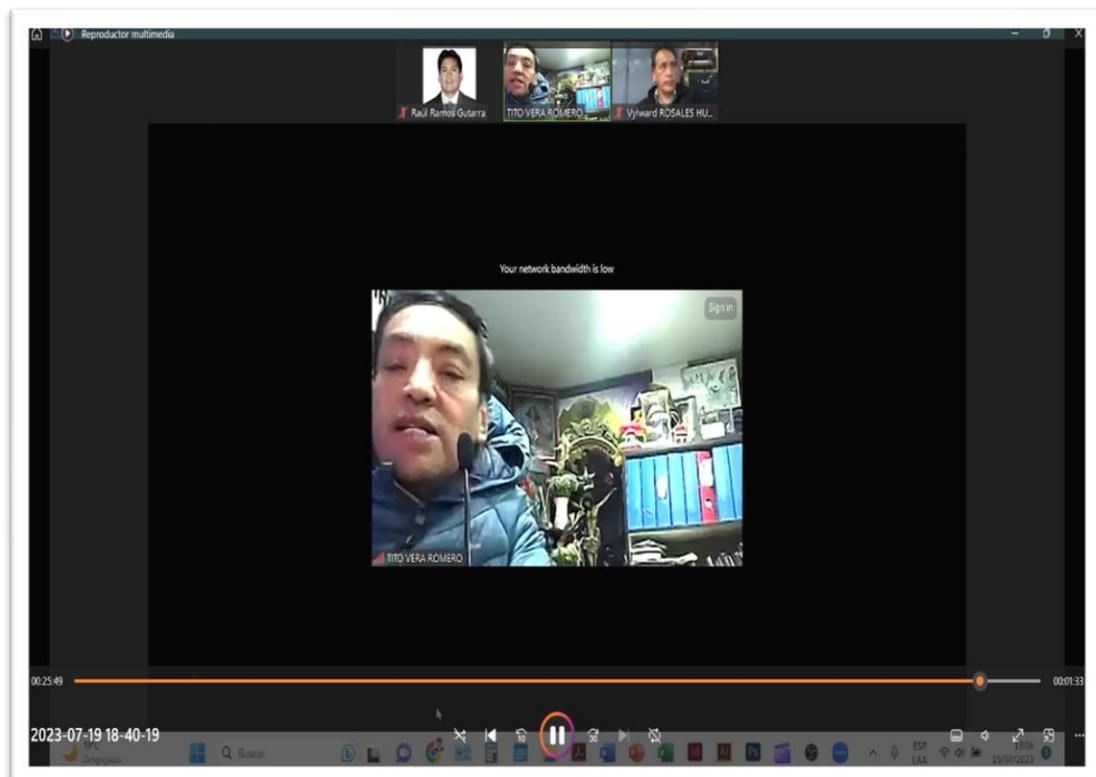
Profesor: ¿Si tuvieras que priorizar el cuidado del medio ambiente en Cerro de Pasco durante el 2021 de la lista cual sería el orden y el por qué: ¿cuidado del agua, del aire y suelo?

Entrevistado: Creo que los dos podrían ser. Sin dejar de lado el tercero que se ha mencionado. El aire porque hay polución, los vehículos que circulan por las calles principales aquí en el distrito de Yanacancha llegan sobrecarga. A veces se caen esos residuos minerales y generan polvo. Ahora tenemos relaves mineros que con la lluvia sube a la atmósfera y se produce una contaminación o respiramos un aire que no es limpio. Ya en la ciudad de Cerro de Pasco existe la dificultad porque se respira 300 gramos de oxígeno cuando es 600. Hay que agregarle la contaminación del aire por la actividad minera. El otro es el agua. Se ha hablado de un componente integral del sistema de agua potable. Se mencionó una inauguración con bombos y platillos. Se mintió a la ciudadanía que ya se solucionaba, pero vinieron con pulgas de agua. Laguna Atacocha abrió sus compuertas, hubo problemas porque no era lo que habían prometido. Se necesita un presupuesto para este componente final de la red secundaria y primarias y que pudiéramos tener durante todo el día, pero lo que le dije inicialmente metales pesados. Es un agua que no es apta para el consumo humano. Por más que hace el esfuerzo de echarle químicos, de poder clorificarlo, pero el agua sigue siendo casi perjudicial para la salud. No hay un laboratorio. Eso es competencia de los

ministerios encargados para tener un líquido elemento que sea apto para el consumo humano. Me quedaría con esos dos puntos. Que trabajemos en el cuidado del medio ambiente, que el aire pueda ser limpio y el agua clorificarlo. Que se acaben todos estos componentes para tener un sistema verdaderamente integral de agua potable en la ciudad de Cerro de Pasco.

Profesor: Alex, agradecerte por tu tiempo, espacio y predisposición.

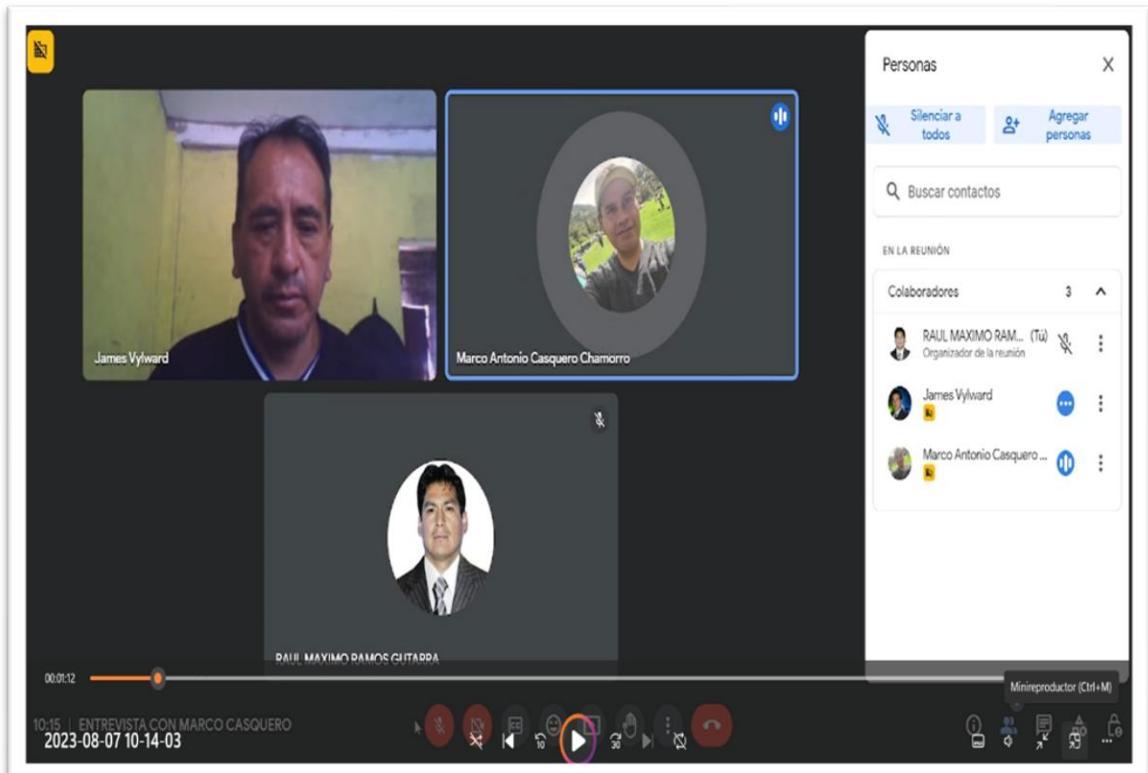
FOTOS DE LA GRABACIÓN DE LAS ENTREVISTAS A LOS DUEÑOS DE LAS RADIOS EN CERRO DE PASCO



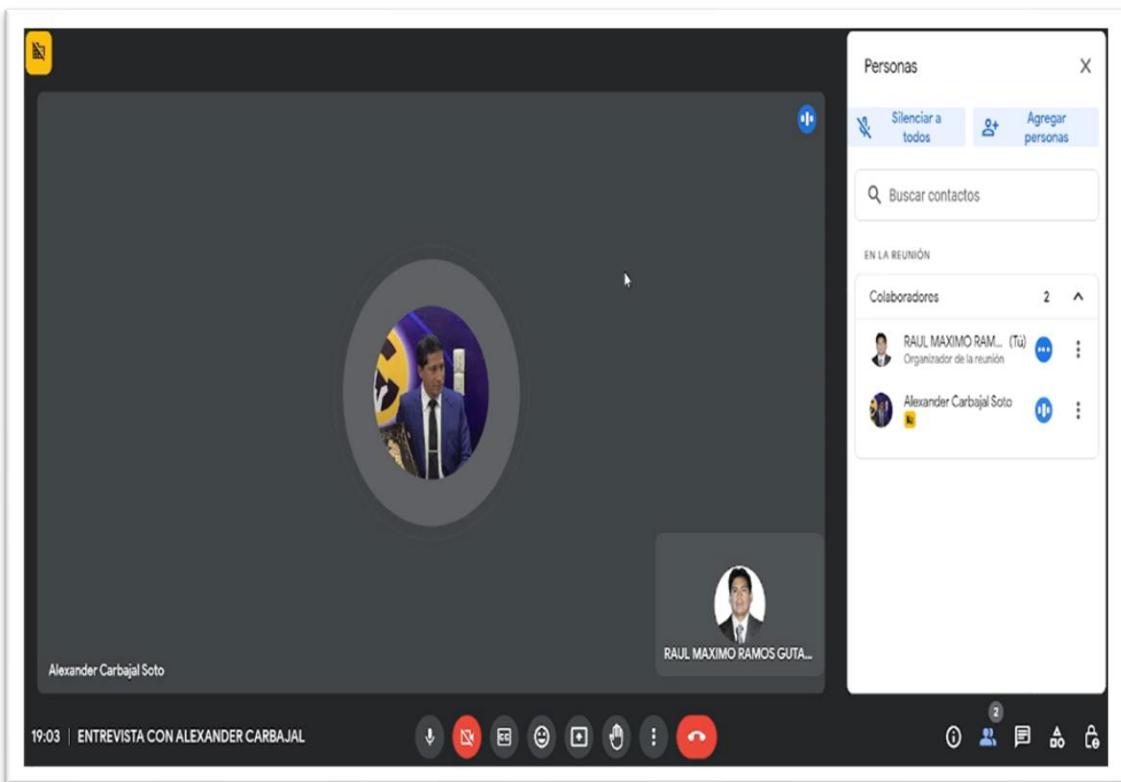
Entrevista al dueño de Radio Corporación: Sr. Remy Vera Aguilar



Entrevista al dueño de Radio Altura: Sr. Karim De la Cruz



Entrevista al dueño de Radio Activa: Sr. Marco Casquero



Entrevista al dueño de Radio Cumbre: Sr. Alexander Carbajal Soto

ESTACIONES AUTORIZADAS DE RADIODIFUSION SONORA A NIVEL NACIONAL

**DEPARTAMENTO : PASCO
Provincia : PASCO**

Ejecutado: 06/05/2022 07:42 PM Estaciones Autorizadas de Radiodifusión Dirección General de Autorizaciones en Telecomunicaciones

Banda	Razón Social	Frecuencia	Planta	Departamento	Provincia	Distrito
		Potencia	Estudios	Departamento	Provincia	Distrito
OM	CHARRY AYSANOA PEDRO AMILCAR	680 KHz 5 KW	CERRO LEON GASHA PASAJE JAUJA Nº 106	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA
OM	RED DE MEDIOS PERU E.I.R.L.	750 KHz 10 KW	ZONA LEON GASHA PLAZUELA GAMANIEL BLANCO Nº 127	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA
OM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	880 KHz 5 KW	COOPERATIVA COMUNAL PUCAYACO ZONA CRUZ PUNTA CALLE LIMA Nº 350 (CRUZE CON CALLE TARMA)	PASCO	PASCO	YANACANCHA CHAUPIMARCA
OM	RADIO Y TELEVISION ORO STEREO E.I.R.L.	990 KHz 1 KW	CERRO PUMACANCHANA JR. DANIEL ALCIDES CARRION Nº 250	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
OM	RADIO MINERIA DE CERRO DE PASCO E.I.R.L.	1080 KHz 5 KW	CERRO ALGAYHUACHANAN JR. BOLOGNESI Nº 225	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
OM	ALVAREZ GUZMAN MARIA LUISA	1150 KHz 1 KW	CERRO POMACANCHANA JIRÓN SAN MARTIN, MZ. E, LOTE 7	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
OM	RED DE MEDIOS PERU E.I.R.L.	1370 KHz 5 KW	ZONA LEON GASHA PLAZUELA GAMANIEL BLANCO Nº 127, 3ER PISO	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
OM	ESPINOZA CAMPOS CARMEN DEL ROSARIO	1450 KHz 1 KW	ALTURA CARRETERA CENTRAL KM. 288 COMUNIDAD CAMPESINA SAMAR ROSA AV. TUPAC AMARU Nº 1066 - COLQUIJIRCA	PASCO	PASCO	TINYAHUARCO TINYAHUARCO
OM	RADIO TV LS ESTACION SOLAR E.I.R.L.	1520 KHz 1 KW	CERRO TAHUANTINSUYO AV. SIMON BOLIVAR Nº 410, SAN JUAN	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA YANACANCHA
OM	RADIO CORPORACION S.A.	1540 KHz 300 W	PISCO N?180 PASCO. SAN CRISTOBAL Nº7340 CERRO DE PASCO.	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
OCT	RADIO MINERIA DE CERRO DE PASCO E.I.R.L.	3260 KHz 5 KW	CERRO ALGAYHUACHANAN (CERRO ULIACHIN) JR. BOLOGNESI Nº 225	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
OCI	RADIO CORPORACION S.A.	6170 KHz 350 W	PISCO N?180 PASCO. SAN CRISTOBAL Nº7340 CERRO DE PASCO.	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	PERUANA DE RADIODIFUSION S.R.L.	88.3 MHz 500 W	JR. 28 DE JULIO MZ. V, LOTE 71, PP.JJ. - ULIACHIN CERRO ALGAYHUACHANAN (CERRO ULIACHIN)	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	REMENTERIA MELENDRES ALEX TEODOLFO	88.7 MHz 500 W	CARRERETA CENTRAL MZ D LOTE 15- SAN JUAN C.P HUALLAMAYO CARRETERA CENTRAL MZ D LOTE 15 SAN JUAN C. P HUALLAMAYO	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	ASOCIACION DE COMUNICACIONES DE RADIO Y TELEVISION PASCO	88.9 MHz 500 W	CERRO ULIACHIN CERRO ULIACHIN	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	89.3 MHz 100 W	AV. TUPAC AMARU Nº 711 - COLQUIJIRCA AV. JOSE FERREYRA GARCIA Nº 721	PASCO	PASCO	TINYAHUARCO TINYAHUARCO
FM	TRUJILLO VARGAS, LIBERATO PEDRO	89.5 MHz 500 W	FALDAS DEL CERRO PICHUPATA AV. RICARDO DE LA JARA S/N	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO TV LS ESTACION SOLAR E.I.R.L.	89.7 MHz 1 KW	CERRO TAHUANTINSUYO AV. SIMON BOLIVAR Nº 410	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA YANACANCHA
FM	GRUPO RPP S.A.C.	90.3 MHz 1 KW	ZONA RURAL LEON GASHA AV. PASEO DE LA REPUBLICA Nº 3866	PASCO	LIMA	CHAUPIMARCA SAN ISIDRO
FM	BACILIO VÁSQUEZ LUIS ENRIQUE	90.3 MHz 250 W	SECTOR SICSIPIATA-PAUCARTAMBO SECTOR SICSIPIATA-PAUCARTAMBO	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	90.7 MHz 100 W	PROLONGACION JR. JOSE FERREYRA CC. SAN MIGUEL DE PALLANCHACRA CALLE 14 DE OCTUBRE Nº 118	PASCO	PASCO	PALLANCHACRA PALLANCHACRA
FM	RADIODIFUSORA ANTENA 2000 E.I.R.L.	90.9 MHz 250 W	PASAJE PEDRO CABALLERO Y LIRA Nº 144 - CERRO LIMA PASAJE PEDRO CABALLERO Y LIRA Nº 144 - CERRO DE PASCO	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	GOMEZ CARBAJAL JORGE WALTER	91.1 MHz 100 W	CERRO CHINCHO JR. PROGRESO Nº 1148	PASCO	PASCO	HUARIACA HUARIACA
FM	SUAREZ MINAYA PERCY HUGO	91.1 MHz 500 W	CERRO PICHUPATA JR. 2 DE MAYO S/N	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIODIFUSORA SUPERIOR E.I.R.L.	91.5 MHz 1 KW	AV. EL MINERO Nº 386, SAN JUAN AV. EL MINERO Nº 386, SAN JUAN	PASCO	PASCO	YANACANCHA YANACANCHA
FM	ASOCIACION CULTURAL BETHEL	91.9 MHz 50 W	SECTOR MULIACO, MANZANA G, LOTE 17 AV. 28 DE JULIO Nº 1781	PASCO	PASCO	HUARIACA LA VICTORIA
FM	RADIODIFUSORA ARMONIA R.C. E.I.R.L.	92.1 MHz 500 W	JR. LIMA 317, 3º PISO JR. HUANCABELICA Nº 174 - INTERIOR B	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	AGUSTIN CRISTOBAL DAVID	92.5 MHz 250 W	ZONA DENOMINADA MULAPOZO JR. HUARAL S/N, CDR. 4	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	JANAMPA ESPINOZA ELFFER	92.7 MHz 250 W	CERRO CRUZ PATA JR. RAMON CASTILLA Nº 240	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO TV. ALTURA S.R.L.	93.3 MHz 250 W	CERRO ANTENAPATA - (CERRO CRUZPATA) CERRO ANTENAPATA - (CERRO CRUZPATA)	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	ALVAREZ GUZMAN MARIA LUISA	93.3 MHz 250 W	JR. SAN MARTIN S/N, MZ E - LOTE 07	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	VERA AGUILAR ABEL ALCIDES	93.3 MHz 100 W	ANEXO ALTO CP TICLACAYAN ANEXO ALTO CP TICLACAYAN	PASCO	PASCO	TICLACAYAN TICLACAYAN
FM	EMISORAS PERUANAS DIVERSAS S.A.C.	93.7 MHz 500 W	CERRO ULIACHIN CALLE JUSTO PASTOR DAVILA Nº 197	PASCO	LIMA	CHAUPIMARCA CHORRILLOS

DEPARTAMENTO : PASCO
Provincia : PASCO

ESTACIONES AUTORIZADAS DE RADIODIFUSION SONORA A NIVEL NACIONAL

Banda	Razon Social	Frecuencia	Planta	Departamento	Provincia	Distrito
		Potencia	Estudios	Departamento	Provincia	Distrito
FM	HUAMANI ROJAS WILLIAMS ELISEO	93.9 MHz 100 W	SECTOR CHIPI CHIPI SECTOR CHIPI CHIPI	PASCO	PASCO	HUACHON HUACHON
FM	MEDIOS CONTENIDOS Y BROADCASTING E.I.R.L.	94.1 MHz 500 W	CERRO COLUMNA CERRO COLUMNA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	PEREZ SOLORZANO JUAN CARLOS	94.1 MHz 130 W	JR. CHANCAY N° 111, BARRIO CENTRO, SECTOR 4, MZ. H, LT 01	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	EMISORAS PERUANAS DIVERSAS S.A.C.	94.5 MHz 500 W	CERRO ULIACHIN CALLE JUSTO PASTOR DAVILA N° 197	PASCO LIMA	PASCO LIMA	CHAUPIMARCA CHORRILLOS
FM	AQUINO ZACIGA MARCOS ABELARDO	94.7 MHz 100 W	LOMA LOS ANGELES LOMA LOS ANGELES	PASCO	PASCO	HUACHON HUACHON
FM	MEDIOS CONTENIDOS Y BROADCASTING E.I.R.L.	94.9 MHz 500 W	CERRO COLUMNA CERRO COLUMNA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	EMPRESA CRISTIANA DE COMUNICACIONES ADONAI "RADIO ADONAI" E.I.R.L.	95.3 MHz 250 W	AV. CIRCUNVALACION ARENALES N° 115 CIRCUNVALACION ARENALES N° 329	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	JOAQUIN TOMAS JOSE LUIS	95.5 MHz 100 W	SECTOR CHIPI CHIPI SECTOR CHIPI CHIPI	PASCO	PASCO	HUACHON HUACHON
FM	RADIO TV LS ESTACION SOLAR E.I.R.L.	95.7 MHz 250 W	LOMA SAN CRISTOBAL S/N LOMA SAN CRISTOBAL S/N	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	PEREZ SOLORZANO JUAN CARLOS	95.7 MHz 250 W	CERRO PICHIUPATA CERRO PICHIUPATA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	VERA ROMERO TITO	96.1 MHz 1 KW	JR. HUAMACHUCO N° 214 JR. HUAMACHUCO N° 214	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	96.5 MHz 250 W	CERRO PUMACANCHA CERRO PUMACANCHAS	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	RADIO CORPORACION S.A.	96.5 MHz 500 W	CERRO PICHIUPATA CERRO PICHIUPATA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO PANAMERICANA S.A.	96.9 MHz 500 W	JR. HUAMACHUCO N° 214-4TO. PISO PASEO PARODI 340, SAN ISIDRO.	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA SAN ISIDRO
FM	VERA AGUILAR ABEL ALCIDES	97.1 MHz 100 W	JR. MARISCAL CASTILLA S/N CP NINACACA BARRIO RECUAY	PASCO	PASCO	NINACACA NINACACA
FM	RADIO TV LS ESTACION SOLAR E.I.R.L.	97.3 MHz 250 W	LOMA ANTENA PATA LOMA ANTENA PATA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	PAJUELO INZA FLORENCE ABAD	97.3 MHz 250 W	SECTOR CUZO JR. BOLOGNESI S/N	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TICLACAYAN	97.3 MHz 100 W	FALDAS DEL CERRO PARATAY PLAZA PRINCIPAL S/N	PASCO	PASCO	TICLACAYAN TICLACAYAN
FM	RED DE MEDIOS PERU E.I.R.L.	97.7 MHz 1 KW	ZONA LEON GASHA PLAZUELA GAMANIEL BLANCO N° 127, 2DO PISO (EX PIJARMAN N° 127)	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	RADIO LA KARIBEÑA S.A.C.	98.5 MHz 1 KW	CERRO RICA CERREÑA, AA. HH. JOSE C. AV. GUARDIA CIVIL N° 674 URB. LA CAMPINA	PASCO LIMA	PASCO LIMA	SIMON BOLIVAR LIMA
FM	NAVARRO MONTEAGUDO CARMEN CECILIA	98.9 MHz 500 W	CERRO COLUMNA CERRO COLUMNA	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO Y TELEVISION ORO STEREO E.I.R.L.	98.9 MHz 125 W	CERRO PUMACANCHAS JR. DANIEL ALCIDES CARRION N° 250	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - INTI	99.3 MHz 1 KW	CERRO PUCAYACU AV. PETIT THOUARS N° 447 URB. SANTA BEATRIZ	PASCO	PASCO	YANACANCHA LIMA
FM	ESPINOZA CARHUAMACA RODRIGO CESAR	99.5 MHz 100 W	JR. PASCO S/N JR. PASCO S/N	PASCO	PASCO	NINACACA NINACACA
FM	SANTOS TEMPLADERA EGIDIA	99.7 MHz 250 W	JR. SAN MARTIN S/N, BARRIO HUALGAYGAGA JR. SAN MARTIN S/N	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	YMBERTIS OMBONE ANA	99.7 MHz 100 W	JR. LEONCIO PRADO N° 301 JR. LEONCIO PRADO N° 301	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO FRECUENCIA 1 EMPRESA DE RADIODIFUSION CONVERSION CHACA E.I.R.L.	100.1 MHz 1 KW	PEDRO CABALLERO Y LIRA N°?376 CERRO DE PASCO PEDRO CABALLERO Y LIRA N°?376 CERRO DE PASCO	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	LIZARME VARGAS BLADIMIR	100.5 MHz 500 W	CERRO FILA DEL ANDEN JIRON LEONCIO PRADO S/N	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO Y TELEVISION ORO STEREO E.I.R.L.	100.5 MHz 250 W	JR. DANIEL ALCIDES CARRION N° 250 JR. DANIEL ALCIDES CARRION N° 250	PASCO	PASCO	HUAYLLAY HUAYLLAY
FM	RADIO SUDAMERICA E.I.R.L.	100.9 MHz 1 KW	JR. PEDRO CABALLERO Y LIRA S/N JR. PEDRO CABALLERO Y LIRA S/N	PASCO	PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	101.1 MHz 100 W	SECTOR NINACACA ALTA SECTOR NINACACA ALTA	PASCO	PASCO	NINACACA NINACACA
FM	ROJAS GARCIA VICTOR AURELIO	101.1 MHz 250 W	CERRO CRUZPATA AV. CERRO DE PASCO S/N	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	GRUPORPP S.A.C.	101.5 MHz 1 KW	ZONA RURAL LEON GASHA AV. PASEO DE LA REPUBLICA N° 3866	PASCO LIMA	PASCO LIMA	CHAUPIMARCA SAN ISIDRO
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	101.9 MHz 500 W	CERRO HUAGAYCHAN JR. 2 DE MAYO N°257	PASCO	PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO

ESTACIONES AUTORIZADAS DE RADIODIFUSION SONORA A NIVEL NACIONAL

DEPARTAMENTO : PASCO
Provincia : PASCO

Banda	Razón Social	Frecuencia Potencia	Planta Estudios	Departamento Departamento	Provincia Provincia	Distrito Distrito
FM	TICSE OSORIO MIGUEL ANGEL	102.1 MHz 100 W	AV. JOSE FERREYRA GARCIA N° 998, TENTRO POBLADO COLQUIJIRCA AV. JOSÉ FERREYRA GARCÍA N° 998, COLQUIJIRCA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	TINYAHUARCO TINYAHUARCO
FM	RADIO TV LS ESTACION SOLAR E.I.R.L.	102.3 MHz 100 W	LOMA DE ACOBAMBA LOMA DE ACOBAMBA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	HUARIACA HUARIACA
FM	ARAUJO NUÑEZ VICENTE JUAN	102.7 MHz 250 W	ANEXO SAN JUAN, CENTRO POBLADO HUALLAMAYO ANEXO SAN JUAN, CENTRO POBLADO HUALLAMAYO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	CARBAJAL SOTO GERSON ELOY	103.1 MHz 500 W	COOPERATIVA COMUNAL PUCAYACU ZONA CRUZ PUNTA CALLE LIMA N°350 (CRUZE CON CALLE TARMA)	PASCO PASCO	PASCO PASCO	YANACANCHA CHAUPIMARCA
FM	HUAYANAY TRUJILLO MABEL SEYDA	103.3 MHz 100 W	CERRO PALLANCHACRAPATA CERRO PALLANCHACRAPATA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PALLANCHACRA PALLANCHACRA
FM	CABEZAS MEZA MAYCOL RALP	103.5 MHz 500 W	SECTOR CUSHITAMBO SECTOR CUSHITAMBO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	EMPRESA NOR DE RADIO Y TELEVISION E.I.R.L.	103.9 MHz 1 KW	JR. SAN CRISTOBAL N° 304, 5TO PISO JR. HUAMACHUCO N° 214, PISO 4	PASCO PASCO	PASCO PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	MENDEZ COLONIO TANIA	104.3 MHz 500 W	SECTOR CACARA SECTOR CACARA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO STAR S.A.	104.9 MHz 1 KW	JR. SAN CRISTOBAL N° 279 JR. SAN CRISTOBAL N° 279	PASCO PASCO	PASCO PASCO	CHAUPIMARCA CHAUPIMARCA
FM	LAVADO SOTO FELIX TEODULO	105.1 MHz 500 W	CERRO SILLAPATA YARHUA CALLE SAN MARTIN 148	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO LA EXITOSA S.A.C.	105.5 MHz 1 KW	CERRO RICA CERREÑA, AA.HH. JOSE C MAREATEGUI HR. HUAMACHUCO N° 214, 4TO PISO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	SIMON BOLIVAR CHAUPIMARCA
FM	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PALLANCHACRA	105.7 MHz 100 W	CERRO PALLANCHACRAPATA CERRO PALLANCHACRAPATA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PALLANCHACRA PALLANCHACRA
FM	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PAUCARTAMBO	105.9 MHz 250 W	SECTOR SICSIPIATA- PAUCARTAMBO SECTOR SICSIPIATA- PAUCARTAMBO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	RADIO DIFUSORA SOLAR E.I.R.L.	106.1 MHz 1 KW	CERRO ULIACHIN AV. DANIEL ALCIDES CARRION NRO 102-A, SAN JUAN PAMPA	PASCO PASCO	PASCO PASCO	CHAUPIMARCA YANACANCHA
FM	ILDEFONSO CUENLO WILLIAM	106.3 MHz 100 W	FALDAS DEL CERRO COCHATUPE AV. HUALLAGA N° 752	PASCO PASCO	PASCO PASCO	HUARIACA HUARIACA
FM	FABIAN CUBA WILE ALEX	106.5 MHz 500 W	CERRO HUAGAYCHAN CERRO HUAGAYCHAN	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	HUAYANAY TRUJILLO MABEL SEYDA	107.1 MHz 500 W	CERRO COLUMNAS PASCO CERRO COLUMNAS PASCO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO
FM	PEREYRA ZORRILLA MANUEL NAHUM	107.1 MHz 100 W	AV. CERRO DE PASCO N°1490 AV. CERRO DE PASCO N°1490	PASCO PASCO	PASCO PASCO	VICCO VICCO
FM	NAVARRO MONTEAGUDO SANDRO TOMAS	107.1 MHz 100 W	FALDAS DEL CERRO COCHATUPE FALDAS DEL CERRO COCHATUPE	PASCO PASCO	PASCO PASCO	HUARIACA HUARIACA
FM	RADIO LA KARIBEÑA S.A.C.	107.3 MHz 1 KW	CERRO RICA CERREÑA, AA. HH. JOSE C. MARIATEGUI CERRO RICA CERREÑA, AA.HH. JOSE C. MARIATEGU	PASCO PASCO	PASCO PASCO	SIMON BOLIVAR SIMON BOLIVAR
FM	NOLASCO RAYMUNDO LUIS ENRIQUE	107.7 MHz 500 W	CERRO COLUMNAS PASCO CERRO COLUMNAS PASCO	PASCO PASCO	PASCO PASCO	PAUCARTAMBO PAUCARTAMBO

Total estaciones por Provincia

88

Total estaciones por Departamento

201