



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

**TESIS**

**ENFOQUE DE LAS COMUNICADORAS Y COMUNICADORES  
EN LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL CAMBIO  
CLIMÁTICO EN CUSCO - PERÚ**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

**AUTORA:**

Br. LILIANA NORCA FLOREZ MAYTA

**ASESOR:**

Mg. JESÚS JOSÉ SOLIS MORA

**CÓDIGO ORCID:** 000-0002-9796-2630

**CUSCO – PERÚ**

**2025**



# Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

## INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el **Asesor** Jesús José Solis Mora, quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: **“ENFOQUE DE LAS COMUNICADORAS Y COMUNICADORES EN LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN CUSCO – PERÚ”**

Presentado por: Liliana Norca Florez Mayta DNI N° 44340157

Para optar el título Profesional/Grado Académico de Maestro en Antropología Social, Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

### Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 15 de abril de 2026

.....  
Firma

Post firma. Jesús José Solis Mora

Nro. de DNI 23804627

ORCID del Asesor: 000-0002-9796-2630

#### Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:578916804

# TESIS DE MAESTRIA FINAL 14 DE ABRIL 2026.pdf

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

---

## Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:578916804

Fecha de entrega

15 abr 2026, 11:10 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

15 abr 2026, 11:27 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS DE MAESTRIA FINAL 14 DE ABRIL 2026.pdf

Tamaño del archivo

1.7 MB

141 páginas

36.757 palabras

210.267 caracteres




# 10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Fuentes de Internet

## Fuentes principales

- 0%  Fuentes de Internet
- 6%  Publicaciones
- 9%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. TITO LIVIO PAREDES GORDON, Director (e) de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **ENFOQUE DE LAS COMUNICADORAS Y COMUNICADORES EN LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN CUSCO – PERÚ** de la Br. LILIANA NORCA FLOREZ MAYTA. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **NUEVE DE OCTUBRE DE 2025**.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL.

Cusco, 12/12/25



DR. FLAVIO SALAS OBREGÓN  
Primer Replicante



DR. EDWARD WILLIAM PINO TICONA  
Segundo Replicante



DR. MARIO MORVEL SALAS  
Primer Dictaminante



DR. RICHARD SUAREZ SÁNCHEZ  
Segundo Dictaminante

## **Agradecimientos**

Agradezco a mi querida Universidad por brindarla la oportunidad el apoyo para sumergirme en el fascinante mundo de la investigación con propósito, orientada de la plena realización del ser humano y la expansión de su consciencia del amor y respeto hacia la madre tierra.

A mi asesor que me apoyo con diligencia y amabilidad y me permitió ver desde su óptica el mundo de la investigación.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de investigación a mi mami y a mi papi que siempre me apoyan incondicionalmente. ¡Los amo!

A mis sobrinas, que siempre me enseñan el arte de vivir plenamente.

También dedico esta tesis a mi brillante grupo de Coescuchas que me apoyaron durante el proceso de realización de la tesis.

Además, dedico este trabajo de investigación a todas las personas que tienen la esperanza de vivir en un mundo mejor y más humano, donde las personas estemos en sintonía con el medio ambiente y ¡disfrutando de nuestras vidas!

## Indice General

Portada.....	1
Agradecimientos.....	2
Dedicatoria .....	3
Indice General.....	4
Indice de Tablas.....	7
Indice de Figuras.....	7
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>12</b>
1.1. Situación Problemática .....	12
1.2. Formulación del Problema .....	14
1.2.1. Problema General .....	14
1.2.2. Problemas Específicos .....	14
1.3. Justificación de la Investigación.....	14
1.4. Objetivos de la Investigación .....	15
1.4.1. Objetivo General .....	15
1.4.2. Objetivos Específicos .....	15
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....</b>	<b>17</b>
2.1. Bases Teóricas .....	17

2.1.1. Teorías de la Comunicación Aplicadas al Cambio Climático .....	17
2.1.1.1. Teoría del Encuadre (Framing).....	17
2.1.1.2. Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CpD) .....	19
2.1.1.3. Teoría de la Agenda Setting .....	21
2.1.1.4. Perspectivas Antropológicas y Ontológicas del Cuidado Ambiental.....	24
2.1.2. El Cambio Climático: Marco Conceptual y Contexto Peruano/Regional .....	26
2.1.2.1. Definición y Concepto de Cambio Climático .....	27
1.1.4. La Mujer Periodista: Desafíos y oportunidades en la comunicación ambiental	
33	
2.2. Marco Conceptual.....	37
2.3. Antecedentes Empíricos De La Investigación .....	39
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	49
3.1. Hipótesis .....	49
3.1.1. Hipótesis General .....	49
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	49
3.2. Identificación de Variables e Indicadores .....	49
3.3. Operacionalización de Variables .....	49
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....	52
4.1. Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica .....	52
4.1.1. Localización y Contexto Geográfico .....	52
4.1.2. Cusco y el Tema Medio Ambiental la superficie de tierras de cultivo destruidas por desastres es de 7816 (INDECI 2021).....	54
4.2. Tipo y Nivel de Investigación.....	56

4.2.1. Enfoque de Investigación .....	56
4.2.2. Tipo de Investigación.....	56
4.2.3. Nivel de Investigación.....	57
4.2.4. Diseño de Investigación.....	57
4.3. Unidad de Análisis.....	59
4.4. Población de Estudio.....	59
4.5. Tamaño de la Muestra .....	59
4.6. Técnicas de Selección de la Muestra .....	59
4.7. Técnicas de Recolección de Información .....	59
4.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Muestra.....	59
4.9. Técnicas para Demostrar la Verdad o la Falsedad de las Hipótesis Planteadas .....	59
CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	60
5.1. Procesamiento Análisis Interpretación y Discusión de Resultados .....	60
5.2. Conciencia Climática.....	60
5.3. Compromiso Medio Ambiental .....	67
5.4. Comunicadores Ambientales y las Redes .....	81
5.5. Periodismo Cusqueño .....	94
5.6. Labor Comunicativa, Roles de Género y familia.....	114
5.6.1. Sexismo y Discriminación.....	114
5.7. Factor Económico .....	117
5.7.1. Publicidad.....	117
5.7.2. Periodismo Labor Social y no Lucrativa.....	119

5.8. Pruebas de Hipótesis .....	122
CONCLUSIONES.....	124
RECOMENDACIONES .....	125
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	126
Anexos .....	132
a. Matriz de consistencia.....	132
b. Instrumentos de recolección de información .....	133
c. Tablas .....	138
d. Medios de verificación.....	139

#### **Índice de Tablas**

<b>Tabla 1.</b> Matriz de operacionalización de variables .....	50
<b>Tabla 2.</b> Categorías halladas .....	138

#### **Índice de Figuras**

<b>Figura 1.</b> Objetivos de la estrategia Nacional de Cambio climático .....	28
<b>Figura 2.</b> Estrategia Regional priorizada ante el cambio climático en la Región Cusco.....	30
<b>Figura 3.</b> Noticia publicada en portal nacional “El Comercio” .....	32
<b>Figura 4.</b> Desarrollo de noticia publicada en el diario “El comercio” .....	32
<b>Figura 5.</b> Igualdad Sustantiva .....	35
<b>Figura 6.</b> Superficie Territorial de la Region de Cusco .....	52
<b>Figura 7.</b> Evolución de la población censada rural en Cusco .....	53
<b>Figura 8.</b> Evolución de la población censada urbana en Cusco .....	54
<b>Figura 9.</b> Municipalidades y acciones para incentivar la conservación Ambiental ...	55

<b>Figura 10.</b> Destino final de residuos sólidos por municipios .....	56
<b>Figura 11.</b> Guion Radial Programa Agenda 2023 .....	69
<b>Figura 12.</b> Miembros de la Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco.....	82
<b>Figura 13.</b> Fotografía de Integrantes del CORECC.....	85
<b>Figura 14.</b> Fotografía clausura del Interclima Regional 2023 .....	87
<b>Figura 15.</b> Guión Radial programa “Rimayninchis Nuestras Voces” .....	105

## Resumen

Las investigaciones sobre los comunicadores y su posición sobre el cambio climático, son de vital importancia para aportar en la adaptación y mitigación al cambio climático, razón para la realización de este estudio, el cual, se desarrolló en la ciudad de Cusco, con el objetivo de interpretar el discurso de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático en sus programas de televisión y radio. Para el análisis se trabajó con el enfoque cualitativo. El tipo de investigación fue teórica, de nivel explicativo, y el diseño fue de teoría fundamentada. Se tomó como unidad de análisis a la Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco, de la cual se entrevistó a 9 comunicadoras y comunicadores que lideran la red. Las capacitaciones sobre cambio climático que las comunicadoras y comunicadores recibieron influyeron en la sensibilización y la toma de conciencia sobre el tema climático y medio ambiental en los integrantes de la Red, siendo las comunicadoras mujeres quienes presentaron un mayor compromiso con el tema climático. El periodismo especializado en cambio climático y medio ambiente no es rentable en el Cusco, por lo que los contenidos que se emiten son superficiales y sus fuentes informativas solo abarcan la ciudad del cusco. La radio es el medio más usado siendo el uso de los medios digitales todavía un reto.

**Palabras Clave:** Periodismo ambiental, Comunicación para el Desarrollo, Empoderamiento femenino, Cambio climático, Cusco.

### **Abstract**

Research on communicators and their stance on climate change is vital for contributing to climate change adaptation and mitigation. This is the reason for conducting this study, which was carried out in the city of Cusco, with the objective of interpreting the discourse of communicators on climate change in their television and radio programs. A qualitative approach was used for the analysis. The research was theoretical, explanatory in nature, and employed a grounded theory design. The unit of analysis was the Cusco Network of Environmental Communicators, from which nine communicators who lead the network were interviewed. The climate change training that the communicators received influenced their awareness and understanding of climate and environmental issues, with female communicators demonstrating a greater commitment to climate change. Journalism specializing in climate change and the environment is not profitable in Cusco, so the content broadcast is superficial and its sources are limited to the city of Cusco. Radio is the most widely used medium, while the use of digital media remains a challenge.

**Keywords:** Environmental journalism, Communication for Development, Women's empowerment, Climate change, Cusco.

## Introducción

El clima está cambiando y necesitamos tomar acciones para adaptarnos y mitigar los efectos del cambio climático, en este proceso las comunicadoras y comunicadores son aliadas y aliados clave para poder accionar de forma oportuna, a través de la sensibilización y toma de conciencia de las autoridades y de la población. Shanahan un destacado investigador que ha realizado por años seguimiento a la relación del cambio climático con los medios de comunicación, nos habla sobre las soluciones que podemos darle al tema climático centrándonos en difundir información sobre la adaptación, mitigación, y las políticas que se llevarán a cabo para confrontarlo. "El discurso sobre el cambio climático necesita cambiar de lo catastrófico a las soluciones y a las políticas a llevarse a cabo para enfrentarlo" (2016, p. 117). Se pueden hacer grandes cambios, y uno de ellos es visibilizar la ruta a seguir para el accionar de las comunicadoras y comunicadores frente al cambio climático en la ciudad del Cusco.

La investigación Interpretó el enfoque de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático en sus programas de radio y televisión. Así mismo, explicó el contenido de los discursos de los comunicadores sobre el cambio climático, analizo los aportes de la visión de las mujeres en la emisión de información sobre el cambio climático. La metodología utilizada es el enfoque cualitativo, el tipo de investigación es básica, de nivel descriptivo explicativo y su diseño es la teoría fundamentada.

Asimismo, el estudio permitio conocer el caso particular de la primera Red de comunicadores ambientalistas del Cusco.

## CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Situación Problemática

En Cusco, las comunicadoras y comunicadores enfrentan diversas dificultades para emitir información sobre el cambio climático de manera efectiva. Factores económicos, limitan la independencia editorial y restringen la profundidad del tratamiento del tema en los medios de comunicación. Además, el escaso interés de los medios convencionales en el periodismo ambiental reduce los espacios dedicados a la cobertura climática, lo que dificulta la sensibilización de la población sobre esta problemática.

A nivel nacional, el periodismo ambiental también enfrenta obstáculos significativos. La cobertura sobre cambio climático es limitada y, en muchos casos, depende de coyunturas específicas, como desastres naturales o conferencias internacionales. La falta de especialización de los periodistas en temas ambientales y la influencia de intereses económicos en los medios de comunicación restringen la difusión de información crítica sobre la crisis climática. Asimismo, la precarización laboral en el sector periodístico limita la posibilidad de realizar investigaciones en profundidad sobre los impactos ambientales y las políticas climáticas en el país.

En el contexto internacional, el periodismo ambiental ha cobrado mayor relevancia debido al avance del cambio climático y sus efectos cada vez más evidentes. Organismos como la ONU y redes de periodistas ambientales han promovido la necesidad de una cobertura rigurosa y constante del tema. Sin embargo, en muchas regiones, los periodistas que investigan temas ambientales enfrentan censura, amenazas e incluso violencia, especialmente cuando denuncian actividades de industrias extractivas o la deforestación. La desigualdad en el acceso a la información y los recursos para la investigación periodística siguen siendo un desafío en países en desarrollo como el nuestro, lo que limita la visibilidad de los impactos locales del cambio climático en el escenario global.

En Cusco, además de las dificultades económicas y estructurales, las condiciones laborales adversas y la discriminación de género afectan el ejercicio periodístico,

especialmente para las comunicadoras mujeres, quienes enfrentan desigualdad salarial, sexismo y discriminación étnico racial en los espacios periodísticos. A pesar de su alto compromiso con la comunicación ambiental, estas barreras restringen su participación en la difusión de información climática y su capacidad para influir en la agenda pública.

Frente a estas dificultades, la radio se ha consolidado como el medio más utilizado para la difusión del cambio climático en Cusco, debido a su accesibilidad y su impacto en comunidades rurales y quechuas. Sin embargo, la falta de apoyo institucional y de inversión en periodismo ambiental limita la diversificación de formatos y estrategias de comunicación, lo que reduce las oportunidades para sensibilizar a la población sobre la crisis climática y sus efectos en la región.

A pesar de estos desafíos, las comunicadoras y comunicadores que integran redes y colectivos ambientales han demostrado un fuerte compromiso con la difusión del cambio climático, buscando alternativas para visibilizar la problemática a través de medios independientes y estrategias de comunicación popular. En este sentido, las comunicadoras mujeres han asumido un rol clave en la promoción de un discurso ambiental inclusivo, superando barreras económicas y generando espacios de incidencia que fortalecen la conciencia y la acción climática en la región.

En este sentido, si se fortalecen redes de comunicadores ambientales y se consolidan medios independientes con enfoques innovadores, la cobertura sobre cambio climático podría aumentar en profundidad y diversidad de formatos. El periodismo colaborativo, el uso de plataformas digitales y la comunicación en lenguas originarias podrían mejorar el acceso a información ambiental en comunidades rurales.

Asimismo, se puede fortalecer redes de periodistas ambientales a nivel local y nacional, para promover colaboraciones y apoyo mutuo, realizar capacitación especializada en periodismo ambiental para fortalecer las competencias de comunicadoras y comunicadores y hacer un uso estratégico de nuevas plataformas digitales para diversificar los formatos de comunicación sobre el cambio climático, llegando a audiencias más amplias.

En definitiva, el periodismo ambiental en Cusco enfrenta múltiples desafíos, entre ellos económicos y laborales que limitan su desarrollo y alcance. Sin embargo, el compromiso de las comunicadoras y comunicadores, junto con el fortalecimiento de redes de colaboración y el aprovechamiento de nuevas plataformas digitales, abre oportunidades para transformar la cobertura del cambio climático. Promover un periodismo más inclusivo, con enfoques innovadores, integrando la tecnología y adaptado a las realidades locales, será clave para ampliar el acceso a información climática y fortalecer la conciencia ambiental en la región.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo es el enfoque de las comunicadoras y los comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

**PE1.** ¿Cuáles son los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú?

**PE2.** ¿Qué canales de difusión utilizan las comunicadoras y comunicadores en Cusco, Perú, para informar sobre el cambio climático?

## **1.3. Justificación de la Investigación**

Frente a los abruptos cambios de la temperatura, la excesiva caída de heladas, los incendios forestales y la intensificación de las precipitaciones fluviales en el Cusco (Interclima, 2022), se necesita tomar acciones que permitan visibilizar el impacto del cambio climático en la ciudad del Cusco, sus provincias y distritos. Razón por la cual es importante realizar el estudio sobre qué y cuánto es lo que informan los comunicadores y comunicadoras cusqueñas sobre el cambio climático en Cusco – Perú.

Con el estudio se busca interpretar el enfoque de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco - Perú, para lo que se analizó el discurso de las comunicadoras sobre el cambio climático, cuánto conocen sobre el tema y cuán concientizadas están para poder replicar esta experiencia e involucrar a más

comunicadoras mujeres y varones en esta acción de difusión tan importante. Asimismo, se conocieron los canales de difusión utilizados por las comunicadoras y comunicadores.

El tema y el problema de investigación es fundamental porque se necesita realizar acciones que ayuden a visibilizar el reto que representa el cambio climático para nuestra región siendo una de las ciudades más vulnerables a sus efectos (INAIGEM, 2025). Así como las acciones necesarias para realizar el trabajo de adaptación y mitigación del cambio climático en el Cusco. Frente a este panorama las comunicadoras y comunicadores son clave en el proceso de dar a conocer información sobre el tema y la situación actual, así como ejercer su poder mediático para poner en agenda este tema tan importante, que permita generar políticas de adaptación y mitigación.

La investigación es importante para la Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco, para el Consejo Regional de Cambio Climático - CORECC y para las organizaciones públicas y privadas, ONGs, que trabajan en temas climáticos y medio ambientales.

La Red de comunicadores ambientalistas utilizará el estudio para replicar las capacitaciones en temas climáticos que los sensibilizaron.

A las instituciones que conforman el CORECC, les ayudará a visibilizar que el trabajo que desarrollan en conjunto con la Red de comunicadores ambientalistas tiene resultado.

A las Ongs les ayudará a encontrar en la Red un aliado para la difusión de su trabajo climático y ambiental.

## **1.4. Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1. Objetivo General**

Interpretar el enfoque de las comunicadoras y los comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

**OE1.** Analizar los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú.

**OE2.** Conocer los canales de difusión utilizados por las comunicadoras y comunicadores en Cusco, Perú para informar sobre el cambio climático.

La formulación de los objetivos de la investigación cualitativa, se realizaron basados en el texto de metodología de la investigación (Sampieri y Mendoza, 2018, p 397).

\*Dentro de la investigación se considerará como plural al género femenino por ser nuestra población de estudio mayoritario, dentro de la generalización de las comunicadoras se encuentran también los comunicadores varones.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **2.1. Bases Teóricas**

La presente investigación se sustenta en diversas perspectivas teóricas del campo de la comunicación, esenciales para comprender la complejidad de cómo la información sobre el cambio climático influye en la percepción pública. Dada la naturaleza cualitativa y explicativa de la teoría fundamentada de este estudio, estas teorías previas no se abordarán como marcos rígidos a ser comprobados, sino como conceptos sensibilizadores. Estos conceptos nos permitirán orientar la recolección y análisis inicial de datos, facilitando una interpretación profunda de los significados, percepciones y experiencias de los comunicadores en Cusco, con el fin último de generar una teoría explicativa que emerja de la propia data.

Dentro de este marco, la Teoría del Encuadre (Framing) emerge como un pilar central, permitiendo examinar el enfoque que adoptan los comunicadores al emitir información sobre esta problemática global. Complementariamente, se abordará la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, así como la Teoría de la Agenda Setting, para ofrecer una comprensión holística del rol de los comunicadores y los medios en la conformación del discurso climático en Cusco.

#### **2.1.1. Teorías de la Comunicación Aplicadas al Cambio Climático**

Esta sección desarrollará las principales teorías de la comunicación que fundamentan el estudio del enfoque de los comunicadores en la difusión de información sobre el cambio climático. Estas teorías no solo definen conceptos, sino que ofrecen marcos analíticos preliminares para la interpretación de los datos cualitativos, permitiendo comprender las construcciones de sentido y las motivaciones subyacentes, y sirviendo como puntos de partida para la construcción de la teoría fundamentada.

##### **2.1.1.1. Teoría del Encuadre (Framing)**

El enfoque de los comunicadores puede ser comprendido desde la Teoría del Encuadre o Framing, una perspectiva teórica ampliamente utilizada en el campo de la

comunicación para analizar cómo se construyen las representaciones sociales en los discursos mediáticos y sociales. En términos generales, el framing se refiere a los marcos interpretativos que los comunicadores emplean para dar forma, sentido y dirección a los temas que abordan, en este caso, el cambio climático.

Uno de los referentes centrales en esta teoría es Robert Entman (1993), quien define el framing como el proceso de: “Seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación para su tratamiento” (Entman, 1993, p. 52).

Desde esta perspectiva, el framing permite identificar cómo se construyen discursivamente los problemas públicos, qué aspectos se visibilizan u omiten, quiénes son presentados como responsables y qué soluciones se proponen. Así, se convierte en una herramienta analítica clave para examinar el rol de los comunicadores como actores sociales que no solo transmiten información, sino que también interpretan, jerarquizan y posicionan sentidos sobre los fenómenos que afectan a sus territorios.

En el caso del cambio climático, el framing permite observar las diferencias en la construcción del discurso: algunas comunicadoras pueden enmarcarlo como una crisis ambiental global; otras, como una injusticia climática que afecta especialmente a mujeres, pueblos indígenas o comunidades rurales; y otras, como una oportunidad para fortalecer la organización comunitaria, los saberes locales y la acción colectiva.

Diversas investigaciones en comunicación ambiental y periodismo han demostrado que los encuadres empleados en torno al cambio climático influyen directamente en la percepción pública del problema, en las emociones que despierta (miedo, esperanza, parálisis o motivación), y en la disposición para actuar. Por ello, el análisis del enfoque comunicativo, a través del framing, permite comprender no solo los contenidos que se difunden, sino también las motivaciones, perspectivas éticas, ideológicas y territoriales de quienes los construyen.

Este enfoque resulta especialmente pertinente en estudios cualitativos e interpretativos de

teoría fundamentada, como el presente.

### **2.1.1.2. Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CpD)**

Para explicar el problema del enfoque comunicativo desde una perspectiva que valora la participación y la transformación, se resalta la Comunicación para el Desarrollo (CpD). Este enfoque busca promover la participación, el empoderamiento y la incidencia en temas sociales, siendo particularmente relevante para la comunicación sobre el cambio climático en Cusco.

#### **2.1.1.2.1. Conceptos Fundamentales de la Comunicación para el Desarrollo**

La CpD es un enfoque que promueve el diálogo y la participación para generar cambios sociales sostenibles (Servaes, 2012). A diferencia de la comunicación tradicional, que es unidireccional, la CpD busca involucrar activamente a las comunidades en la producción y difusión de mensajes, especialmente en temas como el cambio climático. Según Gumucio Dagron (2010), la comunicación para el cambio social es "un proceso de diálogo, privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo" (p.6). Esta comunicación se toma en consideración las dos partes que participan en el proceso comunicativo, y tiene como objetivo la incidencia social y política, facilitando el acceso a la información y al conocimiento, promoviendo la participación, empoderando y dando voz a las personas excluidas, e incidiendo en políticas públicas (Cosude, 2016, pp. 7-14). Gumucio-Dagron enfatiza el proceso de diálogo en un contexto donde no hay jerarquías, promoviendo un intercambio activo de las personas para lograr un cambio en el comportamiento social.

En el contexto del cambio climático, la CpD se ha utilizado para promover la conciencia ambiental mediante medios comunitarios, facilitar la participación de actores locales en políticas ambientales y empoderar a comunidades vulnerables con información accesible.

Desde una mirada de teoría fundamentada, la CpD nos permitirá explorar cómo los comunicadores perciben y facilitan este diálogo y participación en sus prácticas, y si estas acciones dan lugar a la emergencia de nuevas categorías teóricas relacionadas con el

cambio social.

### **2.1.1.2.2. Raíces e Historia de la Comunicación Popular en Latinoamérica**

La historia de la comunicación para el desarrollo en Latinoamérica se inicia con la denominación de Comunicación Popular, basada en el método de la educación popular desarrollado por Paulo Freire. Mario Kaplún (1985) estableció una nueva metodología que utiliza estos fundamentos para hacer de la comunicación un medio de educación y liberación de las personas. La comunicación popular es democrática y poderosa en el proceso de transformación, al servicio de un proceso educativo liberador y transformador, buscando la comprensión crítica de la realidad y la adquisición de instrumentos para transformarla. En este modelo, el objetivo es el diálogo en el que la gente reflexione, discuta y desarrolle un pensamiento crítico sobre su realidad para luego transformarla. También busca recoger las necesidades y esperanzas de la comunidad, centrándose en escuchar a las personas de la clase popular.

Para Martín Barbero (1984), “comunicación popular no puede significar comunicación marginal, comunicación minoritaria, sino todo lo contrario, pensar la comunicación popular implica pensar lo que en el campo de la comunicación producen y consumen las masas” (p.9). Su aporte antropológico busca insertar a los comunicadores dentro de los grupos populares para explicar los modos cómo se relacionan y se comunican, reconociendo la influencia de la cultura de masas.

Gonzaga (1984) enfatiza que “La comunicación popular estimula la participación colectiva, promoviendo un proceso de autoeducación, un proceso pedagógico en el cual los grupos populares sean el sujeto y el objeto de su propio conocimiento en la construcción de una nueva sociedad” (p.13). Para él, la comunicación popular amplía las posibilidades de expresión de las clases populares, dándoles la voz que nunca tuvieron, convirtiendo al pueblo en el nuevo actor del proceso comunicativo.

María Cristina Mata (1981, p. 73) describe la comunicación popular y alternativa como el proceso comunicativo en el que los sectores populares dominados de América Latina son

los nuevos actores, expresan su situación, ejercen un análisis crítico para luego cambiarla, propiciando el diálogo y el debate. Villamayor (2023) refuerza esta idea al concebir la comunicación popular como una que parte de enfoques de derechos humanos colectivos, siendo la "trama que permite articular justicia social, justicia de género y justicia comunicacional" (Villamayor, 2023). Para la autora, la misión de la comunicación popular es transformar las narrativas de las injusticias y producir nuevas narrativas para la justicia social.

### **2.1.1.2.3. Comunicación Participativa, Popular y Empoderamiento Social Frente al Cambio Climático**

La comunicación participativa enfatiza el papel activo de la comunidad en la construcción de significados y en la acción social (Freire, 1970). Desde este enfoque, los comunicadores en Cusco pueden actuar como facilitadores del conocimiento ambiental, impulsando espacios de diálogo y reflexión sobre la crisis climática.

Desde la perspectiva de la CpD y la comunicación popular, el empoderamiento es un componente clave en la lucha contra el cambio climático. Gonzaga (1984) sostiene que la comunicación popular es un proceso pedagógico donde los grupos sociales se convierten en protagonistas de su propio conocimiento. Aplicado al contexto del cambio climático en Cusco, este enfoque sugiere que los comunicadores pueden visibilizar experiencias locales de adaptación al cambio climático, conectar el conocimiento tradicional andino con el discurso científico ambiental y fomentar la organización y acción colectiva a través de la información climática.

### **2.1.1.3. Teoría de la Agenda Setting**

La Teoría de la Agenda Setting fue desarrollada en 1972 por Maxwell McCombs y Donald L. Shaw, bajo el título "La función de los medios de comunicación de establecer la agenda". Esta teoría postula que los comunicadores, encargados de redactar y editar la noticia, son quienes establecen la agenda de lo que la gente consume, teniendo la capacidad de influir en la percepción de los temas prioritarios.

Posteriormente, McCombs (2004) continuó con el desarrollo de esta teoría en el libro “Estableciendo la agenda”, en el que da a conocer que los medios de comunicación ejercen influencia en lo que la gente piensa sobre diferentes temas de interés público, determinando cuáles son los temas que la gente considera relevantes. En la actualidad, esta influencia se ha expandido a los creadores de contenido para redes sociales, quienes, aunque no necesariamente sean comunicadores sociales, contribuyen a visibilizar los temas importantes.

## **2.1.2. Los Comunicadores como Actores Clave en la Información sobre Cambio**

### **Climático**

Esta sección define el rol y las características de los comunicadores, sujetos centrales de esta investigación, dentro del proceso de difusión de información. Desde una perspectiva cualitativa y de teoría fundamentada, el objetivo es comprender las percepciones, roles auto-percibidos y prácticas de estos actores en su contexto.

#### **2.1.2.1. Rol y Definición del Comunicador Social**

Partiendo del concepto inicial de la comunicación, los comunicadores actúan como emisores y receptores (EMIREC), en palabras de Cloutier (1981, p. 16), en un proceso dialógico y participativo donde emisor y receptor están constantemente intercambiando roles (Beltrán, 1981, p.18).

El comunicador social es una persona que escucha la opinión de las personas y les da una plataforma para expresarse, ayudándoles a estructurar el mensaje que quieren transmitir.

Es un mediador, animador y organizador que ayuda a facilitar el proceso de la comunicación (Kaplún, 1985, p.86-97). Su labor implica escuchar testimonios y dificultades, ofreciendo un medio para opinar y apoyando con medios tecnológicos para plasmar y reproducir sus opiniones, manteniendo el lenguaje y las expresiones de los informantes de la comunidad.

Gonzaga (1984) complementa esta visión al afirmar que “el comunicador ya no debe

transmitir, sino utilizar su capacidad profesional para buscar oportunidades, abrir brechas, ayudar, apoyar, crear canales para que los grupos sociales se expresen” (p.18). Su acción es educativa y de soporte. Para Mata (2016), el comunicador es un mediador, un profesional que facilita la expresividad de todos, el derecho a estar informados, los diálogos y los debates, con una mente crítica y compromiso social.

Villamayor y Vinelli (2023) añaden que “Las y los sujetos que llevan adelante las prácticas y producen saberes, siempre son colectivos, no son sumatorias de individualidades. Quienes hacen y producen perspectivas en la comunicación con adjetivos generan saberes a partir de la acción colectiva” (p.17). Esto subraya que la construcción de saberes y la acción comunicativa son procesos colectivos y organizados por actores que forman parte del grupo social.

### **2.1.2.2. Comunicación Ambiental y Estrategias en el Contexto del Cambio Climático**

Esta sección aborda el papel específico de los medios y el periodismo en la difusión de información ambiental, así como los desafíos y el contexto local, proporcionando un marco para comprender las estrategias y limitaciones percibidas por los comunicadores en su quehacer diario y cómo esto contribuye a su enfoque.

#### **2.1.2.2.1. Rol de los Medios y Periodismo Ambiental**

El periodismo ambiental cumple un rol estratégico de sensibilizar, hacer tomar conciencia y formar a la sociedad para poder enfrentar los efectos del cambio climático (Jaggi, 2021, p. 13). Barrantes y Contreras (2021) enfatizan que el trabajo en red y con alianzas es imprescindible para difundir temas ambientales. Para que el periodismo ambiental funcione y genere interés en las audiencias, debe emplear un lenguaje sencillo, sin datos excesivamente rigurosos, y con mayor flexibilidad en relación con la información científica.

El tema ambiental y del cambio climático debe abordarse desde una visión que genere empatía, humanizando las historias que se cuentan, para lo que se puede usar el género periodístico más adecuado. Las autoras recomiendan especializarse en un periodismo

científico que conozca la interpretación de los datos y pueda influir en sus editores para dar mayor cabida a las notas ambientales (pp. 34-38).

Escobar (2021) sugiere un enfoque "Glocal", que implica abordar el tema a nivel local y con una perspectiva global. También recomienda interactuar más con los científicos y mantener un espíritu investigativo, compartiendo resultados de manera que "encanten" a la audiencia (pp. 30-33).

Investigaciones recientes de Beling y Fernández (2020) en Latinoamérica señalan que los escasos conocimientos especializados de los comunicadores sobre el cambio climático a menudo conducen a información inadecuada. Destacan la importancia vital de que los medios cubran la realidad del contexto local y promuevan acciones de adaptación y mitigación, contrastando con el alto índice de noticias de agencias extranjeras que limitan la conexión con lo local. Finalmente, sugieren la creación de redes de comunicadores y científicos del cambio climático, y una cobertura constante sobre el tema (pp. 1-18).

Takahashi y Martínez (2016) opinan que el discurso sobre el cambio climático necesita cambiar de lo catastrófico a las soluciones y a las políticas a llevarse a cabo para enfrentarlo (p. 117). En el campo del periodismo ambiental, también se puede realizar un adecuado tratamiento para las áreas protegidas (Cohen, 2019), aprovechando la tendencia favorable de los periodistas hacia estos temas para difundir información sobre las áreas protegidas y, por extensión, sobre el cambio climático y el medio ambiente.

Shanahan (2017) reflexiona sobre el contenido necesario, indicando que "Las comunidades más vulnerables tienen que adaptarse y necesitan ayuda financiera para lograrlo. Este es un aspecto del cambio climático que no se reporta. Las voces de los menos favorecidos no las oyen los poderosos" (p. 3). Esto subraya la necesidad de que los comunicadores den voz a las poblaciones de menores recursos, impactadas por el cambio climático, para que los gobiernos actúen.

#### **2.1.1.4. Perspectivas Antropológicas y Ontológicas del Cuidado Ambiental**

##### **2.1.4.1. Ontologías Relacionales y los Seres-Tierra**

La propuesta teórica de Marisol de la Cadena (2015) es fundamental para comprender las dinámicas de protección ambiental en contextos andinos. La autora introduce el concepto de ontologías relacionales, el cual sostiene que la existencia humana no es independiente de la naturaleza. En esta cosmovisión, los elementos del entorno (cerros, lagunas, tierra) no son objetos o recursos naturales, sino Seres Tierra (Earth-beings) con capacidad de agencia y con quienes se mantienen vínculos de parentesco y reciprocidad. Desde esta perspectiva, la conciencia sobre la crisis climática no surge de un conocimiento técnico externo, sino de la interrupción de las relaciones de cuidado entre la comunidad y sus entidades territoriales.

#### **2.1.4.2. El Sentipensar y la Autonomía Territorial**

Por su parte, Arturo Escobar (2014) aporta el concepto de sentipensar, definido como el arte de vivir, pensar y actuar basándose tanto en el corazón como en la mente. Para Escobar, la respuesta a la crisis civilizatoria actual reside en recuperar la capacidad de pensar con la tierra. El autor argumenta que las comunidades que mantienen una conexión ancestral con sus territorios poseen una racionalidad diferente, donde el conocimiento es inseparable del afecto y la espiritualidad. En este marco, la comunicación ambiental se convierte en una herramienta para la autonomía, permitiendo que las narrativas locales desafíen los modelos de desarrollo que ignoran la vida biológica y cultural de los territorios.

#### **2.1.4.3. El Parentesco Multiespecie y la Responsabilidad**

Finalmente, Donna Haraway (2019) propone una ética de supervivencia basada en la creación de vínculos más allá de lo humano. Su concepto central, hacer parientes (making kin), sugiere que ante el colapso ambiental es imperativo generar lazos de cuidado y responsabilidad con otros seres y entidades, independientemente de la consanguinidad biológica. Haraway acuña el término “simpoiesis” (hacer con) para explicar que ninguna especie o comunidad se construye a sí misma de forma aislada. En el contexto de la comunicación climática, hacer parientes implica una narrativa que reconoce a la Madre Tierra como parte del linaje vital, transformando la mitigación del cambio climático en una obligación ética familiar y colectiva.

### **2.1.1.2. Financiamiento e Independencia en el Periodismo Ambiental**

De acuerdo con Shanahan (2017), la demanda por los temas "verdes" y las noticias ambientales ha impulsado el desarrollo de un espacio alternativo para noticias especializadas en cambio climático y medio ambiente, que no dependen del financiamiento de empresas contaminantes (p. 4). Este periodismo alternativo es facilitado por la accesibilidad de la tecnología (celulares, tablets, computadoras, internet), lo que permite mayor libertad para abordar temas medioambientales sin estar supeditado a capitales que degradan el ambiente.

En esta misma línea, Zaragoza (2011) señala que "muchos medios de comunicación escrita o audiovisual lo único que transcriben fidedignamente es la ideología, los puntos de vista de quienes los financian" (p. 67). Esto implica que las agendas de los comunicadores pueden estar supeditadas a sus financiadores.

ECODES (2022) publicó un decálogo de recomendaciones para la comunicación del cambio climático, en el que el punto número 6 sobre "defender un periodismo crítico e independiente" resalta la protección del "periodismo comprometido con la veracidad" para que el aspecto económico-comercial no obstaculice la información veraz en materia ambiental (p. 2).

Finalmente, Shanahan (2017) también indica que "se sabe que el conflicto vende más que el consenso" (p. 2). Al informar sobre noticias de prevención del cambio climático y temas medioambientales, muchos comunicadores pueden optar por evitarlos para centrarse en noticias más llamativas que aseguren la viabilidad de sus programas.

### **2.1.2. El Cambio Climático: Marco Conceptual y Contexto Peruano/Regional**

Se proporciona la base conceptual del cambio climático y el marco político-estratégico en Perú y la región de Cusco. Este contexto es esencial para comprender la problemática que abordan los comunicadores y cómo se posicionan sus enfoques dentro de un marco ambiental y de políticas públicas.

### **2.1.2.1. Definición y Concepto de Cambio Climático**

El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), creado en 1988 por la Organización Meteorológica Mundial (OMM) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), es el principal órgano científico internacional para la evaluación del cambio climático. Su finalidad es proporcionar una visión científica del estado actual del Cambio Climático a nivel mundial, a través de evaluaciones integrales sobre el estado de los conocimientos científicos, técnicos y socioeconómicos relacionados con sus causas, repercusiones probables y sistemas de respuesta. El IPCC ha desarrollado 6 informes de evaluación, siendo el último el sexto informe de evaluación (IE6) presentado en 2021, además de informes sobre temas específicos.

La definición de cambio climático del IPCC es:

El cambio climático hace referencia a una variación del estado del clima identificable (p. ej., mediante pruebas estadísticas) en las variaciones del valor medio o en la variabilidad de sus propiedades, que persiste durante períodos prolongados, generalmente décadas o períodos más largos. El cambio climático puede deberse a procesos internos naturales o a forzamientos externos, tales como modulaciones de los ciclos solares, erupciones volcánicas y cambios antropógenos persistentes de la composición de la atmósfera o del uso de la tierra. (IPCC, 2018, p. 75)

Por su parte, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), creada en la “Convención de Río” en 1992 y en vigor desde 1994, busca prevenir la interferencia humana en el sistema climático. En su artículo 1 define al cambio climático como: Un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables. (CMNUCC, 1992, p. 3)

### **Estrategia Nacional de Cambio Climático (ENCC)**

La Estrategia Nacional ante el Cambio Climático (ENCC) refleja el compromiso del Estado peruano de actuar frente al cambio climático (CC) de manera transversal y

multisectorial. La primera ENCC se difundió en 2003 a través del Decreto Supremo N° 086-2003-PCM.

La Estrategia Nacional ante el Cambio Climático (2015) es el referente de las políticas y actividades sobre cambio climático que se desarrollan en el país. Sus principales objetivos son: 1) realizar estudios de vulnerabilidad ante el cambio climático, y 2) realizar la vigilancia de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero a través de programas de energías renovables y eficiencia energética. La visión de la ENCC al 2021 fue adaptarse a los efectos adversos y aprovechar las oportunidades ante el cambio climático, logrando un desarrollo sostenible bajo en carbono. Los objetivos estratégicos de la ENCC son:

La población, los agentes económicos y el Estado incrementan conciencia y capacidad adaptativa para la acción frente a los efectos adversos y oportunidades del CC.

La población, los agentes económicos y el Estado conservan las reservas de carbono y contribuyen a la reducción de las emisiones de GEI.

### Figura 1.

#### *Objetivos de la estrategia Nacional de cambio climático*



*Nota.* Cuadro elaborado por la Estrategia Nacional de Cambio Climático – ENCC, 2015

Por otro lado, es importante mencionar que la ENCC tiene tres ejes de acción que son, El Plan Estratégico de Bosques y Cambio Climático PEBCC, Medidas Nacionales Apropriadas de Mitigación NAMAS y el Plan Nacional de Adaptación NAP (pp. 32- 85).

### **Estrategia Regional Frente al Cambio Climático Cusco (ERFCC)**

La Estrategia Regional Frente al Cambio Climático Región Cusco se inició en 2009 con la sensibilización a autoridades y funcionarios sobre la importancia de tomar acciones frente a sus efectos en la región. Durante estos años, se conformaron grupos de trabajo multidisciplinarios dentro del Gobierno Regional para elaborar la Estrategia Regional.

La formulación de la ERFCC duró más de 2 años y se realizó descentralizadamente en las 13 provincias de la región de Cusco a través de talleres participativos con autoridades, profesionales, investigadores y pobladores. Esta labor resultó en la promulgación de la O.R. N° 020-2012-CR/GR.C. Cusco, que aprueba la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático de la Región Cusco, marcando el inicio de su implementación.

Posteriormente, en 2014 se formuló el Plan de Implementación de la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático (ERFCC), junto con el Plan de Monitoreo y Evaluación, elaborando la línea base. Para efectivizar el trabajo en cambio climático, se conformaron 8 grupos de trabajo, denominadas “mesas temáticas” (agua, biodiversidad y bosques, soberanía y seguridad alimentaria, matriz energética, educación, institucionalidad y gobernabilidad, clima y gestión de riesgos, producción y salud), añadiendo una posteriormente.

Este mismo año se creó el Consejo Regional de Cambio Climático de la Región Cusco (CORECC CUSCO), sustentado en la Ordenanza Regional N° 062-2014-CR/GRC.CUSCO. El CORECC es un órgano consultivo y de acuerdos entre el Estado, las instituciones privadas y las organizaciones de la sociedad civil, creado para promover la implementación de la estrategia regional.

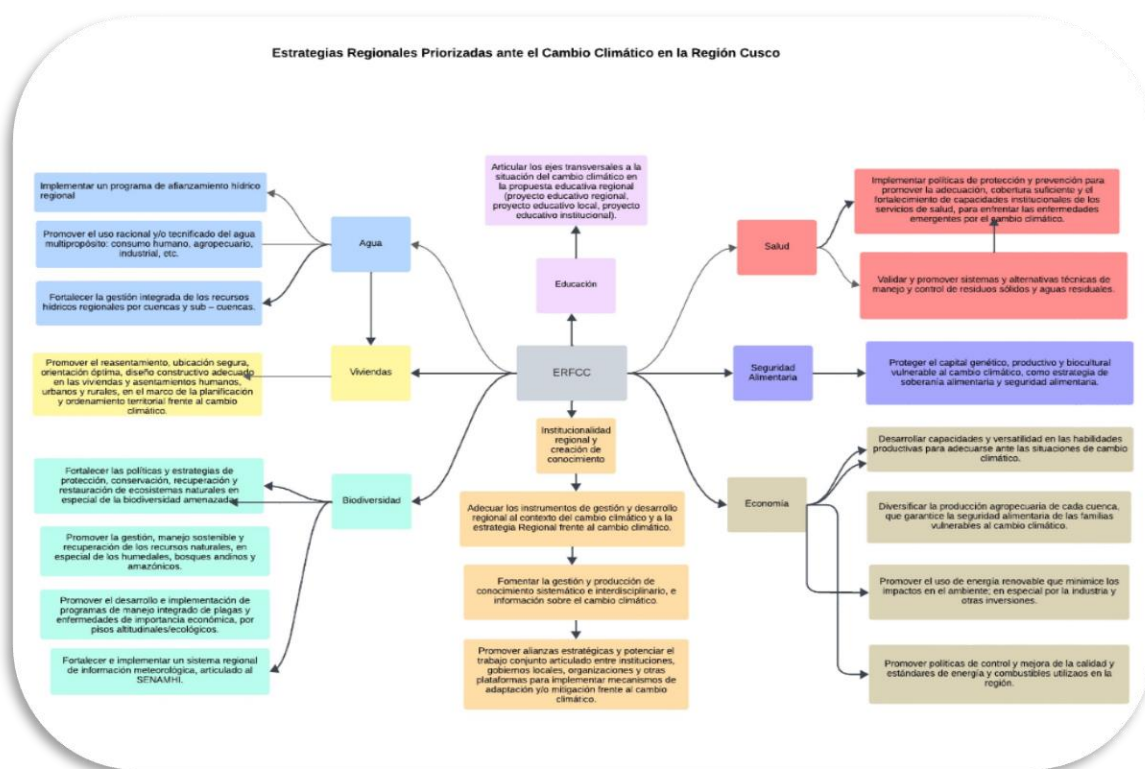
En 2016 se publicó el primer reporte de monitoreo y evaluación de la implementación de la ERFCC. En 2017 se actualizó la ERFCC, basándose en este primer reporte y en los

compromisos nacionales que Perú adoptó internacionalmente como parte de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático y el Acuerdo de París, incorporando y priorizando 4 nuevas estrategias y desarrollando sus respectivos indicadores.

La Estrategia Regional Frente al Cambio Climático de la Región Cusco comprende 67 estrategias. Debido a la magnitud del trabajo, en 2012 se decidió priorizar 15 de ellas, tomando como criterios a las poblaciones más vulnerables, su ubicación en territorios de vulnerabilidad y que tuvieran componentes de adaptación.

**Figura 2.**

*Estrategia regional priorizada ante el Cambio Climático en la Región Cusco*



*Nota:* Elaboración propia basada en ERFCC Región Cusco, versión resumida y actualizada al 2017

### **2.1.2.1.2. Impactos del Cambio Climático en el Cusco**

El cambio climático representa una amenaza significativa para la región del Cusco, afectando la seguridad alimentaria, la economía y los recursos hídricos. Un estudio de Guzmán (2013) revela que la agricultura bajo secano es particularmente vulnerable, ya que depende por completo de las lluvias para su producción. Esto afecta de manera desproporcionada a la población con menos formación y sin “activos productivos”, lo que a menudo la obliga a migrar a zonas urbanas. Un factor de vulnerabilidad adicional es que estas comunidades suelen vivir en zonas alejadas de las capitales de distrito (Gúzman, 2013, p. 30-37).

La crisis hídrica es una de las consecuencias más visibles del cambio climático. Por ejemplo, en julio de 2023, la laguna de Piuray, la principal fuente de agua para la ciudad del Cusco, registró una disminución histórica de su caudal, pasando de 300 a 230 litros de agua por segundo. Este fenómeno, agravado por el Fenómeno del Niño, evidencia la urgencia de implementar sistemas de riego y almacenamiento de agua, así como de integrar el concepto de cambio climático de forma transversal en los programas y proyectos regionales (El Comercio, 2023).

Ante este escenario, la necesidad de concienciar a la población es crucial. Las comunicadoras y comunicadores son actores clave para informar, sensibilizar y motivar a las autoridades y a la ciudadanía a tomar acciones para adaptarse y mitigar los efectos del cambio climático. Esta investigación busca, precisamente, entender cómo las periodistas mujeres, un grupo social con sus propios desafíos, pueden ser catalizadoras en este proceso.

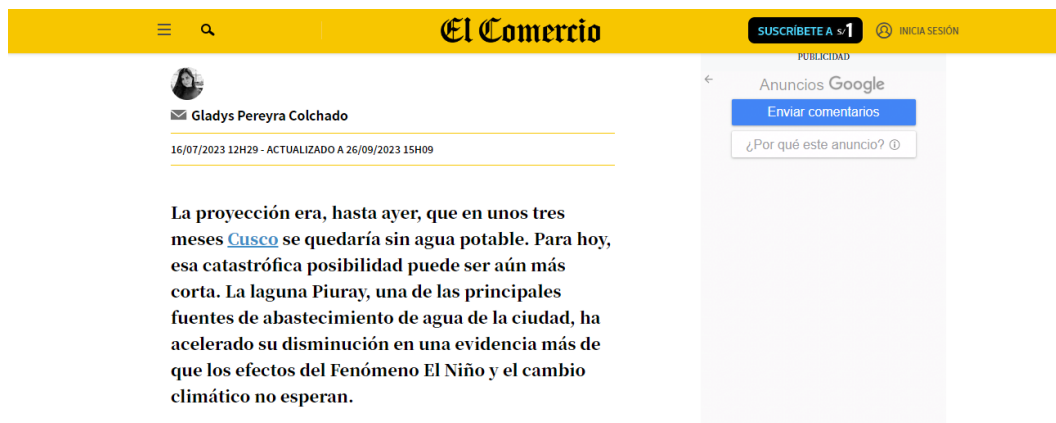
### Figura 3.

Noticia publicada en portal nacional "El Comercio" el 17 de julio de 2023



### Figura 4.

Desarrollo de noticia publicada en el Diario "El Comercio" 17 de julio de 2023



El clima está cambiando y Cusco no está exento a estos cambios, los incendios forestales se han incrementado, la falta de lluvias y la escasez de agua son solo algunas de las cosas que vienen sucediendo a causa del cambio climático, al respecto se necesita tomar acciones para adaptarnos y mitigar los efectos del cambio climático. Las autoridades y la población necesitan tomar consciencia de la problemática del cambio climático y accionar para generar políticas conducentes a reducir su impacto en la población cusqueña, por ende, las comunicadoras y comunicadores son poderosos aliados para lograr esta concienciación de la población cusqueña.

El propósito de las bases teóricas de la investigación es proporcionar un andamiaje que guíe tanto el estudio como la práctica comunicativa, facilitando así un entendimiento más profundo y una acción más efectiva en torno al cambio climático en Cusco.

#### **1.1.4. La Mujer Periodista: Desafíos y oportunidades en la comunicación ambiental**

A lo largo de la historia, las mujeres han ido ganando terreno en espacios públicos que antes eran exclusivos de los hombres, y el periodismo no es la excepción. Sin embargo, su participación sigue enfrentando importantes obstáculos.

#### **Estereotipos de género en el periodismo**

La presencia de mujeres en el periodismo ha aumentado, pero no está exenta de sesgos y estereotipos. El estudio de Cáceres y Hernández (2024) sobre el periodismo peruano destaca que las mujeres han liderado en este campo, pero su camino ha sido difícil. Desde 1985, ya se discutía en conferencias que el aspecto físico de las reporteras podía ser un requisito para aparecer en televisión. Se prefería un modelo de mujer "blanca, delgada", y se esperaba que las mujeres periodistas "lucharán el doble para lograr un espacio privilegiado" (Cáceres y Hernández, 2024, pp. 85-89).

Estos estereotipos persisten en la actualidad. Un estudio en Argentina revela que la credibilidad y la inteligencia de las periodistas a menudo son puestas en duda (Sanchez, Vargas, 2023). Además, el Instituto Reuters (2023) destaca que, aunque más mujeres estudian y trabajan en periodismo, la desigualdad de género sigue siendo evidente en los puestos de liderazgo editorial. Las mujeres suelen ser relegadas a temas considerados "femeninos" como asuntos sociales, farándula o medio ambiente, mientras que la política se reserva, en gran medida, para los hombres (Borja, 2023). La falta de un trato profesional también es un problema recurrente. Periodistas como Arismendi (2023) relatan experiencias donde son tratadas con familiaridad o reciben comentarios sobre su físico, lo que menoscaba su autoridad profesional.

## **Autonomía económica de las mujeres y la doble jornada laboral**

Para comprender la situación de las periodistas, es fundamental analizar su contexto socioeconómico. Como afirma Virginia Woolf (1929), para que una mujer tuviera la libertad creativa para escribir, necesitaba "dinero y un cuarto propio". Simone de Beauvoir (1949) complementa esta idea al señalar que el trabajo es la única vía para que las mujeres alcancen una libertad concreta, una afirmación que sigue siendo relevante.

A pesar de los avances, la desigualdad económica persiste. Las mujeres tienen menos probabilidades de insertarse en el mercado laboral y, cuando lo hacen, suelen ocupar empleos inestables y menos remunerados (ONU Mujeres, 2018). Esta brecha salarial se explica por la discriminación de género en el mercado laboral y por las normas sociales que refuerzan la supuesta inferioridad femenina (González, 2023). Un factor crucial es la carga desproporcionada del trabajo doméstico y de cuidados no remunerado, que limita las oportunidades de las mujeres y obstaculiza su ascenso profesional. Lemos (1985) ya señalaba que las mujeres trabajan más horas que los hombres, combinando la jornada laboral pagada con las labores del hogar, una doble jornada que las priva de descanso y las mantiene alejadas de la participación social y política.

## **Igualdad de género y empoderamiento: un marco para el cambio**

La igualdad de género busca eliminar la discriminación histórica que han sufrido las mujeres. Según la ONU (2015), esto requiere una estrategia que corrija la subrepresentación de la mujer y redistribuye los recursos y el poder de manera equitativa. A pesar de que la igualdad de género es un objetivo central de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en América Latina y el Caribe todavía predominan los patrones culturales patriarcales (Cepal, 2021). Estos patrones ignoran el aporte de las mujeres, especialmente de las comunidades originarias y afrodescendientes, que poseen un valioso conocimiento ancestral para enfrentar desafíos como el cambio climático.

El empoderamiento y la autonomía individual y colectiva de las mujeres son esenciales para lograr esta igualdad (Cepal, 2014). Para entender estos conceptos, es vital diferenciar el sexo, que es biológico, del género, que es una construcción cultural y jerárquica. El género impone normas, conductas y roles asociados a cada sexo, perpetuando relaciones de poder donde lo masculino domina y lo femenino es sometido (Valera, 2020). La teoría feminista, al derribar este prejuicio, busca liberar a las mujeres de estos roles y reconocer su potencial como agentes de cambio.

En este contexto, las periodistas cusqueñas no solo enfrentan los desafíos inherentes a la profesión, sino también las barreras de género que limitan su autonomía, credibilidad y capacidad para liderar. Su labor es fundamental para visibilizar el impacto del cambio climático en la región y para promover un desarrollo más equitativo y consciente.

#### Figura 5.

##### *Igualdad Sustantiva*



*Nota.* Gráfico extraído ONU Mujeres (2015, p. 3)

Para lograr la igualdad de género se requiere de “una estrategia eficaz encaminada a corregir la representación insuficiente de la mujer y una redistribución de los recursos y el poder entre el hombre y la mujer” (ONU MUJERES, 2015, p. 4).

En América Latina y el Caribe, se continúa cargando con estos patrones:

“Los patrones culturales patriarcales, discriminatorios y violentos y predominio de la cultura del privilegio continúan en América Latina y el Caribe” (Cepal, 2021, p. 13).

Estos patrones se visibilizan a través de los oídos sordos al aporte que la mujer originaria y afrodescendiente pueden dar a la solución por ejemplo de los temas del cambio climático, en el que las mujeres son poseedoras de un gran conocimiento ancestral para enfrentarlo. Sin embargo, este conocimiento no es tomado en cuenta. La opinión de la mujer no es tomada en cuenta.

Para que esta igualdad sea posible se requiere que la mujer logre empoderarse y tener autonomía individual y colectiva (Cepal, 2014, pp. 18-20).

Los Objetivos de desarrollo sostenible incluyen el tema de la igualdad de género como un objetivo a alcanzar al 2030. “Avanzar en la igualdad de género es fundamental para crear una sociedad sana en todos sus ámbitos, desde la reducción de la pobreza hasta la promoción de la salud, la educación, la protección y el bienestar de niñas y niños” (ODS, 2023).

Se ha avanzado en esta línea no obstante todavía queda un largo camino por recorrer para lograr la igualdad de género que propicie un mundo más humano.

### **Definición de Género**

Para definir el género de acuerdo a la teoría feminista se realizará una separación y desligamiento de los términos género y sexo, pues vienen a ser diferentes como veremos a continuación.

Valera (2020), “género no es sinónimo de sexo”, la palabra sexo se refiere a lo biológico, las diferencias que hay entre los cuerpos físicos de la mujer y el varón. Y el género se refiere a las normas y conductas determinadas para los varones y mujeres de acuerdo a su sexo.

El objetivo de la teoría feminista es derribar el prejuicio de que lo biológico determina lo femenino, mientras que lo cultural es una construcción creada por los hombres y para los hombres

El género vendría a ser una construcción cultural, que estaría jerarquizada donde el masculino es lo dominante y lo femenino sería sometida, existiendo relaciones de poder

operando bajo el manto de que la mujer era determinada por su biología, enmarcando en las características que esta conllevaba (p.232).

Según Simone de Beauvoir se entiende por género “lo que la humanidad ha hecho con la hembra humana”. Aludiendo a las normas, obligaciones, comportamientos, pensamientos, capacidades asociadas a las mujeres por ser biológicamente mujeres. (1949)

## **2.2. Marco Conceptual**

### **Enfoque**

Percepción del tema climático, es decir cómo las comunicadoras perciben el tema, cuál es su discurso, cuánto saben sobre el tema y qué motiva a las comunicadoras mujeres y a los comunicadores varones a comunicarlo.

### **Comunicador(a)**

Grupo social de estudio, los sujetos que producen el discurso.

“Comunicador es un mediador(a), como un profesional que facilite la expresividad de todos, que facilite el derecho de todos a estar informados, que facilite la conversación entre distintos sectores, los diálogos, los debates” (Mata, 2016, p.).

### **Cambio Climático**

Tema central del contenido que se emite.

El cambio climático hace referencia a una variación del estado del clima identificable (p. ej., mediante pruebas estadísticas) en las variaciones del valor medio o en la variabilidad de sus propiedades, que persiste durante períodos prolongados, generalmente décadas o períodos más largos. El cambio climático puede deberse a procesos internos naturales o a forzamientos externos, tales como modulaciones de los ciclos solares, erupciones volcánicas y cambios antropógenos persistentes de la composición de la atmósfera o del uso de la tierra (IPCC, 2018).

### **Emisión de información**

Proceso de comunicación, cómo se difunde el mensaje.

### **Comunicación para el desarrollo**

“La comunidad ha de ir comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo instrumentos para transformarla. Ha de estar estrechamente vinculada a la organización popular. Y ha de ser una auténtica comunicación; tener como metas el diálogo y la participación”

(Kaplún, 1985).

### **Comunicación**

“Definición etimológica de la palabra comunicación, en el que el verbo comunicar viene del latín *communicare* (Compartir información, impartir, difundir), el origen de la palabra *communicare* que viene del latín *communis* (común, mutuo, participado entre varios)”. (DEC, 2023)

### **Mitigación del cambio climático**

“Intervención humana destinada a reducir las emisiones o mejorar los sumideros de gases de efecto invernadero”. (IPCC, 2018)

### **Adaptación**

En los sistemas humanos, el proceso de ajuste al clima real o proyectado y sus efectos, a fin de moderar los daños o aprovechar las oportunidades beneficiosas. En los sistemas naturales, el proceso de ajuste al clima real y sus efectos; la intervención humana puede facilitar el ajuste al clima proyectado y sus efectos. (IPCC, 2018)

### **ENCC**

La ENCC considera que el principal reto asociado al CC en el Perú es la reducción de los riesgos y sus impactos previsibles, mediante acciones de gestión integrada de los sectores y regiones para aumentar la capacidad de respuesta y reducir la vulnerabilidad, el aprovechamiento de las oportunidades y el fortalecimiento de las capacidades para enfrentarlo. La Estrategia reconoce también el potencial nacional para la captura, la conservación de reservas de carbono, y la mejora de la gestión de emisiones de los GEI, lo que permitiría sentar las bases para un desarrollo bajo en carbono. (MINAM 2015)

### **ERFCC**

“Estrategia Regional Frente al Cambio Climático con Ordenanza Regional

No. 081-2010-CR/GR CUSCO aprueba el Plan Estratégico de Desarrollo Regional Concertado Cusco al 2021”.

### **Género**

“Lo “femenino” y lo “masculino” no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones culturales” (Cobo, 1995).

### **Roles de género**

“Son los comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros estén condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades y a jerarquizarlas y valorizarlas de manera diferenciada” (OIT, 2013).

### **Sexismo**

“Discriminación de las personas por razón de sexo” (RAE, 2023).

## **2.3. Antecedentes Empíricos De La Investigación**

El cambio climático se erige como uno de los mayores desafíos globales contemporáneos, manifestando efectos significativos en diversas regiones del mundo. Particularmente en América Latina, y de manera acentuada en Perú y la región de Cusco, sus impactos son cada vez más evidentes, afectando la integridad de los ecosistemas, los medios de vida y la resiliencia de comunidades vulnerables (Weibel, 2021).

Cusco, reconocida por su riqueza histórica, cultural y ambiental, enfrenta problemáticas directas como el retroceso de los glaciares, la variabilidad climática y severas afectaciones en sectores económicos cruciales como la agricultura y el turismo. La relevancia de este desafío ha impulsado la reciente oficialización de la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático (ERFCC) al 2050 de la Región Cusco en junio de 2025, mediante la Ordenanza Regional N. ° 264-2025-CR/GRC, un instrumento clave para la acción climática local y un hito a nivel nacional.

En este contexto, la presente investigación busca analizar los enfoques de comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático,

identificando sus desafíos y oportunidades, y contribuyendo así al conocimiento sobre el papel de la comunicación en la generación de conciencia y acción climática en la región.

La complejidad del fenómeno climático y las diversas audiencias han impulsado la búsqueda de enfoques más elaborados en base al conocimiento del cómo, en este sentido, resulta fundamental comprender el rol activo que desempeñan los medios y los comunicadores en la configuración de la percepción pública. Maxwell T. Boykoff (2019), en su trabajo sobre una "ecología mediática", subraya la importancia del rol creativo de los comunicadores, quienes no solo transmiten información, sino que activamente construyen narrativas sobre el cambio climático. Esta construcción mediática de la realidad se alinea estrechamente con la teoría del framing (encuadre), propuesta por Robert Entman (1993). Entman argumenta que el framing implica seleccionar ciertos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más sobresalientes en un texto comunicativo, con el fin de promover una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento. Así, mientras Boykoff destaca la agencia de los comunicadores en la creación de mensajes, la perspectiva de Entman ofrece una lente analítica para desglosar cómo se estructura esa comunicación, identificando los elementos específicos que se resaltan para moldear la comprensión de la audiencia sobre la crisis climática.

En el ámbito de la comunicación del cambio climático, comprender cómo la información es estructurada y presentada es fundamental para su efectividad y recepción. Un estudio reciente y altamente pertinente es el de Comella Romeu (2025), titulado "Framing in Climate Change Communication and its Influence on Ideological Divides". Esta investigación subraya de manera enfática la necesidad crítica de que los mensajes sobre el clima se alineen con los valores inherentes a la audiencia, a fin de trascender las profundas divisiones ideológicas existentes. Comella Romeu (2025) identifica que las narrativas históricamente centradas en la culpabilización o en tonos alarmistas son menos efectivas que un enfoque que priorice un lenguaje orientado a soluciones y que resalte valores compartidos. El estudio

analiza diversos marcos relacionados a nuestro tema de investigación (como la política climática, el mandato moral y la justicia climática, y la ciencia) y cómo estos resuenan o chocan con diferentes segmentos ideológicos de la audiencia. Los hallazgos de Comella Romeu (2025) proporcionan perspectivas valiosas para comunicadores y académicos, ofreciendo una guía para elaborar estrategias más efectivas. La investigación argumenta que, al emplear mensajes simplificados y un lenguaje que fomente diálogos basados en valores positivos y soluciones, es posible reducir la polarización y cultivar un diálogo más inclusivo sobre el cambio climático. Este antecedente es crucial para nuestra investigación, ya que resalta la importancia de analizar el enfoque comunicativo no sólo en términos de contenido, sino también en su capacidad para puentear o exacerbar las brechas ideológicas, un factor clave para la percepción y acción pública frente al cambio climático.

En esta misma línea, Shanahan, M. (2007), en sus hallazgos, expone que, si bien se ha observado un aumento en la visibilidad del cambio climático en los medios de comunicación, persisten desafíos significativos en la manera en que se aborda el tema. Shanahan (2007) reconoce que, a pesar de las críticas iniciales a la cobertura, ha habido alguna mejora general en la forma en que se informa sobre el cambio climático. No obstante, destaca que muchos periodistas aún carecen de la formación necesaria para cubrir efectivamente las complejidades inherentes a este fenómeno, subrayando la capacitación como una prioridad crucial para los medios. Otro descubrimiento importante de Shanahan (2007) es la persistencia de una narrativa de catástrofe, la cual puede resultar contraproducente. Esta aproximación, al enfocarse excesivamente en escenarios apocalípticos, puede generar confusión en el público y una sensación de impotencia, lo que, paradójicamente, inhibe la acción efectiva. En consonancia con esto, la investigación de Shanahan (2007) resalta cómo la forma en que se presentan las noticias influye directamente en la respuesta del público. Mientras que los mensajes que enfatizan la inseguridad científica pueden reforzar la inacción, aquellos que se centran en la seguridad nacional (u otros valores que resuenan con la audiencia) pueden motivar la acción. Esta necesidad de adoptar

enfoques variados y adaptados a diversas audiencias es, por tanto, crucial para la efectividad de la comunicación climática. La evolución de estas perspectivas ha llevado a comprender que la comunicación efectiva del cambio climático requiere más que solo la transmisión de datos o la generación de miedo, abriendo paso a la relevancia fundamental del framing como estrategia.

A nivel global, diversos organismos internacionales han señalado la importancia de fortalecer las capacidades comunicativas en temas ambientales y climáticos. IPCC, ha subrayado la necesidad de una comunicación efectiva para fomentar la acción climática, destacando que la información clara, accesible y basada en evidencia científica es fundamental para la toma de decisiones y la participación ciudadana. No obstante, Beling, E. y Fernández, R. (2020) señalan que la producción de trabajos sobre cambio climático sigue siendo limitada en los países afectados por sus impactos, con una mayor generación de conocimiento concentrada en los países que son las mayores fuentes de contaminación. Esto subraya la necesidad de fortalecer la investigación y la comunicación localmente, especialmente en regiones como América Latina.

La implementación efectiva de estrategias frente al cambio climático en Perú y específicamente en Cusco depende en gran medida de la capacidad de los comunicadores para traducir la complejidad del fenómeno en mensajes comprensibles y accionables para la población. Investigaciones previas han analizado la representación del cambio climático en medios de comunicación, la percepción ciudadana y la efectividad de campañas de sensibilización. Los periodistas y comunicadores cumplen un papel clave en la difusión de información sobre cambio climático, influenciando significativamente la percepción y actitudes del público. En Perú, investigaciones han evidenciado que la cobertura mediática del cambio climático suele estar centrada en desastres naturales y eventos extremos, dejando de lado enfoques más estructurales y preventivos. Además, factores como la formación profesional, la agenda mediática y las influencias políticas y económicas pueden condicionar la manera en que se informa sobre este fenómeno.

En este sentido, investigaciones como la de Molek-Kozakowska (2018), titulada "Popularity-driven science journalism and climate change: A critical discourse analysis of the unsaid", han demostrado que el periodismo científico, impulsado por la popularidad y el interés del público, tiende a omitir aspectos clave del cambio climático. Este análisis crítico del discurso evidencia que ciertos temas quedan fuera de la agenda mediática debido a dinámicas comerciales o de entretenimiento, priorizando narrativas simplificadas o sensacionalistas. Esta situación resalta la importancia de estudiar cómo los comunicadores en Cusco abordan la problemática del cambio climático y si replican estas tendencias o desarrollan enfoques alternativos más profundos.

A nivel nacional, Nieto, M. (2022), en su tesis de licenciatura "Periodismo científico: campaña periodística escrita para concienciar a los ciudadanos sobre los efectos del cambio climático", concluyó que la cobertura de noticias sobre cambio climático es más frecuente a nivel nacional que local en medios como El Comercio, Correo y La Industria. Nieto (2022) subraya la necesidad de implementar una campaña periodística objetiva, destacando la importancia de un acercamiento con el lector y su identificación con las historias narradas. Propone que el contenido sobre cambio climático debe ser amigable, utilizando diseños, ilustraciones, infografías y fotografías (pp. 34-56). Su estudio aporta conocimientos sobre el periodismo científico y la comparación de coberturas noticiosas a nivel nacional y local, incluyendo el uso de géneros periodísticos para optimizar la recepción del mensaje.

En el ámbito local y comunitario, Santillán, V. (2015), en su tesis de licenciatura "Comunicación y medio ambiente: Las radios comunitarias como garantes del desarrollo sostenible en el Perú, en la Agenda Climática Nacional post COP-20", analizó radios comunitarias como Rimarinakusunchis (ubicada en Urubamba - Cusco), JHC y La Voz de la Selva. Santillán (2015) concluyó que estas radios están fuertemente enfocadas en temas medioambientales, como la gestión de residuos sólidos y las buenas prácticas agrícolas, demostrando una notable capacidad para conectar el tema del cambio climático con la realidad cotidiana de sus radioescuchas. Esto subraya la necesidad de fomentar el diálogo y

la colaboración entre las redes de radios comunitarias (pp. 34-75). La investigación de Santillán (2015) es un referente crucial para comprender el trabajo sobre cambio climático y medio ambiente en los medios locales, especialmente en el contexto de Cusco, y destaca el potencial de la comunicación local para vincular los desafíos globales con las realidades inmediatas de la población.

La pertinencia de esta investigación se refuerza al considerar el contexto específico de Cusco. El estudio de Weibel, M. C. (2021), por ejemplo, profundiza en las percepciones del cambio climático en la región, tanto dentro como fuera de la academia, evidenciando la diversidad de entendimientos que los comunicadores locales deben navegar. Por su parte, la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático (ERFCC) al 2050, recientemente oficializada en Cusco en junio de 2025 mediante la Ordenanza Regional N. ° 264-2025-CR/GRC, representa un hito fundamental para la gestión climática regional. Este instrumento de planificación, resultado de un proceso participativo multiactor liderado por el Consejo Regional de Cambio Climático (CORECC), contempla 60 medidas de adaptación y mitigación en diversos sectores y busca asegurar la sostenibilidad y resiliencia del desarrollo regional. La existencia y reciente aprobación de esta estrategia subraya la importancia de que la comunicación local esté alineada con los objetivos y acciones planteadas, y pone en relieve la necesidad de investigar cómo los comunicadores locales interpretan y difunden esta hoja de ruta.

En un contexto más amplio del impacto del cambio climático en Perú, Pongo, A. (2019), en su tesis de maestría "El Perú frente al cambio climático y los tributos verdes", concluye que es fundamental que el Estado priorice los derechos de la población a un ambiente equilibrado y a la salud, incluso por encima de beneficios económicos de grupos específicos. Pongo (2019) destaca la importancia de implementar tributos verdes y de utilizar la política fiscal estratégicamente para lidiar con los efectos del cambio climático, aportando una perspectiva sobre las herramientas de gestión que requieren ser comunicadas eficazmente. Asimismo, Villarroel, V. (2021), en su tesis de maestría "Efecto del Cambio

Climático en el Desarrollo Sostenible del Perú y sus Regiones, 2006 – 2018", concluyó, a través de un enfoque cuantitativo, que el sector económico tuvo una alta sensibilidad a los impactos del cambio climático y que la región selvática soportó más intensamente estos efectos entre 2006 y 2018. Estas investigaciones contextualizan la urgencia y las dimensiones del cambio climático en el país, resaltando la relevancia de la comunicación para la acción.

Asimismo, la tesis de Alegre, B. (2022), "Análisis de la implementación de la estrategia regional frente al cambio climático en la Región Cusco", si bien enfocada en los factores de implementación (financieros, recursos humanos especializados y voluntad política) que intervienen en la ERFCC, proporciona un referente del estado situacional regional. Es relevante destacar que esta tesis fue realizada por una de las líderes de la red de comunicadores ambientalistas del Cusco, lo que confiere una riqueza investigativa adicional sobre el pensamiento y las percepciones de actores clave en la región respecto al cambio climático y sus desafíos de implementación, incluyendo implícitamente la dimensión comunicacional en la efectividad de estas políticas.

La forma en que se comunican los contenidos sobre cambio climático a menudo no facilita la participación pública ni incita a cambios significativos en la opinión o el comportamiento individual. En este contexto, el género de los comunicadores científicos y del público ha recibido menos atención académica, y el papel del género en la definición de estrategias eficaces de comunicación sobre el cambio climático sigue siendo poco comprendido.

En el contexto peruano, la tesis de licenciatura de Eyzaguirre, E. (2022), "Mujeres periodistas y roles de género en la televisión peruana", analiza el rol de la mujer periodista en los distintos espacios televisivos. Sus conclusiones revelan la existencia de relaciones de poder, falta de respeto y desigualdad en la empleabilidad femenina en comparación con la masculina. Eyzaguirre (2022) destaca que los varones periodistas acceden con mayor facilidad a puestos de poder, mientras que las mujeres sufren de rechazo y sexualización, sin que se tome en cuenta su capacidad y rendimiento profesional. Este estudio aporta una base

relevante sobre las dinámicas de género en el campo periodístico peruano, lo cual es crucial para comprender cómo estas desigualdades podrían influir en la forma en que las mujeres comunicadoras abordan y enmarcan temas complejos como el cambio climático, y cómo su voz podría ser percibida o limitada dentro de la esfera mediática.

Otro aspecto crucial a considerar en la comunicación sobre el cambio climático es la posible influencia del género del comunicador en la credibilidad o resonancia del mensaje con diversas audiencias. En esta línea, el estudio "The Role of Gender in Effective Climate Change Communication" (O'Callaghan, 2024) exploró esta área. Esta investigación reveló una compleja interacción entre el género del comunicador, la receptividad de la audiencia y el contexto general en que se transmiten los mensajes climáticos, lo que impacta directamente en la eficacia percibida de la comunicación. Aunque la dinámica de género claramente configura las estrategias comunicativas, el estudio concluye que la efectividad de los mensajes está determinada principalmente por la relación general entre el comunicador y la audiencia. Curiosamente, la investigación encontró que el género del comunicador, como variable independiente, no resultó ser tan significativo como se preveía inicialmente en la influencia de la efectividad del mensaje.

Con base en estos hallazgos, el estudio de O'Callaghan (2024) propone un marco de cuatro pilares para mejorar la comunicación sobre el cambio climático, considerando el género de los comunicadores y las audiencias. Este marco enfatiza la necesidad de estrategias de comunicación que expliquen perspectivas localmente relevantes y centradas en soluciones, junto con la importancia de la segmentación de la audiencia, técnicas narrativas efectivas y la provisión de pasos prácticos. Cada pilar contribuye a un enfoque multidimensional diseñado para trascender los silos de conocimiento convencionales y apoyar a los comunicadores del cambio climático en el diseño de estrategias de comunicación que conecten mejor con audiencias diversas. Los hallazgos ofrecen, por lo tanto, una serie de perspectivas iniciales sobre el papel de las estrategias de género y específicas para cada público en la comunicación sobre el cambio climático. Al proporcionar un marco para los

comunicadores, la tesis busca ayudar a mejorar el alcance y la eficacia de los mensajes climáticos, fomentando una mayor participación pública y, en última instancia, la acción pública ante la emergencia climática. La inclusión de la perspectiva de género en la formación y práctica de los comunicadores es, por tanto, un componente fundamental para una comunicación climática verdaderamente equitativa y efectiva.

La revisión de la literatura evidencia la creciente preocupación por la efectividad de la comunicación del cambio climático. Se ha transitado de un enfoque centrado en la mera difusión de información científica a una comprensión más sofisticada del papel del framing y la adaptación de mensajes a los valores de la audiencia para reducir la polarización, como destaca Comella Romeu (2025). Los estudios de Boykoff (2019) y Entman (1993) establecen la base teórica de la agencia de los comunicadores en la construcción de narrativas. Los trabajos de Shanahan (2007) y Nieto (2022) subrayan los desafíos inherentes a la profesión periodística en el contexto peruano, como la necesidad de capacitación, la prevalencia de narrativas de catástrofe o la limitada cobertura local y la falta de un enfoque amigable, respectivamente. La investigación de Santillán (2015) revela el potencial de los medios comunitarios en conectar el tema climático con la realidad local, un aspecto vital para regiones como Cusco. Además, Beling y Fernández (2020) resaltan el desbalance en la producción de conocimiento sobre cambio climático, con menos trabajos provenientes de los países directamente afectados. A nivel de políticas, la reciente oficialización de la ERFCC al 2050 en Cusco (2025) subraya la urgencia y el marco de acción local que la comunicación debe acompañar.

Si bien existe un cuerpo considerable de investigaciones sobre la comunicación del cambio climático y el framing a nivel global y nacional, se identifica un vacío significativo en el estudio específico de cómo las y los comunicadores de Cusco entienden y transmiten esta problemática. Aunque estudios como los de Nieto (2022) y Santillán (2015) tocan aspectos locales o nacionales de la comunicación ambiental en Perú, no profundizan en el enfoque particular de los comunicadores de Cusco, su formación específica, sus percepciones sobre

el framing más efectivo para su contexto local, ni las particularidades de la influencia del género en sus prácticas comunicativas. La investigación de Alegre (2022) sobre la Estrategia Regional frente al Cambio Climático en Cusco, y su conexión como líder comunicadora ambientalista, resalta la importancia de entender los factores locales. El estudio de Weibel (2021) sobre las percepciones del cambio climático en Cusco subraya la necesidad de una comunicación adaptada al contexto local, lo que refuerza la importancia de comprender el enfoque de quienes la emiten. Por último, mientras estudios como el de Eyzaguirre (2022) iluminan las dinámicas de género en el periodismo peruano, aún es necesario explorar cómo estas dinámicas se cruzan específicamente con la comunicación del cambio climático y con el enfoque que adoptan las comunicadoras. Este estudio busca contribuir a llenar estas brechas, ofreciendo una comprensión detallada del papel de los comunicadores y comunicadoras en la difusión del cambio climático en Cusco, identificando sus enfoques, desafíos y oportunidades, y aportando una perspectiva crucial sobre la comunicación climática en un contexto regional y culturalmente significativo.

## CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1. Hipótesis

#### 3.1.1. Hipótesis General

El enfoque de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú, es diferente entre comunicadores varones y mujeres, está condicionado por factores de género y económicos, siendo principalmente las mujeres quienes, pese a enfrentar mayores limitaciones materiales, asumen un rol activo y comprometido en la difusión de estos temas.

#### 3.1.2. Hipótesis Específicas

**HE1.** Los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco, son discursos que integran conocimientos científicos generales y una visión cultural basada en el respeto y amor a la Madre Tierra, reflejando tanto su especialización en el tema como su compromiso ético y social.

**HE2.** Los canales de difusión que las comunicadoras y comunicadores utilizan en Cusco, para informar sobre el cambio climático, son principalmente la radio y la televisión, siendo las redes sociales un espacio aprovechado para el periodismo independiente.

### 3.2. Identificación de Variables e Indicadores

Emisión de información sobre cambio climático

### 3.3. Operacionalización de Variables

(Ver página siguiente)

Tabla 1.

*Matriz de operacionalización de variables*

Categorías	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
<b>Enfoque de las comunicadoras y comunicadores</b>	En la comunicación, este enfoque es conocido como framing o encuadre. Consiste en “seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo, de modo que promuevan una definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación para su tratamiento” (Entman, 1993, p. 52).	<p>Para operacionalizar esta categoría, se empleará un enfoque cualitativo basado en técnicas que permitan explorar en profundidad sus perspectivas, experiencias y prácticas comunicativas a través de:</p> <p>Entrevistas en profundidad, dirigidas a comunicadoras y comunicadores.</p> <p>Historias de vida, que permitirán reconstruir trayectorias personales y profesionales, y su vínculo con el territorio y los temas ambientales.</p> <p>Grupos focales, como espacios de diálogo colectivo para identificar percepciones compartidas sobre el enfoque comunicativo, las plataformas utilizadas y los contenidos difundidos.</p> <p>El procesamiento y análisis de los datos se realizará con el software ATLAS.ti, a través de la codificación abierta y axial de las categorías, subcategorías y patrones emergentes.</p>	<p>Definición del problema</p> <p>Evaluación moral</p> <p>Propuestas de solución</p>	<p>Uso de términos como “crisis climática”, “cambio global”, “daño ambiental”, etc.</p> <p>Relación del problema con lo local (Cusco, territorios andinos).</p> <p>Énfasis en impactos visibles (glaciares, agricultura, salud, etc.)</p> <p>Mención de injusticias sociales o climáticas.</p> <p>Enfoques con perspectiva de género, territorio o derechos.</p> <p>Referencias a lo que “debería” cambiar (consumo, políticas, roles sociales).</p> <p>Llamados a la acción (educación, concientización, movilización).</p> <p>Sugerencias de cambios en conducta individual o colectiva.</p> <p>Promoción de saberes locales, participación ciudadana o alternativas sostenibles.</p>

<b>Emisión de información sobre el Cambio climático</b>	“La emisión no puede consistir en ‘depositar’ informaciones en un receptor pasivo. Emitir implica generar un proceso en que el otro pueda apropiarse del mensaje, confrontarlo con su experiencia y devolverlo resignificado. Si no hay ida y vuelta, no hay comunicación: hay instrucción o adoctrinamiento” (Kaplún, 1998, p. 91).	En esta categoría se analizará cómo se seleccionan los contenidos, qué canales se utilizan y qué estrategias se adoptan para fomentar la participación, la comprensión y la acción en torno al cambio climático.  Los métodos para recolectar la información incluyen entrevistas en profundidad, grupos focales y revisión de materiales emitidos (radio, redes sociales, campañas). El análisis se realizará con el software ATLAS.ti, codificando las formas de emisión, los canales utilizados, los niveles de interacción propuestos.	Intención comunicativa	El mensaje busca promover la reflexión, el diálogo o la acción colectiva.
			Canales de difusión	Hay conciencia del rol ético y político de la comunicación. Se utilizan medios accesibles y cercanos al público (radio comunitaria, redes sociales, espacios barriales, etc.).
			Participación del público	Elección de canales según el contexto socioterritorial.  Uso combinado de medios formales e informales. Se promueven espacios para la expresión de la audiencia (testimonios, entrevistas, comentarios, debates).
			Financiamiento	Hay apertura al diálogo y retroalimentación.  Se reconoce a la comunidad como co-constructora del mensaje. Fuente de recursos Limitaciones económicas Continuidad y sostenibilidad del trabajo comunicativo Estrategias de sostenimiento Autonomía en la producción de mensajes

*Nota.* Matriz elaborada en base a Entman (1993, p. 52) y Kaplún (1998, p. 91).

## CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1. Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica

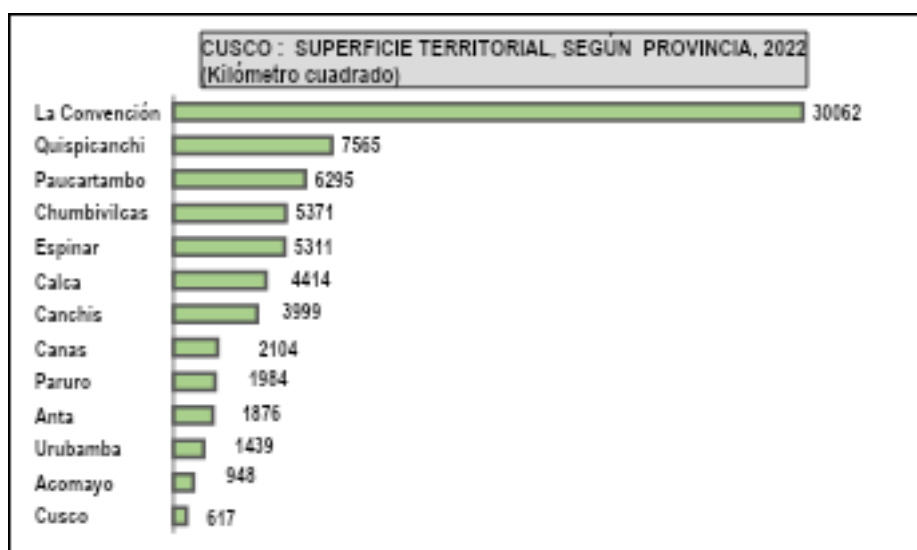
Para el desarrollo del trabajo de la investigación es importante contar con información actualizada de la población del Cusco, su crecimiento en la ciudad y decrecimiento en la zona rural, lo cual ayudará a contextualizar la situación del cambio climático en nuestra región.

#### 4.1.1. Localización y Contexto Geográfico

La Región del Cusco está ubicada al Sur del área peruana, con una altitud que va desde los 650 msnm. (Quellouno) hasta los 4801 msnm. (Suykutambo) tiene 13 provincias y 112 distritos, la capital del departamento es la provincia del Cusco, que está conformada por 8 distritos (INEI, 2022).

#### Figura 6.

*Superficie territorial de la Región de Cusco*



*Nota.* Gráfico elaborado con datos del INEI, 2022.

Según el último censo de población realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI del 2017, el Cusco tiene una población de 1,205 527 personas.

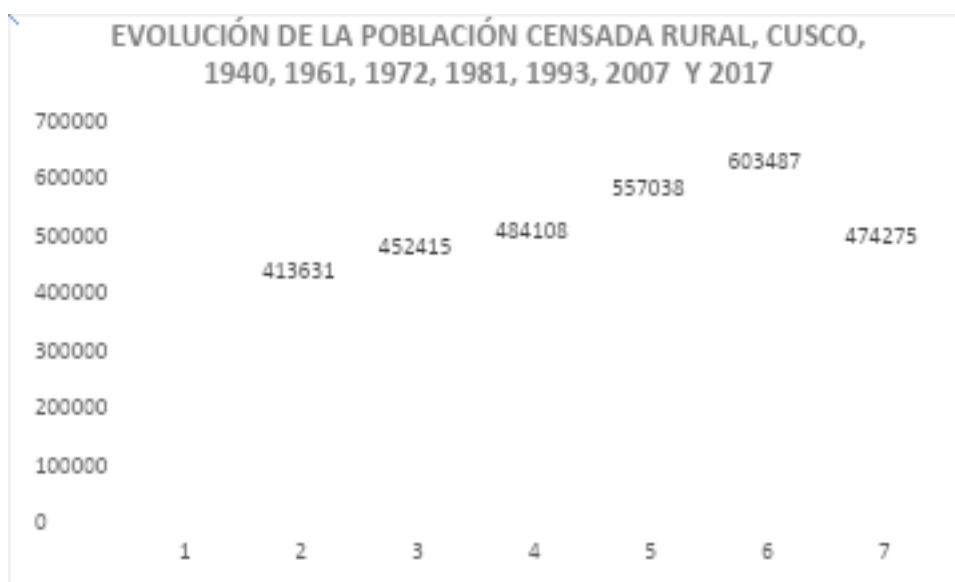
La mayor cantidad de la población de la Región del Cusco, vive en la provincia de Cusco, 50% de acuerdo al último reporte de la Estrategia Regional Frente al Cambio

Climático, 2012. Lo que demuestra una alta tasa de migración del campo a la ciudad directamente relacionada al Cambio Climático (ERFCC, 2012).

Esta cifra obtenida el 2012 se confirma con el censo realizado el 2017 donde se refleja que la población urbana del Cusco ha tenido un aumento poblacional en los últimos 5 años de 163,336 y la población rural ha tenido un decrecimiento de 129, 212 a comparación de su población del censo del 2007 (INEI, 2017).

### Figura 7.

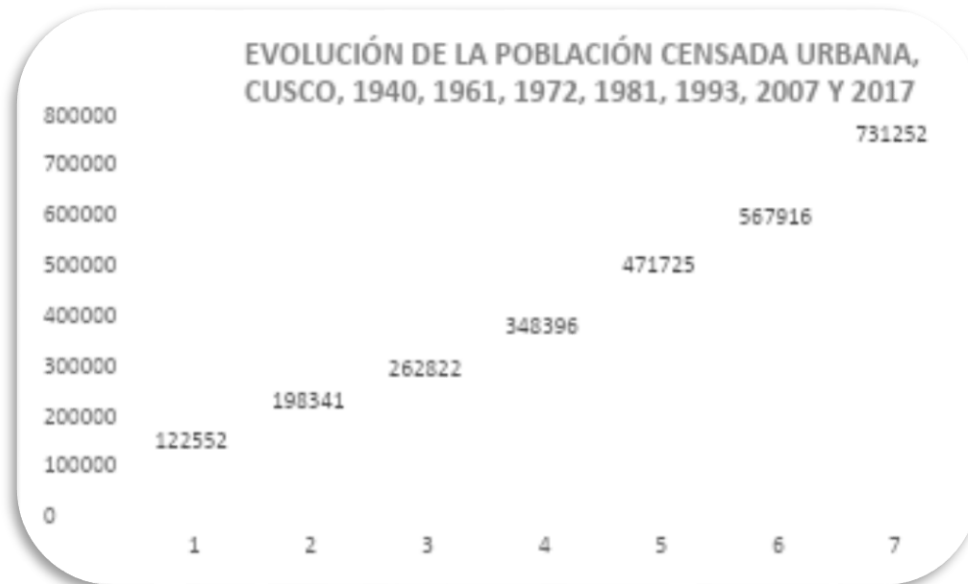
*Evolución de la población censada rural en Cusco de 1940 al 2017*



*Nota.* Elaboración propia en base al Censo del INEI 2017

**Figura 8.**

*Evolución de la población censada urbana en Cusco de 1940 al 2017*



*Nota.* Elaboración propia en base al Censo del INEI de 2017

#### **4.1.2. Cusco y el Tema Medio Ambiental *la superficie de tierras de cultivo destruidas por desastres es de 7816 (INDECI 2021)***

La cantidad de personas fallecidas por la ocurrencia de desastres se incrementó en los últimos años en especial en la provincia de Cusco que presenta para el 2021, 14 fallecidos y en la convención 9 fallecidos a causa de estos desastres (INEI, 2021, Cuadro 2,19).

Al 2022, solo 55 de 112 municipalidades distritales cuentan con un plan de prevención y reducción del riesgo de desastres (INEI 2020).

24 municipalidades al 2021 no cuentan con oficina o unidad ambiental. (INEI 2021)

No se cuenta con un Plan de Acción en Género y Cambio Climatológico (PAGCC), en ninguna municipalidad al 2021, habiéndose desarrollado el 2018 por dos Municipalidades, igualmente en el tema de la Estrategia Nacional de Bosques y Cambio Climático no se registró ninguna municipalidad a pesar de que en el 2018 se tenían 3 municipalidades con dicha estrategia.

**Figura 9.**

*Municipalidades que realizaron acciones para incentivar la conservación ambiental 2016 al 2020*

## 2.25 CUSCO: MUNICIPALIDADES QUE REALIZARON ACCIONES PARA INCENTIVAR LA CONSERVACIÓN AMBIENTAL, 2016 – 2020

Municipalidades y tipo de acción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Municipalidades</b>	<b>110</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>112</b>
<b>Municipalidades que tienen instrumentos de la gestión del riesgo de desastres</b>	<b>108</b>	<b>106</b>	<b>98</b>	<b>104</b>	<b>103</b>
Tipo de acción para la conservación del medio ambiente:					
Campañas de concientización ambiental	92	87	83	86	72
Concursos de iniciativas de cuidado del ambiente	51	39	33	49	25
Ejecuta proyectos ambientales	44	44	29	38	36
Dispone de Comisión Ambiental Municipal	43	29	24	24	16
Apoyó en la formulación de proyectos sobre problemática ambiental	32	24	13	22	20
Convenios interinstitucionales	29	27	15	21	27
Charlas educativas	70	75	71	76	44
Atención y apoyo a denuncias ambientales por la población	66	52	25	50	59
Realizó mediciones acústicas con sonómetro	4	5	8	13	11
Otro	-	-	1	-	1
<b>Municipalidades que no tienen instrumentos de la gestión del riesgo de desastres</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Registro Nacional de Municipalidades.**

Nota. Elaborado por el INEI el 2020

La provincia que más basura genera es el Cusco, con 404.6 toneladas anuales, la provincia que menos basura genera es Paruro con 5,3 toneladas por año.

## Figura 11

### Figura 10.

*Destino final de residuos sólidos por municipios 2020*



*Nota.* Elaboración Propia con información del INEI, 2020

## 4.2. Tipo y Nivel de Investigación

### 4.2.1. Enfoque de Investigación

Enfoque de investigación cualitativa, puesto que el estudio pretendió utilizar datos cualitativos como las opiniones y comentarios de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático, además utilizó la técnica de la entrevista a profundidad que permite la obtención de información sin sesgar cada contenido. Por tanto, según Hernández y Mendoza (2018) la investigación cualitativa *“La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorarlos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto”* (p.390).

### 4.2.2. Tipo de Investigación

Básica o teórica, puesto que la investigación se centra en analizar las teorías de la comunicación y el cambio climático en la ciudad del Cusco, además se estudiará el enfoque de los comunicadores sobre el cambio climático.

### **4.2.3. Nivel de Investigación**

El estudio es de nivel descriptivo y explicativo; descriptivo porque evidenció las características sobre la información del cambio climático que emiten las comunicadoras y comunicadores en sus programas televisivos, radiales, de la ciudad de Cusco y explicativo porque la información obtenida será discutida a partir de la triangulación con antecedentes de investigación y teorías sobre comunicación y cambio climático.

### **4.2.4. Diseño de Investigación**

El diseño de investigación es Teoría fundamentada, debido a que aporta a nuestra investigación “riqueza interpretativa y aportan nuevas visiones de un fenómeno”. (Hernández y Mendoza, 2018, p. 527). En esta investigación, el diseño metodológico estuvo basado en la teoría fundamentada, lo que permitió explorar e interpretar de manera inductiva los discursos de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático, así como sus acciones en el ámbito mediático. Este enfoque fue clave para generar teoría a partir de los datos obtenidos en el campo, sin partir de hipótesis previas, permitiendo que los hallazgos emergieron directamente de los testimonios y experiencias compartidas por los participantes.

La aplicación de la teoría fundamentada se desarrolló en tres fases principales:

#### **1. Recopilación iterativa de datos**

Se emplearon diversas técnicas cualitativas, como entrevistas a profundidad, historias de vida y un grupo focal. La recolección de datos no fue lineal, sino un proceso iterativo, en el cual se ajustaron las preguntas y se exploraron nuevas áreas temáticas conforme emergen categorías relevantes durante el análisis. Por ejemplo, al identificar que las capacitaciones en cambio climático ofrecidas por la Red de Comunicadores Ambientalistas tenían un impacto significativo en la toma de conciencia de sus miembros, se profundizó en este aspecto mediante preguntas específicas en entrevistas posteriores.

#### **2. Codificación y análisis de datos**

El análisis se basó en las tres etapas de codificación propias de la teoría fundamentada:

**Codificación abierta:** Se realizó una segmentación inicial de los datos para identificar conceptos clave y categorías emergentes, como "toma de conciencia", "acción ambiental", "discriminación de género", y "rentabilidad del periodismo ambiental".

**Codificación axial:** Se relacionaron las categorías emergentes, identificando patrones y conexiones entre los factores formativos, sociales y culturales que influyen en el compromiso ambiental de las comunicadoras y comunicadores. Por ejemplo, se vinculó el impacto de las capacitaciones con la motivación de las comunicadoras para abordar temas ambientales en sus programas.

**Codificación selectiva:** Las categorías integradas permitieron construir un marco explicativo que articula cómo las experiencias formativas, las barreras socioculturales y el contexto mediático local moldean las acciones y discursos de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático.

### **3. Generación de teoría emergente**

A partir del análisis inductivo, se generaron conceptos y teorías específicas sobre el rol de las comunicadoras y comunicadores en la promoción de la adaptación y mitigación al cambio climático en Cusco. Por ejemplo, se propuso que el compromiso ambiental de las comunicadoras está estrechamente relacionado con su acceso a formación especializada y su experiencia directa con problemas ambientales en la región. Asimismo, se identificó que la discriminación por género, apariencia y edad limita el alcance de sus acciones en ciertos espacios mediáticos.

#### **Contribución de la teoría fundamentada al estudio**

La teoría fundamentada permitió que los resultados reflejaran fielmente las voces y perspectivas de las comunicadoras y comunicadores, evitando imponer preconceptos y adaptando el análisis a las realidades dinámicas y contextuales del Cusco. Este enfoque no solo enriqueció la interpretación de los datos, sino que también ofreció una visión integradora del impacto de las capacitaciones, las barreras estructurales y los esfuerzos individuales en la promoción del cambio climático y la acción ambiental.

### **4.3. Unidad de Análisis**

La unidad de Análisis es la “*Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco*”, que está conformada por 20 comunicadoras y comunicadores.

### **4.4. Población de Estudio**

La Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco, está conformada por 22 comunicadoras y comunicadores del Cusco.

### **4.5. Tamaño de la Muestra**

La muestra estuvo representada por 9 expertas relacionados a la comunicación y al medio ambiente que tienen cargo directivo y estuvieron desde el inicio de la conformación de la Red.

#### **4.5.1. Tipo de Muestreo**

El tipo de muestra es no probabilística, es propositiva guiada por los propósitos de la investigación. Muestra de expertos (Sampieri y Mendoza, 2018, p.429).

### **4.6. Técnicas de Selección de la Muestra**

Muestra no probabilística o dirigida, son tipos de muestras propositivas guiadas por uno o varios propósitos (Sampieri y Mendoza, 2018, p. 429).

### **4.7. Técnicas de Recolección de Información**

- Entrevista a profundidad
- Grupo focal
- Historias de vida
- Observación participante

### **4.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Muestra**

Teoría fundamentada (Sampieri y Mendoza, 2018, p. 465).

### **4.9. Técnicas para Demostrar la Verdad o la Falsedad de las Hipótesis Planteadas**

Conforme se avanzó en la recopilación de datos, la selección de unidades de análisis y la generación de categorías y temas, se presenta la hipótesis, la cual en la ruta cualitativa se encuentra durante la investigación, la técnica continúa siendo la teoría fundamentada. (Sampieri y Mendoza, 2018, pp. 440 - 467).

## **CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **5.1. Procesamiento Análisis Interpretación y Discusión de Resultados**

En el presente capítulo se da a conocer los resultados obtenidos en la investigación, así como la discusión de los mismos. Los datos recolectados fueron analizados en tres etapas principales: Codificación abierta, axial y selectiva, dando como resultado temas, categorías y subcategorías; las cuales permitieron construir una teoría emergente que respondió al problema de investigación. Para realizar el procesamiento de la información, se trabajó con el programa ATLAS. Ti. A continuación, se desarrollan los principales temas hallados en la construcción de los discursos.

### **5.2. Conciencia Climática**

De la categoría Conciencia Climática, emergieron 4 subcategorías de análisis, las cuales fueron fundamentales para el compromiso medio ambiental de los comunicadores:

a) Capacitación, b) Maestría, c) Conocimiento de la realidad medioambiental, d) Amor por la madre tierra, a continuación, su desarrollo.

#### **a) Capacitación**

De acuerdo a los datos y su posterior análisis, la capacitación en temas ambientales y climáticos fue fundamental para la toma de conciencia sobre la crisis climática, conocimiento que repercutió en la construcción del discurso de las comunicadoras y comunicadores sobre el cambio climático en sus programas de radio y televisión en el Cusco.

El análisis de esta categoría muestra que, las comunicadoras y comunicadores que participaron de capacitaciones continuas en temas de cambio climático y medio ambiente, se sensibilizaron y crearon una conciencia y compromiso medio ambiental reflejado en las acciones de difusión del tema climático. Sobre la primera capacitación, el taller tuvo una duración de dos días, fue realizado con el apoyo de SERNANP y de la Asociación de la Cuenca Amazónica (ACCA), causando emoción en los participantes quienes recuerdan esta capacitación con una sonrisa en el rostro que expresa la esperanza que tienen en que las

cosas cambien en el tema medio ambiental en el Cusco. Al respecto uno de los comunicadores nos comenta:

*“Recibimos el apoyo de SERNANP y de ACCA fueron los primeros que nos ayudaron e hicimos un taller en la casa de retiro que está frente del río Huatanay y nos encerramos dos días” (Comunicador 8).*

Durante los primeros años, estos comunicadores y comunicadoras recibieron capacitaciones por parte de ponentes internacionales, nacionales y locales, algunos miembros por sus cargos en las instituciones tenían contacto con especialistas en Medio Ambiente y los invitaban a dar charlas para la Red.

*“Les invitamos a dar charlas en el local de interpretación del SERNANP que está en Av. El sol, ahí nos reunimos y recibimos las charlas porque realmente necesitábamos especializarnos en los temas ambientales porque se conoce muy poco” (Comunicador 8).*

Que la red está integrada por un grupo de comunicadores, le da fuerza de convocatoria para las actividades medioambientales que coberturas.

Cuenta con una Misión y Visión, su organización está guiada por un plan estratégico dividido por tres ejes, el tema de fortalecimiento de capacidades; oferta de servicios impulsando campañas de sensibilización; productos audiovisuales, educación ambiental y el tema de difusión.

*“Nosotros somos comunicadores, no solo somos periodistas, entonces podemos impulsar el tema de campañas de sensibilización, productos audiovisuales y un montón de cosas, educación ambiental y dijimos vamos a presentar no” (Comunicadora 5)*

Asimismo, las comunicadoras presentaron una alternativa para el ingreso de recursos económicos en esta área.

Todas las comunicadoras y comunicadores entrevistados recibieron capacitación en temas de medio ambiente y cambio climático dentro de la Red, la toma de conciencia y el

posterior compromiso medioambiental se dio después de comprender teóricamente cómo afecta el cambio climático a la población del Cusco.

Al conversar y entrevistar a las comunicadoras y comunicadores, se evidenció que conocen técnicamente el tema del cambio climático y también conocen el panorama y la situación medio ambiental en el Cusco.

Las capacitaciones que las comunicadoras y comunicadores recibieron en la red, fueron de diferentes organismos que trabajan en la línea medio ambiental, lo que hizo reflexionar a las comunicadoras sobre la importancia de cuidar y de vivir en armonía con el medio ambiente.

“Antes no sabíamos los temas de especialidad del cambio climático entonces con esa formación que tuvimos empezamos a invitar, a hablar y tratar de que en los medios se conozcan los temas ambientales, sobre todo la adaptación al cambio climático”.

(Comunicador 4)

Los comunicadores aprendieron durante la capacitación de temas medio ambientales y de cambio climático, adquirieron conocimientos de adaptación al cambio climático, lo cual repercutió en el discurso sobre el cambio climático en sus programas.

Al recordar el tiempo de las capacitaciones, muchos comunicadores despiertan ese interés en defender a la madre tierra, ellos piensan que se pueden hacer muchas acciones desde el área comunicativa para dar a conocer la importancia que tiene nuestro planeta y la naturaleza.

Las capacitaciones fueron organizadas principalmente por la Red de Comunicadores Ambientales, así la Red se consolidó como un espacio crucial de formación, con el apoyo de comunicadores de instituciones públicas y privadas, se logró contactar a especialistas para impartir estas charlas. De esta manera, la Red se convirtió en un pilar fundamental para los comunicadores en la profundización de sus conocimientos en temas ambientales y climáticos. Inicialmente la Red tenía entre 20 y 30 miembros activos, como manifiesta la comunicadora Norma Luz Solis, quien fue coordinadora de la Red desde el 2018 hasta el 2022, ella comenta

que debido a la pandemia no pudieron reunirse presencialmente, optando por reuniones y capacitaciones virtuales, que disminuyeron con el tiempo.

*“La Red tiene de 20 a 30 miembros afiliados con vocación de servicio. No hay financiamiento más que la voluntad de cada uno de pertenecer y hacer reportajes e informes, trabajo medioambiental dentro de la prensa y la comunicación”.*  
(Comunicadora 7)

La cantidad de comunicadores y comunicadoras que integraban la Red disminuyó entre los años 2018 y 2020, en la actualidad se cuenta con un poco menos de 20 integrantes activas y activos.

Este proceso demuestra la relevancia de la formación continua en el periodismo moderno. Los hallazgos de la tesis coinciden con lo planteado por Shanahan (2007), quien resalta la urgencia de que los periodistas se capacitan para abordar la complejidad del cambio climático, evitando narrativas de catástrofe y centrándose en la relevancia local. Asimismo González Gaudiano y Meira (2020), sostienen que la capacitación en materia climática no debe limitarse a la mera transmisión de datos científicos o fenómenos meteorológicos. En este sentido, los comunicadores de la red llevan el conocimiento adquirido a la dimensión política y social, realizando un proceso transformador.

### **b) Maestría en Cambio Climático**

Cinco integrantes de la Red realizaron una maestría en Cambio Climático en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Es importante destacar que una de las personas que realizó la maestría fue la primera coordinadora de la Red, Mg. Bertha Alegre (2023).

*“...Poco a poco he ido entendiendo yo la problemática del cambio climático, yo creo que mi maestría es la que me ha ayudado mucho y de allí yo lo tengo claro, creo que es como que eliges y abrazas una causa...”* (Comunicadora 1).

La creación de la Red fue un momento decisivo para la comunicadora Bertha Alegre, quien desde muy joven sentía inclinación por la defensa de la madre tierra, desde que comenzó a laborar en los medios de comunicación difundió la importancia de cuidar el medio ambiente donde vivimos.

Al asumir el cargo y la responsabilidad de liderar la Red, la comunicadora Bertha decidió realizar la maestría en Cambio Climático en la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, fue parte de la primera promoción de la maestría en cambio climático en la UNSAAC. Para la comunicadora realizar la maestría fue un reto, además del conocimiento técnico que aprendió, ella resalta la relación que tuvo con diferentes profesionales especializados en las ciencias naturales, dentro de la maestría conoció a biólogas y biólogos que hasta la fecha son grandes amistades de la comunicadora y personas con las que puede contar, son como una red de apoyo para ella.

*"Mira este el tema del cambio climático, digamos yo ya lo aprendo y lo consolidó por el tema de la maestría junto a otros colegas" (Comunicadora 3).*

A la maestría se presentaron 5 integrantes de la Red (periodistas, comunicadores de instituciones y relacionistas públicos). En el primer semestre se retiraron 2 comunicadores y continuaron 3 periodistas que realizan la labor periodística cotidiana.

Al conversar con las comunicadoras sobre la realidad climática en el Cusco, ellas hablaban con un lenguaje técnico acerca del cambio climático, además también resaltan la importancia del proceso de adaptación al cambio climático y actuar desde la prevención.

Finalmente, la dedicación de las comunicadoras a traducir datos complejos a un lenguaje accesible para el público respalda directamente la recomendación de Barrantes y Contreras (2021) sobre la necesidad de un periodismo científico. Este enfoque es crucial para hacer que la información del IPCC (2018) y otras fuentes científicas sea comprensible para todos, fomentando la participación ciudadana y la toma de decisiones informadas.

Estos resultados no solo demuestran la efectividad de una comunicación especializada y comprometida, sino que también responden a los desafíos identificados por Shanahan (2007)

y Nieto (2022) sobre la falta de capacitación y la limitada cobertura local en el periodismo peruano. Los hallazgos muestran que, en la Red de Comunicadores Ambientalistas, estos obstáculos están siendo superados con una combinación de formación, activismo y una conexión profunda con su comunidad y territorio.

### **C) Conocimiento de la realidad medio ambiental**

Algunos comunicadores que iniciaron su labor en radio y que ahora trabajan como comunicadores en proyectos medioambientales, dicen que aprendieron a valorar a la madre tierra por las visitas a campo que realizaron.

Para las comunicadoras y comunicadores ir al lugar donde suceden los hechos, ha hecho que tomen conciencia sobre la importancia de actuar sobre los efectos del cambio climático.

Las comunicadoras y comunicadores entrevistados conocen la realidad de los problemas ambientales que se presentan en la actualidad en la ciudad del Cusco, la gestión de los residuos sólidos, la escasez de agua y el uso excesivo de los plásticos, estos problemas las motivan a actuar.

*“Como que te llega y dices ya es hora de que yo también ponga mi granito de arena para contribuir en el tema ambiental, la protección ambiental”  
(Comunicadora 5).*

La visita a campo donde se producen los desastres naturales hacen que las comunicadoras y comunicadores al conocer previamente sobre este tema teóricamente se comprometan a asumir un compromiso de difusión sobre el cambio climático en su accionar. Asimismo, la participación en conferencias de prensa sobre temas medio ambientales, ha permitido a los comunicadores tomar conciencia sobre el tema del cambio climático y la situación de los nevados en el Cusco, como lo comenta el comunicador Grimaldo Zúñiga.

Hubo una conferencia sobre el Quelccaya, a desaparecido un 50% de su masa de hielo, el Colque Puncu en Ocongate ese nevado al que iban los Ukukus los pablitos en la fiesta del Señor de Ccoyllority, subían al nevado hacían sus

ofrendas, sus casitas, ahora ya no pueden ahora ya no hay nieve.

(Comunicador 6)

Las conferencias de prensa son un espacio de reflexión para tomar conciencia sobre la problemática climática. Sin embargo, pocos comunicadores asisten a las conferencias de prensa sobre estos temas, estos comunicadores prefieren cubrir temas políticos. Para Jaggi (2021), se define a los comunicadores y comunicadoras como aliadas estratégicas en la sensibilización pública. Su trabajo no solo es informar, sino que busca la participación activa de la población.

#### **d) Amor por la Madre Tierra**

Las comunicadoras manifestaron que se sienten conectadas a la madre tierra porque sus padres les enseñaron ese amor y respeto. La comunicadora 1 y la comunicadora 2 expresaron que su conexión con la madre tierra la heredaron de sus abuelos y padres, quienes le transmitieron el amor a la madre tierra. Sus antepasados trabajaban en la chacra y tenían un profundo respeto y agradecimiento a la madre tierra.

Otra comunicadora manifestó que tenía esta conexión con la madre tierra porque su papá era un profesional relacionado a las ciencias naturales que tenía contacto con la naturaleza y la hacía partícipe de sus actividades desde niña.

La comunicadora 2, en su historia de vida nos cuenta una conmovedora historia de la relación que tenía con sus abuelos, ellos le enseñaron el amor y el respeto a todos los seres vivos en especial a las plantas:

*“yo he crecido con ellos, el idioma me lo han transferido ellos las costumbres, el amor por los animales, el amor por las plantas” (Comunicadora 2).*

Las comunicadoras comentan que la responsabilidad sobre la toma de conciencia de la población la tienen también los gobiernos locales y regionales quienes entre sus funciones tienen la responsabilidad de hacer cumplir los acuerdos tomados sobre cambio climático a nivel nacional e internacional, lo cual no se viene dando.

Los comunicadores expresan que el tema del cambio climático debería ser un tema transversal.

La investigación revela que la concientización climática de las participantes no es un proceso meramente cognitivo, sino una manifestación de lo que Marisol de la Cadena define como ontologías relacionales; una conexión donde la Tierra es un ser con el que se convive. Esta herencia afectiva de los abuelos permite a las comunicadoras sentipensar, en términos de Arturo Escobar, integrando el amor y la razón en su narrativa ambiental. Finalmente, este vínculo trasciende lo biológico para convertirse en lo que Donna Haraway denomina hacer parientes: una ética de cuidado donde la Madre Tierra es asumida como parte del linaje familiar, convirtiendo la defensa del clima en un acto de protección hacia sus propios ancestros y sucesores.

### **5.3. Compromiso Medio Ambiental**

El compromiso medio ambiental de las comunicadoras se visibiliza en la difusión de temas medio ambientales en sus programas informativos, donde concientizan a la población sobre temas medio ambientales enfatizando la adaptación al cambio climático.

#### **4.3.1. Difusión de Temas Medio Ambientales**

Las comunicadoras y comunicadores entrevistados realizan difusión constante de temas medioambientales y de cambio climático en el que enfatizan el mensaje climático.

Difunden informes medioambientales en los programas que conducen.

Tenemos reportajes sobre el tema medioambiental sobre el agua, el suelo, el aire, los incendios forestales y la tala de bosques, que lo difundimos 2 o 3 veces a la semana. Pasamos reportajes, informes y algunas notas porque tenemos vocación de servicio, sensibilizar por ejemplo de la contaminación del agua, de los ríos hablar cómo podemos prevenir los incendios forestales, cómo se está manejando el tema de los residuos sólidos en Cusco porque ahora es una situación bastante complicada. (Comunicadora 7)

Sobre este tema, al comprender la importancia que tiene la naturaleza para el ser humano la comunicadora 7, se comprometió a la difusión de estos temas en su medio de comunicación:

La naturaleza nos da tanto y es la retribución mínima que tienes que darle no, reflexión, prevención a lo que ya tenemos que son los efectos del cambio climático y ese es el trabajo que siento que deberíamos hacer todos y como periodista, nuestra labor es la de concientización porque la importancia de adecuarnos, adaptarnos al cambio climático que ya estamos viviendo. (Comunicadora 5)

Las comunicadoras se encuentran concientizadas sobre el tema climático y medio ambiental y sienten el compromiso de hacer un aporte a través de los medios de comunicación, ellas quieren sensibilizar a la población.

Expresan que se necesita hacer una difusión constante sobre el tema para generar un cambio en la población, comprometido con este propósito, el comunicador 4, plantea realizar una mayor difusión de estos temas 2 ó 3 veces a la semana para lograr resultados y que se unan más comunicadores a esta intención:

Nos faltaría de repente a la Red un trabajo de sostenibilidad, de concientización con nuestros colegas, pero cuando nosotros les invitamos a nuestras reuniones vienen muy pocos y en las conferencias de prensa por ejemplo que damos acerca de estos temas no vienen y los que vienen son muy pocos, falta conciencia también de los comunicadores sociales entonces a veces nos quedamos solos porque no llegamos al objetivo. (Comunicador 4)

Al respecto, al realizar un seguimiento a los programas de radio, televisión y redes sociales de las comunicadoras y comunicadores, se evidencio que no todos tocan el tema ambiental todos los días en sus programas. En contraste a este hallazgo, se encontró dos comunicadoras muy comprometidas que tocan al menos un tema sobre el cambio climático y el medio ambiente durante sus programas. A continuación, se presenta un extracto del

programa Agenda 2023 por la señal de Rueda de negocios Radio (RN) presentado el 01 de agosto de 2023, donde la comunicadora Bertha Alegre aborda el tema ambiental:

### Figura 11.

#### Guion Radial Programa Agenda 2023

TRANSCRIPCIÓN PROGRAMA: AGENDA 2023 POR LA SEÑAL DE RN  
Fecha: 01 de agosto de 2023

Detalle	Descripción/Transcripción	Duración
Inicio del programa radial	(Música de fondo) Fomentamos el diálogo en una mesa de concertación democrática.	
Publicidad	Se transmite un aviso publicitario y la propaganda del medio	58"
Intro del programa	Suena la intro: Agenda 2023, en 60 minutos abordamos la noticia y los desafíos de nuestro país y el mundo en la búsqueda de un desarrollo sostenible. Aquí comienza Agenda 2023 con Fico Cáceres y Bertha Alegre, la información que necesitas al comenzar la tarde.	
Desarrollo 1er segmento	Comienza hablando la Sra. Bertha Alegre:  Muy buenas tardes distinguidos oyentes, gracias por su preferencia eh, al comenzar la tarde por supuesto después del almuerzo, la siestita quizá en la oficina, en la movilidad o en el bus, en el taxi eh, claro que es propicio escuchar noticias y noticias inclusive alguna de ellas tiene que ser positivas, no todas van a ser malas, pésimas porque tampoco podemos negar como está yendo nuestro país...	
Temáticas:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Política</li> <li>● Ambiente</li> <li>● Economía</li> </ul>	
	Ayer amables oyentes se inició el año, perdón el mes. Un mes muy significativo el mes de agosto, porque ayer ha sido el cumpleaños de la Pachamama, claro muchos dirán esto es todo el mes, bueno depende, depende como uno lo toma en cuenta, lo valora porque la Pachamama es la que nos acoge, es la madre Tierra la que necesitamos nosotros ser agradecidos con ella, nosotros, en todo momento deberíamos estar agradeciendo por tanto que nos da, tenemos un hábitat maravilloso, tenemos flora, fauna, especies, biodiversidad, nevados, a pesar de que tanta degradación de los suelos por incendios forestales a pesar del comportamiento tan mezquino del ser humano, no, talando árboles, desapareciendo lo más que se pueda para traficar, para negociar, además de extraer recursos minerales, que son agotables pero a pesar de ser agotables la madre Tierra ahí esta dándonos alimentos porque allí crece, florece, nos da frutos si usted tiene conciencia en el tema de verdad lo felicito, sino nunca es tarde para reivindicarnos, nunca es tarde para revertir las malas acciones, empezar por lo básico amables oyentes de lo básico en casa, podemos aportar por supuesto desde segregar residuos sólidos, seleccionando orgánicos e inorgánicos y además reusando para que no generemos cantidad, esa cantidad de residuos que se van a Haqura, que es todo un botadero que esta cada vez colapsado, mientras que el alcalde de Cusco nos dice que ya esta el terreno, ya esta el proceso, miren, estamos en el 8vo mes del año, ingresando al octavo mes del año cuanto tiempo más esperaremos señor Pantoja para tener	

*Nota.* Transcripción del programa Agenda 2023 de fecha 01 de agosto de 2023

Dentro de la estructura del guion se observa que la comunicadora hace un llamado a la reflexión de las personas a cuidar del medio ambiente, ella expresa el amor y respeto que le tiene a la madre tierra. Y hace un llamado a la población a tomar acción para cuidar a la madre tierra a través de la segregación de los residuos sólidos, en especial es importante destacar que la comunicadora insta a las autoridades a tomar acciones sobre la gestión de los residuos sólidos; ella visibiliza la problemática climática y ambiental en el Cusco.

*“...nunca es tarde para revertir las malas acciones, empezar por lo básico amables oyentes de lo básico en casa, podemos aportar por supuesto desde segregar residuos sólidos, seleccionando orgánicos e inorgánicos y además reusando para que no generemos cantidad...” (Comunicadora 1).*

La comunicadora 1, es una persona muy comprometida con el tema climático y medio ambiental, ha incorporado en su vida acciones que ayudan a generar menos residuos sólidos, como, por ejemplo, ella va al mercado con un taper para comprar las carnes, y así evitar el uso de los plásticos, lo que refleja un alto grado de conciencia y compromiso con el tema ambiental.

Los hallazgos revelan que, para la Comunicadora 1, la noción de la tierra como pariente planteada por Marisol de la Cadena (2015) no es una idea teórica abstracta, sino una forma de entender y habitar la vida. Al integrar acciones concretas en su día a día como el uso de recipientes reutilizables en el mercado para evitar plásticos, la comunicadora traduce el concepto andino de reciprocidad en una práctica real y cotidiana. Esta ética del cuidado fortalece su discurso público, transformando la segregación de residuos en un acto de respeto hacia la Pachamama, quien, en sus propias palabras, es la entidad que nos acoge y a quien debemos gratitud. De este modo, la comunicación ambiental en Cusco se manifiesta como un vínculo de afecto y responsabilidad compartida con el territorio.

#### **4.3.2. Voluntariado y Activismo Ambiental**

Los miembros de la red realizan la difusión de temas climáticos y medioambientales, asimismo, realizan el trabajo de voluntariado en la Red de Comunicadores Ambientalistas, participan de las actividades como campañas medioambientales y elaboran productos comunicativos para sus programas.

Están comprometidos con el tema medio ambiental y realizan un trabajo solidario en la elaboración de informes periodísticos sobre este tema, asimismo, dentro de la Red realizan productos comunicativos como son los spots de sensibilización.

*“La esencia de la Red es el voluntariado” (Comunicadora 1).*

Por el trabajo que realizan no reciben una remuneración, como lo da a conocer la comunicadora 8.

*"Es un voluntariado y no nos patrocina absolutamente nadie, no hay financiamiento más que la voluntad de cada uno de pertenecer y hacer reportajes e informes, trabajo medioambiental dentro de la prensa y la comunicación"(Comunicadora 8).*

La labor de estas comunicadoras va más allá de la simple difusión, manifestándose en un voluntariado y activismo climático tangible.

#### **4.3.3. Campañas Medio Ambientales**

Dentro del voluntariado se organizan campañas medioambientales, que no tienen una medición de su impacto por parte de los comunicadores. Sin embargo, cuando se realizan las campañas y las personas acuden a este llamado, es un gran incentivo para que las comunicadoras y comunicadores continúen realizando la difusión de estos temas.

Realizan y transmiten los reportajes, informes y notas periodísticas porque tienen vocación de servicio, son conscientes del daño que ocasiona la contaminación y afirman que buscan sensibilizar a la población, como lo afirma la comunicadora 2.

*"Lo hemos hecho abiertamente juntamente con la Red de comunicadores ambientalistas en el uso de los barbijos, en el uso del agua, de los incendios forestales". (Comunicadora 2)*

Este testimonio evidencia que, aunque la comunicación ambiental en Cusco carece de métricas técnicas de impacto, se sostiene sobre una profunda vocación de servicio que prioriza el bienestar colectivo. Siguiendo a Arturo Escobar (2014), este ejercicio representa un claro "sentipensar" con la tierra, donde la motivación para comunicar no nace de un cálculo racional de audiencias, sino de la conciencia del daño al territorio y la respuesta afectiva de la población ante los llamados a la acción. Al movilizarse frente a temas como los incendios forestales o el cuidado del agua, los comunicadores y la ciudadanía activan esa reciprocidad de la que habla Marisol de la Cadena (2015), donde proteger los recursos vitales se convierte en un compromiso ético y humano que trasciende cualquier medición estadística.

Algunas acciones que se realizaron en las campañas como Red de Comunicadores Ambientalistas fueron.

*"Otra campaña que bastante hemos desarrollado es el uso de los plásticos, de bolsas plásticas, el tecnopor. El 2019 salió la ley prohibiendo este uso y con la pandemia se ha generalizado se han olvidado de la sanción" (Comunicadora 8).*

Las campañas que se organizan desde la Red de comunicadores Ambientalistas son la elaboración de productos comunicativos como los spots medio ambientales que tratan de concientizar a la población sobre el uso de las bicicletas y el uso de las mascarillas en pandemia. Esta producción audiovisual comprende desde la idea hasta la grabación y edición del video.

Los comunicadores ambientalistas son aliados de grupos ambientalistas porque les ayudan a difundir la información de estos grupos y así cumplir con sus objetivos comunes de sensibilizar sobre temas ambientales.

Hablar, sensibilizar por ejemplo de la contaminación del agua, de los ríos, hablar cómo podemos prevenir los incendios forestales, cómo se está manejando el tema de los residuos sólidos en Cusco porque ahora es una situación bastante complicada. Además de pasar esos informes no porque nos nace, porque queremos hacerlo, sino porque queremos contribuir al tema de sensibilización. (Comunicadora 6)

La red es aliada de los grupos ambientalistas, porque les ayudan a difundir información sobre temas medioambientales.

*"Hay muchos colectivos, grupos de jóvenes ambientalistas que miran a la Red como un aliado porque somos un grupo de periodistas que los ayuda a difundir la información que ellos tienen" (Comunicadora 4).*

Las y los comunicadores voluntarios en la difusión de temas ambientales, se encuentran con el problema de que al realizar este trabajo gratuito dejan de percibir ingresos económicos puesto que parte de su trabajo es realizar un cobro por las notas que realizan.

Las instituciones gubernamentales y no gubernamentales se han tratado de organizar y dar un presupuesto para estos voluntarios, rotando el pago por publicidad para comunicadores ambientalistas.

Y si alguna vez ha habido algún incentivo o algo así ha sido porque nosotros hemos logrado generar algo y decir bueno por lo menos somos tantos no tengo tanta plata, pero por lo menos este mes te puedo dar algo a ti por tu programa para que pagues tu espacio, al siguiente mes o dentro de 5 meses o algo así si tengo plata te vuelvo a dar. Lo que se generó con ellos y el compromiso que encontramos de ese grupo fue realmente muy valioso. (Comunicadora 5)

Finalmente, las comunicadoras manifestaron la satisfacción de participar en las campañas medioambientales.

Tuve la suerte el año pasado de participar en varios concursos y capacitaciones con grupos ecologistas que trabajan mucho y estando en el tema muchas veces nos enteramos y ellos están trabajando por ejemplo el reusó de jeans para hacer zapatillas, están trabajando recojo de las tapitas de las botellas y este tipo de plástico (señala un plástico del restaurante) para conseguir insumos, elementos para personas con discapacidad, están trabajando una serie de cosas que realmente no son visibilizadas y contribuir, conocer difundir eso es interesante, ( risas de satisfacción y alegría), dices no estás sola en el desierto, hay mucha gente que está trabajando muy aisladamente con sus propios logros, objetivos y si tú puedes sumar a esa cadena pues te sientes muy satisfecha no porque realmente estas en la onda no, estas sumando a todo ello no. (Comunicadora 5)

Los resultados de la investigación muestran que la comunicación sobre el cambio climático en Cusco no es solo un intercambio de datos, sino un ejercicio de sentipensar con la tierra, como propone Arturo Escobar (2014). Esto significa que las comunicadoras no separan la razón de la emoción: su trabajo nace de un amor profundo y un respeto por la naturaleza que guía tanto sus mensajes públicos como sus acciones privadas. Al ver a la

tierra como un pariente siguiendo la idea de Marisol de la Cadena (2015), el cuidado del medio ambiente deja de ser una obligación técnica y se convierte en un acto de reciprocidad. Esto se refleja claramente cuando la comunicadora lleva sus propios recipientes al mercado para evitar el plástico; para ella, proteger el entorno es una forma de agradecer y cuidar a la madre tierra que nos acoge.

Por otro lado, esta forma de comunicar se sostiene en una fuerte vocación de servicio que prioriza el bienestar de la comunidad sobre las mediciones de impacto o las estadísticas. Aunque no siempre cuentan con cifras exactas de éxito, el hecho de que la población responda al llamado ante incendios forestales o crisis del agua demuestra que existe un vínculo de confianza y responsabilidad compartida. Este compromiso, que une la denuncia de problemas locales como el botadero de Haqira con la acción ciudadana, confirma que el liderazgo de estas comunicadoras es fundamental para movilizar a la sociedad. En última instancia, su labor demuestra que entender la salud del territorio como algo inseparable de nuestra propia vida es la base más sólida para generar un verdadero cambio frente a la crisis ambiental.

#### **4.3.4. Programas Ambientalistas**

Las comunicadoras y comunicadores unidos han tratado de liderar programas ambientalistas que terminaron después de unos meses de iniciado el proyecto:

*“Ecos de la naturaleza, que todavía salía en radio Wilcamayu no y serían pues los últimos años de Radio Wilcamayu pero no duró mucho porque pues no había mucho financiamiento”*  
(Comunicadora Dubaly).

Asimismo, las comunicadoras manifestaron que las instituciones como los municipios quieren programas generales donde aparezca información de sus municipios y temas políticos.

El periodista percibe sus ingresos por la publicidad que recibe, al hacer el voluntariado ambiental, emiten información sobre temas medioambientales, pero no perciben ingresos

económicos por esta labor, que es constante y está directamente relacionada a su fuente de ingreso.

*“Debe haber algo de retribución y eso no quita que sea voluntariado” (Comunicadora 3).*

Los resultados evidencian una tensión constante entre el compromiso ético de los comunicadores y la fragilidad económica de sus proyectos ambientales. Al decir de Arturo Escobar (2014), este ejercicio de sentipensar con la tierra se enfrenta a un sistema que prioriza intereses políticos y comerciales por encima del cuidado del territorio. Mientras que las instituciones locales suelen demandar contenidos generales o de propaganda, los comunicadores y comunicadoras de Cusco apuestan por una labor de voluntariado que nace de su propia conciencia ambiental. Sin embargo, como señala la experiencia de Radio Willkamayu, la falta de financiamiento limita la duración de estos espacios, demostrando que la voluntad personal, aunque es un motor poderoso, necesita una base material para sostenerse en el tiempo y no depender exclusivamente del sacrificio individual.

En este contexto, la demanda de una retribución que mencionan las comunicadoras no contradice su espíritu de servicio, sino que refleja la necesidad de una reciprocidad justa, un concepto clave en el pensamiento de Marisol de la Cadena (2015). Si entendemos la comunicación ambiental como un acto de cuidado hacia la tierra como pariente, esta labor debería ser valorada y sostenida por la sociedad y sus instituciones, en lugar de ser vista como una carga gratuita para el periodista. La persistencia de esta red de voluntariado, a pesar de no percibir ingresos directos por ello, confirma que el liderazgo de estas mujeres y hombres se basa en una responsabilidad compartida con su entorno; una labor que busca proteger la vida en el Cusco frente a un mercado que a menudo ignora la urgencia de la crisis climática.

#### **4.4.5 Conocimiento de Políticas Ambientales y de Cambio Climático**

Sobre las políticas Ambientales y de cambio climático, 06 comunicadoras y 02 comunicadores tienen conocimiento sobre la estrategia regional de Cambio Climático en el Cusco. Sobre el conocimiento de leyes sobre cambio climático y medio ambiente, 05

comunicadoras conocen el tema a profundidad y opinan que se tiene marco normativo en cambio climático y tema ambiental pero que no se cumple.

#### **a) Políticas Ambientales y de Cambio Climático y Normativa Ambiental**

La categoría “políticas” comprende las leyes y acciones que se realizan sobre el tema del cambio climático y la labor fiscalizadora que realizan las comunicadoras en la aplicación de estas leyes.

El Cusco fue una de las ciudades pioneras en formular la Estrategia Regional de Cambio Climático, la cual parte del Gobierno Regional del Cusco y está coordinada por el Consejo Regional de Cambio Climático de Cusco – CORECC, institución a la que pertenece la Red de Comunicadores Ambientalistas.

*“Todos los gobiernos regionales deben tener su estrategia regional de Cambio Climático, los gobiernos Municipales deben tener su estrategia de cambio Climático Municipales en el Cusco, no se cumple” (Comunicadora 1).*

Es importante destacar el conocimiento a profundidad que las comunicadoras de la red de comunicadores ambientalistas tienen sobre el tema Ambiental. La comunicadora expresa esta respuesta en base a los resultados de la tesis de maestría en Cambio climático que desarrolló en el Cusco con el tema, “Análisis de la implementación de la Estrategia Regional frente al Cambio Climático en la Región Cusco. En la que llegó a la conclusión de que los factores que intervienen en la implementación de la Estrategia Regional frente al Cambio Climático en la Región de Cusco son, recurso financiero, potencial humano especializado y la voluntad política de las autoridades de turno.

Asimismo, la ex presidenta de la Red, insta a sus colegas a tomar acción para el cumplimiento de estas leyes, es labor del comunicador fiscalizar el cumplimiento de las leyes ambientales a través de sus medios de comunicación y manifiesta que:

*“Exigir a las autoridades, a los decisores que lo pongan en su agenda pública es tarea de nosotros como comunicadores” (Comunicadora 1).*

#### **b) Conocimiento de Leyes Sobre Medio Ambiente**

Existen leyes que son necesarias para la protección de los defensores ambientales, y las comunicadoras tienen conocimiento de estas leyes.

Están muriendo defensores ambientales, estamos hablando de líderes amazónicos andinos, por falta de esta ley que se debe de ratificar el acuerdo de ESCAZÚ, porque el acuerdo de ESCAZÚ habla de eso, es ese derecho de defender a los defensores ambientales. Si a mí me da pena que la comisión esta del congreso creo que ni le importa el tema, **yo creo que el Perú tiene mucho marco normativo, pero no se cumplen.** (Comunicadora 1)

Para la comunicadora el gobierno además de formular leyes ambientales y comprometerse con las leyes internacionales, debe hacerlas cumplir.

La aplicación de las leyes ambientales, para las comunicadoras es una responsabilidad que ellas deberían asumir. Exigir que las autoridades lo pongan en la agenda pública.

Existen leyes, pero no se cumplen en el ámbito climático y medio ambiental, razón por la cual las comunicadoras comprometidas con este tema, instan a sus colegas a unirse a los esfuerzos de fiscalizar las funciones de los gobiernos locales, para que las leyes que se tienen en cambio climático y medio ambiente se cumplan. Las comunicadoras opinan que solo a través del trabajo en conjunto entre las diversas instituciones ambientales, la Red de comunicadores ambientalistas y la sociedad en su conjunto se podrán hacer grandes cambios. Las comunicadoras son conscientes de que se generarán cambios a través de un trabajo en conjunto entre la población, las instituciones y los medios de comunicación.

### **c) Adaptación y Mitigación al Cambio Climático**

Sobre el tema de la adaptación y mitigación al cambio climático, las comunicadoras, manifiestan que no se está trabajando en la adaptación y mitigación del cambio climático en la región del Cusco.

*“Es que tiene consecuencias, el cambio climático en gestión de riesgo de desastres. O sea, se debería trabajar adaptación y mitigación. Existe la Ley. Existen la Ordenanza regional de la región Cusco, pero no se están cumpliendo”* (Comunicadora 1).

Asimismo, las comunicadoras reflexionan sobre realizar un trabajo en conjunto para tomar acciones de adaptación y mitigación del cambio climático desde nuestra región.

*“Que realmente cada uno de nosotros asumamos el rol que nos toca vivir desde nuestros espacios como podemos ayudar para evitar catástrofes por el cambio climático y también cómo nos podemos hacer la resiliencia en el cambio climático” (Comunicadora 2).*

Sobre este tema una de las comunicadoras líderes de la red, respalda la importancia del trabajo grupal y coordinado.

*"se debe buscar apoyos, alianzas en los gobiernos locales, también hay redes de comunicadores rurales, muchos apoyados por ONGs, Arariwa por ejemplo y otras organizaciones que tienen sus comunicadores en la zona rural que tenemos que buscar enlazarnos con ellos" (Comunicadora 3).*

Las comunicadoras están convencidas de que se generaran cambios significativos a través de un trabajo en conjunto entre la población, las instituciones y los medios de comunicación.

#### **d) Conocimiento de la aplicación de las Leyes Ambientales y autoridades**

Las comunicadoras reflexionan sobre la participación de sus colegas del campo de la comunicación sobre esta tarea para tomar acción.

*"Exigir a las autoridades, a los decisores que lo pongan en su agenda pública es tarea de nosotros como comunicadores" (Comunicadora 1).*

Por su parte la comunicadora 2, manifiesta que además de las políticas ambientales que se dan desde el gobierno, también el sector empresarial debe tomar acción sobre las políticas ambientales.

*“No podemos responsabilizar solo a los gobiernos, si no hay decisión del sector empresarial para asumir sus responsabilidades del daño cruel que le hacen a la madre tierra no vamos a cambiar” (Comunicadora, 2).*

Para las comunicadoras, las empresas privadas también necesitan apoyar y aportar para la toma de acciones sobre el cambio climático y los temas medioambientales.

### **e) Reflexión sobre los Efectos del Cambio Climático**

Los comunicadores opinan sobre el tema del cambio climático, que es un tema transversal a la salud, la economía y otras áreas.

Hay tantos problemas que está acarreado el cambio climático, este repercute en la salud, en la situación económica, ustedes bien saben que cuando hay un incendio forestal o alguna información que trata del ambiente ya los turistas no vienen, repercute en la economía, es un tema transversal a todo. (Comunicador 7)

Los resultados muestran que las comunicadoras en Cusco poseen un conocimiento especializado que va más allá de la simple difusión; ellas ejercen una labor de vigilancia sobre las Políticas Ambientales y de Cambio Climático. Al exigir que las autoridades municipales cumplan con la Estrategia Regional, las comunicadoras ponen en práctica lo que Luis Ramiro Beltrán (1981) denomina comunicación horizontal, donde el periodista no es un emisor pasivo, sino un actor crítico que busca democratizar las decisiones públicas. Este compromiso con la fiscalización coincide con la visión de González Gaudiano y Meira Cartea (2020), quienes sostienen que la educación ante el cambio climático no debe limitarse a informar sobre el clima, sino a educar para el cambio social, impulsando a la ciudadanía a exigir que los marcos normativos como el Acuerdo de Escazú dejen de ser documentos teóricos y se conviertan en protecciones reales para los defensores del territorio.

Por otro lado, la insistencia de las comunicadoras en trabajar de forma conjunta entre instituciones, sector privado y sociedad civil refleja una comprensión profunda de la interdependencia. Siguiendo a Arturo Escobar (2014), este esfuerzo por visibilizar la transversalidad del cambio climático en la salud y la economía es un ejercicio de sentipensar con la tierra, donde la política pública se entiende como una herramienta para proteger la vida en todas sus formas. Al demandar que cada proyecto de inversión considere la adaptación y mitigación, las comunicadoras actúan bajo la lógica de reciprocidad que describe Marisol de la Cadena (2015), entienden que la gestión del riesgo y la resiliencia no son sólo trámites burocráticos, sino compromisos éticos para cuidar de la tierra como un pariente frente a las

amenazas climáticas. Así, su liderazgo transforma la comunicación en un puente necesario entre la ley escrita y la supervivencia del ecosistema regional.

Mi cuarta área de investigación se centró en el conocimiento que tienen las comunicadoras sobre las políticas de cambio climático, así como en su percepción sobre la efectividad de estas. Un hallazgo clave es que la mayoría de ellas, seis comunicadoras y dos comunicadores, están familiarizados con la Estrategia Regional de Cambio Climático de Cusco. Sin embargo, de forma unánime, opinan que este marco normativo no se cumple en la práctica.

Este hallazgo es especialmente relevante si se considera la necesidad, subrayada por Shanahan (2007, 2017), de que la comunicación climática se aleje de un discurso fatalista y se centre en las soluciones. Los resultados muestran que las comunicadoras tienen esta misma visión, su intención es enfocar sus mensajes en la adaptación y mitigación, así como en las políticas que promueven acciones concretas. Ellas entienden que su responsabilidad es mantener el tema en la agenda pública para presionar a las autoridades. El empoderamiento de estas mujeres se evidencia en su compromiso con la investigación. De hecho, el estudio de Alegre (2022), una de las comunicadoras de la Red, demuestra esta proactividad, al concluir en su propia tesis que las políticas existen "en el papel, pero no se aplican en la práctica".

Esta brecha entre la norma y la realidad operativa exige un enfoque de comunicación estratégico. El trabajo de Weibel (2021), que resalta la importancia de una comunicación adaptada al contexto local de Cusco, cobra especial sentido aquí. Las comunicadoras del estudio, al conocer de primera mano esta desconexión entre la política y la acción, están en una posición única para construir narrativas que no solo informen, sino que también motiven a la acción a nivel local.

A pesar del escepticismo sobre el cumplimiento de las políticas, la reciente oficialización de la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático (ERFCC) al 2050 en Cusco (2025) proporciona un marco normativo oficial que las comunicadoras pueden utilizar. En este

sentido, la labor de estas profesionales se vuelve esencial para garantizar que las políticas no se queden en un simple documento, sino que se traduzcan en medidas efectivas para la población.

#### **5.4. Comunicadores Ambientales y las Redes**

##### **5.4.1. Red de Comunicadores Ambientalistas**

###### **a) Creación de la Red de Comunicadores Ambientalistas**

La Red de Comunicadores Ambientalistas se creó oficialmente el 7 de julio del 2010 con una juramentación especial. La Red se formó con el apoyo del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), a la ceremonia asistieron el director nacional de áreas protegidas para hacer la juramentación de la primera junta directiva, presidida por la comunicadora Bertha Alegre, quien desde el primer momento se mostró muy entusiasta de participar en la organización y liderazgo de la Red. A la ceremonia asistieron alrededor de 50 integrantes y aliados importantes como las ONGs que apostaron por la Red. Al inicio, se realizaron capacitaciones, viajes y pasantías.

*"Ahora hay redes, pero lo nuestro fue primero, ...eran muchas más mujeres y eso dio un buen impulso increíblemente. Y así fue cómo se formó" (Comunicadora 4).*

La comunicadora Bertha Alegre recuerda una anécdota de una reunión con la directora del SERNANP, Ada Castillo, quien le manifestó su total respaldo.

*"Ella tiene que ser... porque cuando hablábamos de los temas, eras tú la primera que hablaste del tema de incendios forestales, dijiste que tenemos que aprender a valorar la naturaleza, dijiste cosas básicas que todo comunicador debe conocer" (Comunicadora 1).*

De esta manera la destacada comunicadora, Mg. Bertha Alegre lideró este grupo durante cinco años, coordinando talleres, participando en eventos como representante de la Red, haciendo presencia institucional, participando cada año en el Interclima Regional, en las ferias informativas como ponente, participando de las acciones públicas a las que eran invitadas por el GORE y la CAR instituciones de las que también forman parte. De forma

independiente también participan de otras actividades como red, lo cual ha fortalecido su presencia institucional a nivel regional, nacional e internacional.

**Figura 12.**

*Miembros de la Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco*



*Nota.* Miembros y colaboradores de la Red de Comunicadores Ambientalistas en su 4to aniversario. Fotografía descargada del portal de facebook de la Red de Comunicadores Ambientalistas del Cusco.

**b) Incidencia de la Red en Políticas Medio Ambientales**

La red tiene incidencia en la toma de decisiones políticas sobre temas medioambientales.

*“Hubo un debate que organizamos nosotros desde la Red que fue tomado en cuenta por los técnicos en ese entonces tanto de las Municipalidades de Poroy y de Cusco y también de PRODER que era el organizador encargado del Proyecto” (Comunicadora 5).*

Un aspecto positivo es que la Red adquirió relevancia regional, siendo convocada para reuniones importantes en el GORE y otras organizaciones que ven temas medioambientales en el Cusco. Como lo afirma el comunicador Grimaldo Zuñiga:

*“Este grupo y eso que es pequeño, pero sin embargo a pesar de ser pequeño ha logrado tener presencia en la comunidad ha logrado mostrarse y ser solicitado en de repente en algunos consejos en algunas participaciones en algunos eventos” (Comunicador 9).*

En este tiempo de pandemia también disminuyó la frecuencia de reuniones que en un inicio era mensual, las actividades que realizan como la difusión la hacen como un voluntariado.

*“Es un voluntariado nosotros no somos aquellos que solo buscan lucro, publicidad somos un voluntariado nadie nos paga, nos auto financiamos muchas veces pasajes, materiales para poder cubrir, hacer entrevistas y reportajes sobre el tema” (Comunicadora 7).*

Su trayectoria los ha hecho conocidos y reciben invitaciones de la población y de comunidades para dar charlas.

Transcurridos 14 años de su conformación, viene pasando por un proceso de tamizaje de sus miembros, sobre quienes tienen firmes convicciones sobre el cuidado medio ambiental y quienes la integran para recibir un apoyo político o económico como lo expresa una de sus dirigentes:

Yo creo que el espíritu de la Red de Comunicadores Ambientalistas ha nacido con agenda, yo creo que a sus trece años de la Red de Comunicadores Ambientalistas, en estos instantes está pasando por un proceso de tamiz y de purificación, si realmente nuestras convicciones están en eso de poner al servicio de la comunicación de la Radio de la Televisión al Servicio del Medio Ambiente cuánto de nosotros si hay convicción compromiso y consecuencia y cuantos estamos solo viendo solo con un ojo mercantil. (Comunicadora 2)

La Red, actualmente viene pasando por un proceso para su formalización.

*“Nos gustaría formalizarnos. Estamos en esa etapa de formalizarse, de inscribir en Registros. Estamos en esa etapa” (Comunicadora 2).*

La formalización de la Red se realiza como una organización sin fines de lucro, lo cual podría resultar siendo un problema a largo plazo debido a que no se lograría cubrir con los ejes para los que fue creado y uno de ellos es realizar la difusión de spots pagados.

### **c) La Red y el Trabajo Ad Honorem Dentro del Consejo Regional de Cambio Climático de la región Cusco – CORECC**

La Red forma parte del CORECC, esta institución dentro de su funcionamiento tiene limitantes como el recurso económico y el compromiso de los miembros que la integran, quien la preside es el presidente del Gobierno Regional de Cusco.

Sobre la Red y el tema económico del CORECC nos comenta una comunicadora:

El CORECC no tiene presupuesto que diga el Gobierno Regional este monto es para el CORECC, si no, él quien preside es digamos quizás el vinculado a la Gerencia de Medio Ambiente, entonces esta gerencia va a empezar a dinamizar a todas las instituciones que integramos la CORECC entonces todas las instituciones que tengan un poquito de dinero para las actividades que se tenga va a decir yo voy a dar esto, yo voy a dar aquello, yo tengo este plan, así nomás funciona. No tiene presupuesto.  
(Comunicadora 2)

Las comunicadoras y comunicadores que participan de la Red asisten a las actividades convocadas por CORECC sin recibir un incentivo económico porque no cuenta con un presupuesto del GORE. Recibe spots de algunas de las instituciones que integran el CORECC esporádicamente.

La Red realiza un voluntariado también dentro del CORECC ad Honorem:

*“Participamos del CORECC, donde nosotros participamos ad honorem de manera voluntaria”  
(Comunicadora 5).*

**Figura 13.***Fotografía de Integrantes del CORECC*

*Nota.* Del lado izquierdo tenemos a la comunicadora Alejandrina Calancha, a su costado está la comunicadora Bertha Alegre y al medio sentada tenemos a la Comunicadora Norma Luz Solís, en una reunión del CORECC.

#### **d) Interclima Regional**

El Interclima Regional es un evento regional que se realiza cada año, y está a cargo del Consejo Regional de Cambio Climático de la Región Cusco (CORECC). Se realiza con la finalidad de tratar los desafíos climáticos que afronta la Región del Cusco cada año.

El participar de las actividades del CORECC y del INTERCLIMA ad honorem ha ido agotando a la Red de Comunicadores Ambientalistas. “

“Nuestra Red ha participado en algún momento muy activamente, inclusive ad honorem casi siempre en las actividades del CORECC, activamente haciendo las rutas de medios, las entrevistas periodísticas a actores y voceros del INTERCLIMA” (Comunicadora 2).

El principal problema del voluntariado dentro del CORECC y del INTERCLIMA es que el trabajo que realizan las comunicadoras y los comunicadores demanda tiempo y recursos económicos. Asimismo, una de las comunicadoras nos comenta que para el Interclima hacia difusión del evento en su programa radial.

“Ayudo ya con las entrevistas, con los informes, con la difusión de algunos contenidos comunicacionales que sacan o participando con ellos en la traducción, en las entrevistas en vivo” (Comunicadora 2).

Por otro lado, una de las comunicadoras, resalta que con un evento al año como es el interclima Regional no se logra mucho, opinando que el tema del cambio climático debe ser un tema transversal.

*“Con un evento al año o Interclima o una COP no logramos mucho no, debe ser un tema transversal permanente y que involucre a más instancias porque estas instancias que están trabajando el cambio climático” (Comunicadora 6).*

La participación de la Red en el Interclima organizado por el CORECC ha disminuido hasta el último Interclima organizado el 12 de diciembre de 2023. Los años anteriores se tenía una agenda programada de dos días de ponencias y exposición de la situación actual del Cusco frente al Cambio Climático, para el 2023 solo se realizó un día de exposiciones.

Sobre este tema tenemos el comentario de una de las comunicadoras:

*“Se ha limitado poco la participación de estos últimos años por la pandemia, pero los otros años inclusive se ha contratado personal que tienen los equipos necesarios para hacer la transmisión de tres días seguidos” (Comunicadora 7).*

## Figura 14.

### *Clausura del Interclima Regional 2023*



*Nota.* La comunicadora Alejandrina Calancha formó parte activa del Interclima dirigiendo algunos segmentos y realizando una síntesis de las ponencias en quechua. En la fotografía se la visualiza vestida con un sombrero, al centro del grupo. Fotografía recuperada de la página de facebook del CORECC, perteneciente a M. Martínez 2023, 12 de diciembre de 2023.

#### **e) Consultorías de la Red**

La Red realiza consultorías en temas comunicativos con diversas instituciones, como nos comenta una de las comunicadoras, quien fue coordinadora de la Red:

Nosotros hemos trabajado ya con CARE Perú sobre el deshielo en el Chicón, el Nevado en Urubamba, en Ausangate, Pitumarca; hemos trabajado esto y hemos hecho la investigación primero hacemos la línea de base, los datos básicos, que requiere, cuál es la población objetivo que tenemos y en función a ellos hacemos

propuestas comunicativas y dentro de las propuestas comunicativas hay charlas de radioteatro, sociodramas, teatro en quechua. (Comunicadora 7)

El trabajo articulado de ofrecer consultorías acciona frente a temas climáticos no solo a través de sus medios de comunicación, sino también a través de una sensibilización directa a un grupo poblacional, y decisor del Gobierno Regional del Cusco.

Por el lado económico también generará un ingreso para el sostenimiento de la Red y sus integrantes.

#### **f) Difusión de Temas Climáticos y Medio Ambientales**

Sobre la conformación de la Red y la difusión de material sobre el cambio climático y el medio ambiente, las instituciones aliadas y sus integrantes los científicos no podían creer que los periodistas no iban a cobrar nada por la difusión de este material medio ambiental.

*“...Los periodistas están interesados en esto y gratis y no nos van a cobrar no le digo vamos a formar una Red y me decían no lo puedo creer, de verdad no lo podían creer”* (Comunicadora 3).

Durante los primeros años de creación de la Red, se tuvo mucho entusiasmo en su funcionamiento, había algunos incentivos por parte de las instituciones como eran viajes a lugares ecológicos y reservas naturales como Wayqecha.

Sin embargo, con el paso de los años se tuvo menos participación de los integrantes.

#### **g) Dificultades que Atraviesa la Red**

En la actualidad la Red tiene menos personas que la integran, una de las causas es el factor económico, la Red no tiene liquidez económica, para su funcionamiento tendría que cambiar de rubro con giro económico.

Las instituciones que ven temas medioambientales y manejan presupuestos para publicidad, tratan de apoyar.

*“Alguna vez ha habido algún incentivo, este mes te puedo dar algo a ti por tu programa para que pagues tu espacio, al siguiente mes o dentro de 5 meses o algo así si tengo plata te vuelvo a dar”* (Comunicadora 6).

Es necesaria la organización de las instituciones Ambientales que generen un presupuesto, los fondos permiten que la Red continúe y dentro del compromiso que ellos tienen, también merecen tener el compromiso de las instituciones que destinen un presupuesto para esta labor tan importante de prevención y sensibilización a la población de los efectos del Cambio climático y de la importancia de cuidar a la madre tierra.

Es importante concientizar a las instituciones para que comprendan que la labor de la Red es sumamente importante.

#### **h) Valorar el Trabajo de las Comunicadoras**

La solución por una parte se encuentra en la generación de presupuesto para publicidad en temas medio ambientales.

El periodista necesita que se valide y valore su trabajo y que estén en plena disposición de generar presupuestos para eso... para mantener el tema de conservación de vida en el planeta es un trabajo diario, cotidiano y que lo hace el hombre que está todos los días en un medio, no lo hacen quienes elaboran los reportajes donde le pagas a un medio para que lo pase, no lo hacen ellos, lo hace el que está todos los días. (Comunicadora 3)

Es importante valorar el trabajo que realizan las y los comunicadores de la Red.

*“Tiene que haber un tema de retribución por el esfuerzo que hacen” (Comunicadora 3).*

Sin embargo, a pesar de que los miembros de la Red realizan el trabajo de difusión de los temas ambientales y tienen un compromiso de informar constantemente sobre los temas ambientales, las instituciones aliadas contratan a otros comunicadores para darles publicidad.

*“Porque como tienen un mejor espacio o su programa se escucha más, siempre se imponen, siempre va el tema de contactos.” (Comunicadora 3)*

Las instituciones aliadas, pueden apoyar a la Red a través de los estipendios económicos de sus instituciones para la publicidad, las comunicadoras y comunicadores que trabajan dentro

de las instituciones necesitan también empoderarse y visibilizar la importancia de un presupuesto para la difusión de los temas climáticos y ambientales.

*“Es que no se si eso se va a dar en algún momento porque la Red en realidad es el voluntariado” (Comunicadora 3).*

El trabajo que las comunicadoras y comunicadores realizan es sobre todo desde su espacio de trabajo periodístico, al no sentirse valoradas, las comunicadoras toman una pausa de su trabajo en el CORECC.

### **Subcategoría 5.12: Pocos integrantes**

Algunos comunicadores no integran la red porque sienten desconfianza sobre los fines y la organización de la Red.

*“Porque la Red ha nacido para tratar temas específicos de cambio climático, calentamiento global, los incendios, ver las formas como se puede renovar recuperar los ecosistemas no, y producirse, y hay pocos periodistas que quieren tratar el tema” (Comunicador 8).*

El CORECC no tiene fondos, el gobierno debería tomar acción para solucionar este tema del presupuesto económico debido a que el tema del cambio climático es muy importante y se requiere un presupuesto para realizar campañas informativas y de prevención en el ámbito comunicativo.

*“Varias ONGs son parte del CORECC de a pocos aportan, el CORECC no tiene fondos, así nomás funciona” (Comunicadora, 1).*

La actual operatividad del CORECC revela una brecha crítica entre la importancia del cambio climático y la asignación real de recursos. Al depender exclusivamente de la voluntad y los aportes aislados de sus integrantes (ONGs e instituciones públicas), el Consejo carece de una autonomía financiera que le permita ejecutar planes a largo plazo. Es imperativo que el Gobierno Regional se movilice del modelo de "gestión de buena voluntad" y formalice una partida presupuestaria específica. Sin fondos propios, las campañas de prevención e información seguirán siendo esfuerzos fragmentados frente a una crisis que demanda una respuesta sistémica y profesionalizada.

La carencia de una partida presupuestaria propia para el CORECC y la dependencia de aportes voluntarios de las ONGs reflejan lo que Bulkeley y Newell (2015) definen como las limitaciones de la gobernanza climática fragmentada. Según estos autores, cuando la gestión ambiental depende de la articulación de múltiples actores sin un soporte financiero centralizado y estatal, se corre el riesgo de que las políticas públicas se vuelvan simbólicas y carezcan de capacidad ejecutiva. En el caso de Cusco, esta fragmentación se traduce en una dinamización de recursos que, aunque voluntariosa, impide la implementación de estrategias de adaptación a largo plazo, reduciendo la acción climática a esfuerzos coyunturales supeditados a la disponibilidad económica de terceros.

Por otro lado, la transición de la Red de Comunicadores de un modelo de activismo *ad honorem* hacia la búsqueda de formalización y consultorías coincide con los planteamientos de Tufte (2017) sobre la comunicación para el cambio social. Tufte sostiene que, para que la comunicación sea un motor de desarrollo sostenible, debe superar la etapa del voluntariado asistencialista y profesionalizarse mediante recursos que garanticen su independencia y permanencia. La crisis de sostenibilidad y el proceso de tamizaje de los miembros de la Red mencionados en los testimonios evidencian que, sin una valoración económica del trabajo periodístico ambiental, se debilita la vigilancia ciudadana y la difusión de contenidos científicos esenciales para la resiliencia comunitaria.

Finalmente, la contradicción de que las instituciones prefieran contratar pautas publicitarias con medios masivos ajenos a la temática ambiental, mientras ignoran el trabajo cotidiano de la Red, puede analizarse desde la Teoría del Framing (Entman, 1993). Al priorizar el alcance comercial sobre la especialización del encuadre climático, las instituciones diluyen la efectividad del mensaje. Como señala la evidencia, la falta de presupuesto estatal para la comunicación no es solo un problema de liquidez, sino de falta de voluntad política para institucionalizar la comunicación como un eje transversal de la gestión pública. Esto refuerza la idea de que, sin una inversión real en los comunicadores locales, el discurso sobre la emergencia climática en la región seguirá siendo, en términos de Giddens (2011), una

paradoja donde se reconoce el peligro, pero se posterga la acción material y financiera necesaria para enfrentarlo.

La Red de Comunicadores Ambientalistas es la primera Red de este tipo que se conforma en el Cusco, llegando a tener en sus inicios 50 integrantes, en su mayoría mujeres, asimismo, la coordinación desde sus inicios estuvo dirigida por comunicadoras mujeres, lo cual las ha fortalecido y empoderado.

Para concientizar a las comunicadoras y comunicadores la Red conjuntamente con otras organizaciones ambientales, organizaron talleres de capacitación en temas de Cambio Climático y medio ambiente, Cuyo resultado fue que los integrantes de la Red fortalecieron sus conocimientos en temas de cambio climático y medio ambiente, y tras conocer sobre el tema, se sensibilizaron. Ellos se han vuelto firmes defensores de la madre tierra, en la acción han pasado a realizar la difusión de noticias relacionadas al cambio climático y medio ambiente, principalmente las comunicadoras mujeres.

Las comunicadoras mujeres realizan mayor difusión y acción en temas climáticos, los comunicadores varones están más preocupados por la generación de ingreso económico para sus familias, motivo por el cual buscan en el periodismo cotidiano y político mayores fuentes de ingresos económicos, estos temas son los más rentables, las municipalidades brindan mayor presupuesto para publicidad en estas áreas.

La Red de Comunicadores Ambientalistas forma parte del Consejo Regional de Cambio Climático Cusco (CORECC). Por lo que su opinión es escuchada en las reuniones que se tienen, además la Red es reconocida en el Cusco.

Las comunicadoras y comunicadores que participan de la Red asisten a las actividades convocadas por CORECC, es una labor que requiere de tiempo y dinero. El CORECC no cuenta con un presupuesto del GORE que apoye labores de difusión y sensibilización. La Red recibe spots de algunas de las instituciones que integran el CORECC, por la difusión de estos spots algunas integrantes de la Red perciben un ingreso económico, esto es como

un apoyo por su voluntariado para que puedan solventar sus espacios radiales y televisivos, este apoyo es rotativo pueden ser 2 o 3 auspicios al año por comunicadora.

Dentro de sus actividades, el CORECC organiza una vez al año el Interclima Regional, en el que las comunicadoras de la Red han participado activamente, sin embargo, durante los últimos años se ve un decrecimiento de la cantidad de comunicadoras y comunicadores que participan de este evento. La razón es que sus integrantes sienten que su trabajo no es valorado y por ello se dan una pausa para que puedan apreciar la labor que ellas realizan.

La Red oferta y realiza diferentes trabajos de consultorías en estrategias comunicativas para sensibilizar a la población en temas climáticos y medioambientales, lo que les ha generado trabajo y un ingreso económico a las comunicadoras y comunicadores que han desarrollado los proyectos.

A la fecha ha disminuido el número de integrantes de la Red, se cuenta con menos de 20 integrantes activas. Las integrantes de la red son mayoritariamente mujeres de más de 40 años. Para ingresar a la Red se requiere de dos recomendaciones de integrantes de la red.

Dentro del campo de la conciencia y compromiso medioambiental asumido por las comunicadoras y comunicadores, los integrantes de la red tienen una ventaja de formación en temas medio ambientales y sobre cambio climático a comparación de otros profesionales de la comunicación que no están en la red.

Esta idea inicial de agrupar a personas que están interesadas en el tema del cambio climático y medio ambiente fue buena, no obstante, es necesario pensar en el factor económico para su sostenibilidad en el tiempo, debido a que el principal problema que tiene la Red dentro de su labor de voluntariado comunicativo ambiental es el tema económico para solventar sus espacios y pasajes.

Otro punto a considerar dentro del voluntariado es el de la periodicidad, es un voluntariado continuo que puede llegar a agotar a las personas de la Red.

La investigación demuestra que la Red de Comunicadores Ambientalistas ha sido fundamental para el empoderamiento de sus miembros, especialmente de las mujeres, quienes han liderado la organización desde sus inicios hace 14 años. La Red no es solo un grupo de profesionales; es un espacio de crecimiento personal y colectivo que ha influido directamente en el trabajo de sus integrantes.

Como lo manifestó la comunicadora Bertha, la participación en la Red les ha exigido ir más allá de su labor individual. "Yo tenía que necesariamente realizar los talleres, eh participar en eventos importantes como red, hacer presencia institucional...". Esta proactividad ha fortalecido sus capacidades, lo que les ha permitido convertirse en ponentes en eventos importantes como Interclimas.

El trabajo colectivo de la Red ha generado un compromiso ambiental tangible en las comunicadoras. A través de capacitaciones y reuniones constantes, ellas han logrado afianzar una visión grupal que se traduce en una agenda mediática coherente y enfocada en el cambio climático. Esto se alinea con la investigación de Santillán (2017), que subraya la importancia de la agrupación y el diálogo entre redes de comunicación local para dar a conocer temas ambientales.

En esencia, la Red es un ejemplo de cómo un trabajo grupal y coordinado es clave para mantener el tema climático y ambiental en la agenda mediática y lograr un impacto en la sociedad. El compromiso de sus miembros ha sido esencial, durante 15 años, este grupo de comunicadores demuestra que el entusiasmo y la convicción pueden generar cambios significativos. Para enfrentar la complejidad del cambio climático, la articulación grupal no es solo una opción, sino una necesidad para lograr una difusión efectiva y sostenida.

### **5.5. Periodismo Cusqueño**

Cinco comunicadoras y dos comunicadores entrevistados desarrollan sus actividades periodísticas principalmente en radio y televisión. Todas las comunicadoras y comunicadores iniciaron su carrera periodística desde que cursaban estudios en la universidad en la radio,

sus programas han perdurado en el tiempo teniendo una duración de entre 20 a 40 años, seguidamente se describen sus experiencias en torno al trabajo desarrollado en la Radio.

### **5.5.1. La Radio**

*“Yo creo que sí, la radio tiene más encanto yo también he nacido haciendo radio, si es bonito”*  
(Comunicadora 1).

En especial para dos comunicadoras que presidieron la Red de Comunicadores Ambientalistas, la radio es el medio más popular porque llega más lejos, acompaña y ayuda a la imaginación, además las comunicadoras disfrutaban mucho haciendo el trabajo en radio. Dentro de este trabajo se requiere un esquema radial que contenga secuencias que algunas veces este sujeto a modificación de acuerdo a como se dan las entrevistas en vivo.

La comunicadora Bertha Alegre nos comenta su primera experiencia trabajando en radio:

Fui a la radio con este amigo, con mucha timidez porque no había hablado antes en un micrófono, el Sr. Lucho Villasante me escucho y a simple vista me dio la bienvenida, me gusto como me acogieron y así empezó mi apasionamiento por hacer radio, periodismo, reportera en la calle. (Comunicadora 1)

#### **a) Apasionamiento por la radio**

A continuación, tenemos el testimonio de dos comunicadoras destacadas quienes han dedicado gran parte de su trabajo periodístico a la Radio:

*"yo soy una radialista apasionada y no solo eso, la radio es la vida, la radio se llora se ríe se vive, la radio es mi mundo diríamos."* (Comunicadora 2)

*“La radio tiene mucho encanto más que la televisión”* (Comunicadora 1)

Y algunos programas han perdurado en el tiempo, caso de Rimayninchis nuestras voces de la Comunicadora Alejandrina Calancha y el programa “Sentir Semanal” conducido por el destacado comunicador, Oscar Lechuga, quien nos comenta:

*“Yo soy periodista ya de años avanzados, nosotros ya vamos a dar un paso al costado porque, el medio de comunicación que conduzco tiene más de 40 años y como periodista estaré pues sobre los 50 años de labor no”* (Comunicador 7).

El análisis de los testimonios de los comunicadores locales permite identificar a la radio como el eje central de la comunicación ambiental y social en la región. A diferencia de otros medios, la radio es descrita por los actores clave desde una dimensión afectiva y vital. Para la Comunicadora 2, la radio trasciende su función informativa para convertirse en un mundo donde se llora, se ríe y se vive. Esta perspectiva coincide con lo que la teoría del periodismo comunitario denomina comunicación de proximidad, donde el medio no es una herramienta externa, sino una extensión de la vivencia personal y colectiva de quien comunica.

Un hallazgo fundamental en esta sección es la sostenibilidad temporal de los proyectos radiales, lo cual contrasta con la naturaleza efímera de muchas campañas institucionales o proyectos de ONGs analizados previamente. Programas como *"Rimayninchis: nuestras voces"* y *"Sentir Semanal"* han logrado permanecer en el aire por décadas, lo que les otorga una legitimidad y un capital de confianza único ante la audiencia cusqueña. La trayectoria del Comunicador Oscar, con más de 50 años de labor, evidencia que la radio ha sido el soporte histórico de la memoria social en el Cusco.

Finalmente, la comparación entre la radio y la televisión (Comunicadora 1) refuerza la idea del encanto y la cercanía del lenguaje radial. En un contexto de cambio climático, donde la información suele ser técnica y distante, la capacidad de la radio para generar empatía y acompañamiento diario resulta estratégica.

#### **b) Formación en Comunicación Popular**

Es importante destacar que una de las comunicadoras de la red entrevistadas recibió capacitaciones a lo largo de su labor comunicativa en temas de comunicación popular, por diferentes organizaciones como La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) en Ecuador entre el año 95 y 96:

*"Me becaron de la Coordinadora Nacional de Radio y de la Red Quechua Nacional, fui becada e invitada por ellos a Ecuador a Aler, en Aler me capacitaron para yo también saber capacitar a otros comunicadores en contenidos radiales"* (Comunicadora 2).

En esta misma línea se desarrollaron capacitaciones en:

Comunicación popular, género, de derechos de pueblos indígenas, derechos de radio de alcance radiofónico, he accedido a una formación de periodismo científico con la Dolce Welle de Alemania, lleve unos cursos casi como 3 meses y luego nos hicieron hacer nuestros artículos y de 5 ó 10 eligieron mi artículo. (Comunicadora 2)

Gracias a que la comunicadora tuvo una formación en comunicación popular, pudo desarrollar un periodismo en quechua que rescata los valores de los pueblos originarios como es el amor a la madre tierra.

*"he tenido que abrazarme a la comunicación popular para subsistir porque fíjate a la comunicación popular tienes que agarrarte de ellos para hacer periodismo en quechua por ejemplo si no lo formal lo tradicional no coge no es viable entre comillas" (Comunicadora 2).*

De esta manera la comunicadora utiliza el quechua como idioma predominante en la producción de sus programas desde hace más de 20 años, cuando el periodismo cusqueño no utilizaba tan abiertamente el idioma por considerarlo idioma de la población del campo o marginal.

### **c) Quechua**

El principal eje del discurso de una de las comunicadoras está estrechamente vinculado con el quechua y las poblaciones del campo y de barrios periféricos del Cusco hasta donde llega la señal del programa de radio que conduce.

*"Le puse el componente del quechua y he desaprendido toda la estructura manteniendo la línea editorial, todo he fracturado para que la fuente y la información siga manejándose desde una mirada de los pueblos originarios, de las comunidades campesinas" (Comunicadora 2).*

Dentro de la radio, una de las comunicadoras manifestó que realizó estudios en comunicación popular, dictada por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) en los años 90s para las comunicadoras y comunicadores latinoamericanos. Lo cual le ha dado un enfoque diferente para tratar las noticias.

*"Yo les debo mi formación en comunicación popular a la Red Quechua Nacional, Red Quechua Satelital que no se si todavía estará funcionando, pero esto estaba vinculado al Aler que su sede es en Ecuador" (Comunicadora, 2).*

Se hace uso del idioma quechua mayormente en los programas de radio, la mayor cantidad de personas que escuchan la radio son quienes realizan actividades manuales, la radio es escuchada en el campo donde los campesinos se acompañan de la música y los programas que ofrece su dial favorito.

Al innovar e iniciar un programa en quechua, la comunicadora tuvo dificultades al entrevistar en quechua a los funcionarios como lo comenta:

Me lo he ganado a pulmón, yo creo que al principio he batallado fuerte para imponer Rimayninchis nuestra voces, los primeros años difícil porque era ir a entrevistar después de todos los que entrevistaba yo podía entrevistar en quechua y has visto que los colegas llegan tarde y meten micro, y entonces si yo así me entrevista en quechua y ponen su micrófono me están importunando y no respetando, metían sus preguntas en castellano y me hacían callar y el entrevistado prefería hablar en castellano o era así a la fuga, lo cogías caminando al entrevistado y no había forma de hablar en quechua. (Comunicadora 2)

En cuanto al tema económico, la radio tiene un costo menor si se quiere alquilar un espacio en alguna emisora local.

### **5.5.2. Televisión**

El trabajo en el campo del periodismo requiere procesar información audiovisual, desde la edición de las imágenes hasta la producción de la persona que conduce el programa.

Para TV si necesitas desde la imagen, maquillaje, la forma inclusive, el juego de colores de la ropa que de todo entra por los ojos, pero también tú no puedes dar una nota y frente a la cámara leer dos o tres hojas porque sería un monólogo, o sea la

gente se va a aburrir tienes que conseguir como sea imágenes, aunque sea fotografías sobre el tema. (Comunicadora 7)

Los comunicadores manifestaron que son profesionales independientes que alquilan los espacios a los dueños de los canales. Para esta labor se requiere mayor recurso humano, para grabar, hacer entrevistas y editar el material, así también se requiere mayor recurso económico para poder alquilar un espacio televisivo.

Las comunicadoras entrevistadas tienen experiencia en diversos medios de comunicación, principalmente en la radio, la televisión y el trabajo como relacionistas públicas.

### **La televisión**

requiere un mayor recurso económico y humano para la producción de un programa, el alquiler de un espacio en televisión también es más costoso que para la radio.

En la labor de prensa para televisión, la noticia pierde su vigencia cuanto más tiempo pase, es inmediata.

En las reflexiones sobre el periodismo, es importante destacar que 04 comunicadoras entrevistadas manifestaron que se necesita hacer un periodismo especializado en temas ambientales debido a que te brinda autoridad y solvencia.

En los últimos años se ve una disminución de la calidad del Periodismo cusqueño, las comunicadoras y comunicadores ya no investigan como antes, se han enfrascado en la rutina diaria y cumplir con su meta de presentar 6 ó 7 informes y su trabajo termina allí. Es necesario salir de lo rutinario, buscar algo novedoso e investigar.

Un tema importante a destacar dentro de la labor periodística es que, el periodismo te da poder porque las personas te buscan. Te permite tener contactos y conocer la realidad.

### **5.5.3. Tratamiento del tema Climático y Medio Ambiental**

Las comunicadoras y comunicadores entrevistados abordan el tema Medio ambiental y del Cambio climático en sus programas y labores comunicativas.

Para el tratamiento del tema del cambio climático y medio ambiente los comunicadores utilizan como herramienta para buscar información el google, hacen uso de páginas

confiables al iniciar la búsqueda de información, realizan un resumen y lo convierten a un lenguaje sencillo para que las personas puedan comprenderlo.

*"En el google encontramos de todo, buscando páginas confiables, eso yo lo tengo que resumir lo tengo que hablar en un lenguaje muy sencillo porque el tema climático es muy técnico, tenemos que ver la forma de simplificar" (Comunicadora 1).*

Las comunicadoras utilizan el internet y las redes sociales como medio para recopilar información y realizar la transmisión de sus programas.

En Google pongo el tema y te rebota un montón de información, tú escoges lo que quieres, si hay entrevistas donde yo pueda ingresar yo las bajo y las edito lo que necesito y digo la fuente...o lo que yo hago es llamar a la misma persona y le digo oye habías tenido tal dato, te quiero entrevistar sobre eso, hacemos una entrevista de 10 minutos y lo corto a 6 minutos lo esencial y lo llevamos a la radio. (Comunicadora 2)

El testimonio evidencia una apropiación estratégica de las tecnologías de la Información y la Comunicación, donde el buscador se convierte en una herramienta de prospección informativa que no sustituye, sino que complementa la labor periodística. Destaca la función de la comunicadora como mediadora técnica y ética, quien equilibra la edición de contenidos digitales con la validación directa de las fuentes, garantizando una transición fluida entre la información global de la red y la comunicación de proximidad en la radio.

#### **a) Fuentes Informativas**

Las fuentes informativas que utilizan las comunicadoras y comunicadores son: Gobierno Regional de Cusco, científicos reconocidos, comuneros, ciudadanos de a pie y personas que laboran para diversas instituciones.

La actual coordinadora de la Red, recurre a fuentes informativas fuera de lo convencional, ella recoge la opinión de las personas del campo que viven los efectos del cambio climático. Su enfoque está en los campesinos como fuente.

*“Mis fuentes informativas son los ciudadanos de a pie que son más importantes, mis fuentes informativas son las comunidades campesinas y sus líderes, mis fuentes informativas son los mercados, los sindicatos no, las organizaciones campesinas” (Comunicadora 2).*

Otra fuente importante para solicitar información medioambiental y climática es el Gobierno Regional del Cusco.

*“El Gobierno Regional es una fuente de información donde tú vas y pides Información y bueno por ahí te puede hacer una visita guiada a un proyecto que hace no, en el tema ambiental” (Comunicadora 6).*

Algunas comunicadoras abordan el tema del cambio climático y el medio ambiente desde el enfoque en los derechos humanos y derechos de los pueblos indígenas, una de las comunicadoras, se enfoca más en las comunidades campesinas de Cusco:

*“Mi enfoque es desde las comunidades ahí está la nota si han participado con faenas o no o cuánto se van a beneficiar con esa obra las comunidades, se les da más énfasis a las comunidades” (Comunicadora 2).*

Una de las comunicadoras, toma como referentes para su trabajo al Canal N que es un canal nacional que emite noticias nacionales e internacionales.

*“Yo tomo como fuente a Canal N, tomo los canales nacionales o los internacionales como fuente y citó a la fuente, la fuente es tal canal, el colega de tal canal lo ha dicho. No habría desprestigio” (Comunicadora 2).*

Además de los comunicadores de la Red de Periodistas Ambientalistas, recogimos la opinión de una comunicadora Cusqueña que labora en “Ojo Público” un medio nacional importante en la visibilización de noticias en temas ambientales a nivel nacional y local.

Ella nos comenta que estar en el lugar de los hechos es importante para estructurar la historia.

*“Mientras estoy reportando estoy escribiendo también la historia, estoy pensando en la cabeza con qué escena puede empezar, oh si escucho una frase digo ok esta frase va abrir esta frase puedo insertarla aquí” (Comunicadora 9)*

Para la comunicadora también hay un énfasis en tener como fuente de su trabajo a las comunidades. Asimismo, el testimonio resalta la importancia de la comunicación situada, donde el territorio no es solo un escenario, sino un agente que dicta la estructura narrativa. La comunicadora enfatiza que la presencialidad permite una edición cognitiva inmediata, transformando la observación en escenas y frases clave que dan vida al relato. Asimismo, se observa una estrategia de validación multiactor, donde la narrativa comunitaria se ve fortalecida por el contraste con fuentes oficiales (ANA, OEFA) y documentos, garantizando un enfoque integral y riguroso de la problemática ambiental.

Los temas tratados por las comunicadoras son temas que surgen en el día a día del trabajo periodístico y, asimismo, manifestaron que eligen temas para investigar con mayor tiempo.

*“Hay temas que tienen que tocarlos a diario porque son temas que nacen del día y hay otros temas que los trabajas con tiempo y haces la investigación del caso, son diferentes actores con quienes trabajas” (Comunicadora 5).*

El testimonio de la Comunicadora revela una estructura de trabajo basada en la especialización de los tiempos informativos. Se observa un tránsito claro desde la inmediatez de la noticia diaria hacia un modelo de periodismo de investigación donde la documentación actúa como el eje gravitacional. Este proceso no solo implica la búsqueda de datos, sino una gestión estratégica de fuentes y una triangulación con diversos actores sociales y políticos, lo cual es fundamental para el abordaje responsable de temas críticos como la corrupción.

Por otro lado, el comunicador y la comunicadora transmiten los temas técnicos del cambio climático y el medio ambiente a un lenguaje sencillo y comprensible para el público según lo manifiesta la comunicadora 1.

*“Ellos no es cierto pueden tener la especialidad de ser Ingeniero forestal pero no tienen la capacidad de comunicar adecuadamente que lo voy a hacer yo como comunicador, entonces nos necesitamos mutuamente.” (Comunicadora 1)*

Esta visión posiciona al comunicador no solo como un difusor, sino como un mediador estratégico indispensable para transformar el dato técnico en conocimiento socialmente útil.

## **b) Tipos de Fuentes Informativas**

Estos comunicadores cuentan con fuentes informativas tradicionales y a veces tratan de considerar como fuente al poblador de a pie, como lo manifiesta una de las comunicadoras. *“Hay las fuentes formales digamos que te convocan un tema, yo trato de enfocar a los pobladores a personas de a pie, por lo general es el tema del tiempo y del presupuesto” (Comunicadora 6).*

Para poder acceder a más fuentes informativas necesitan realizar mayor inversión de dinero porque eso implica moverse más, las clásicas fuentes informativas son los funcionarios públicos, sin embargo, también existen otras fuentes informativas fuera de la ciudad.

## **c) Cubrir Información en el Lugar de los Hechos**

Sobre solo tener conocimientos teóricos en temas de cambio climático y medio ambiente, la comunicadora 4 opina que.

*“Mis colegas solo van a aprender yendo al campo y mirando porque si no de teoría no aprendemos, yo tengo que ir a ver el desastre que hace una erosión, un huaico, una caída para ver qué cosa estoy perdiendo para entender por qué” (Comunicadora 4).*

El tema del cambio climático se toca cuando ocurren desastres con pérdidas de vidas y materiales. Sin embargo, no se da la importancia debida al tema preventivo.

*“Llamas la atención cuando hablas de Cambio climático cuando sucede un desastre no, cuando hay muertes, un huayco, pérdidas materiales, eso es lamentablemente la información que te jala a la población” (Comunicadora 6).*

Lo sensacional o el escándalo serían lo que llama la atención, las comunicadoras y comunicadores se adaptan a ese tipo de contenido para ser vistas y escuchadas.

Trabajar temas de Cambio climático y medio ambiente requiere de un presupuesto para movilizarse al lugar donde ocurren hechos tangibles de los efectos del cambio climático, otro factor a tener en cuenta es el tiempo que requiere cubrir una nota especial, cuando se tiene un programa que se emite diariamente, es más complicado poder profundizar.

Para su trabajo, los comunicadores se fijan una agenda para la semana y en función a ello recaban información sobre temas ambientales.

Las comunicadoras y comunicadores cubren las noticias cuando han causado un desastre como sucedió el 2022 y 2023, en el que se presentaron la mayor cantidad de incendios forestales debido a la escasez de lluvias hasta el mes de diciembre.

También después de una larga temporada en el Cusco, se presentó la caída de nevada, lo cual ocasionó la pérdida de cultivos de maíz, habas y forraje para el ganado, consecuentemente murieron animales por el frío y la escasez de alimentos en mayo del 2023.

Por otro lado, tenemos el tema de las noticias tratadas durante los desastres, sobre este tema la comunicadora 1, realiza las siguientes interrogantes:

Todos los medios si le dedicaran unos minutos por lo menos a esa información, ¿por qué no hablamos de gestión de riesgos? Por qué no hablamos de eso constantemente si ahora estamos con esos problemas en los extremos climáticos, heladas y del otro friaje en la amazonia, eso debería ser nuestra agenda de siempre. (Comunicadora 1)

Las comunicadoras enfatizan poder hablar sobre la gestión de riesgos constantemente para anticiparnos a los desastres y efectos que puedan ocurrir por el cambio climático.

#### **d) Tratamiento de la Noticia**

Sobre el tratamiento de la noticia, la comunicadora 1 recopila información de diversas fuentes para hacer una línea de base.

Entonces tengo que buscarme algunos datos necesarios para abordar, ya tengo mis datos, esa es la línea base que siempre debemos tener los comunicadores para cualquier información, una información debida, formar una línea base, entonces al tener datos de distintos sectores me va darme más amplitud para poder manejar inclusive terminología. (Comunicadora 1)

Figura 15.

## Guión Radial programa "Rimayninchis Nuestras Voces"

PROGRAMA RADIAL: "RIMAYNINCHIS, NUESTRAS VOCES"		EMISIÓN: RADIO INTI RAYMI – FB	27 AGOSTO 2023
CONDUCTORAS: ALEJANDRINA CALANCHA MONGE Y RAIMUNDA QOYO QUISPE		SONO MONTAJE: ELISA ANAMI CHANI CAMACHO	
<b>SECUENCIAS</b>	<b>CONTENIDO</b>		
<b>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA</b>	Grabado		
<b>SALUDO CONDUCTORAS</b>			
<b>PRESENTACIÓN DE RESUMEN SEMANAL</b>	Grabado		
<b>RESUMEN SEMANAL</b>	<p><b>Congreso gastó más de S/24.000 en libro para niños que defiende autogolpe de Alberto Fujimori</b>  <a href="https://larepublica.pe/politica/congreso/2023/08/23/congreso-gasto-mas-de-s24000-en-libro-para-ninos-que-defiende-autogolpe-de-alberto-fujimori-fuerza-popular-fondo-editorial-martha-moyano-hernando-guerra-garcia-milagros-takayama-1619108">https://larepublica.pe/politica/congreso/2023/08/23/congreso-gasto-mas-de-s24000-en-libro-para-ninos-que-defiende-autogolpe-de-alberto-fujimori-fuerza-popular-fondo-editorial-martha-moyano-hernando-guerra-garcia-milagros-takayama-1619108</a></p> <p>FOTO DE PORTADA MREDES SOCIALES</p> <p>Rosa María Palacios  <a href="https://www.facebook.com/combitvpe/videos/1882331462164104">https://www.facebook.com/combitvpe/videos/1882331462164104</a></p> <p>INCENDIOS FORESTALES</p>		
	<b>PUBLICIDAD SERNANP</b>		
<b>PRESENTACIÓN DE TEMA CENTRAL</b>	Grabado		
<b>TEMA CENTRAL</b>	<p>DERECHO A LA CATEDRA LIBRE  DERECHO A LA EXPERSION DEL ARTE  DERECHO AL DESARROLLO ACADEMICO DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO  DERECHO A LA COMUNICACIÓN EN SUS DIFERENTES MANIFESTACIONES  ARTISTA CESAR AGUILAR PEÑA 1992 Cesar Aguilar, Friz Villasante, Luciano, Olazabal, Chachayma Teoría de la Comunicación Gladys Concha Flores. La historieta, ilustración, Caricatura</p>		

*Nota.* Estructura del guión Radial del programa Rimayninchis Nuestras voces de fecha 27 de Agosto de 2023, donde se puede evidenciar que se trata el tema de los incendios forestales que está ligado al Cambio climático.

En el Cusco los contenidos comunicacionales a ser transmitidos por las comunicadoras y comunicadores surgen de la agenda diaria mediática, las comunicadoras y comunicadores salen en grupos a cubrir conferencias de prensa y eventos organizados por instituciones públicas y privadas, la meta es tener 6 ó 7 noticias para ser transmitidos en los programas centrales en la mañana, al medio día y por la noche. El contenido de la información a ser transmitida principalmente depende de la agenda institucional pública y privada en la ciudad del Cusco.

Las fuentes informativas que utilizan las comunicadoras 06 comunicadoras y 03 comunicadores son Instituciones públicas y privadas, siendo la principal fuente de información

el Gobierno Regional de Cusco y sus proyectos en temas de cambio climático y medio ambiente; otras fuentes de información importantes también son los científicos reconocidos y personas que laboran para diversas instituciones.

Es importante ir al lugar donde suceden los hechos para comprender el por qué ocurren los desastres. Dentro de los tipos de fuentes informativas se tienen a las fuentes informativas tradicionales (autoridades y funcionarios) y la población. 04 comunicadoras respondieron que ellas se centran más en la población que en la opinión de los funcionarios.

Las comunicadoras manifestaron que es importante recabar datos que sustenten la noticia, utilizar fuentes confiables como páginas de canales conocidos.

Lo sensacional o el escándalo llaman la atención, lo cual hace que los comunicadores se adapten a ese tipo de contenido para ser vistas y escuchadas.

Cuando se tiene un programa diario se hace más difícil profundizar en un tema en específico. La rapidez e inmediatez de la información será un factor que determine el acceso a las fuentes informativas. Para una comunicadora que emite sus programas diariamente le será más difícil realizar un trabajo a profundidad. Asimismo, consideran que es importante hablar sobre gestión de riesgos.

La investigación reveló un enfoque particular y significativo en la forma en que las comunicadoras abordan el cambio climático.

El Gobierno Regional de Cusco y sus proyectos son la fuente principal, lo que demuestra la importancia de la información oficial y de las políticas públicas para contextualizar el problema a nivel local. Sin embargo, su labor va más allá de la mera difusión de comunicados institucionales. Un hallazgo crucial es que priorizan a los científicos y, de forma contundente, a las poblaciones afectadas.

Esta decisión metodológica resalta su compromiso con un periodismo que no solo informa, sino que también empatiza y profundiza en las historias humanas. La comunicadora 5 lo expresó de manera elocuente: *"Mis colegas solo van a aprender yendo al campo y mirando porque si no de teoría no aprendemos, yo tengo que ir a ver el desastre que hace*

*una erosión, un huaico, una caída para ver qué cosa estoy perdiendo para entender por qué".*

Este testimonio subraya la necesidad de la experiencia directa para comprender la magnitud real de los fenómenos climáticos, un conocimiento que no se puede obtener únicamente desde la teoría o la oficina.

Aunque las comunicadoras tienen la intención de aproximarse a un diálogo con las comunidades, un proceso fundamental en la Comunicación para el Desarrollo (CpD). La falta de tiempo y recursos económicos limita su capacidad para acceder a los lugares donde ocurren los hechos. Esto crea una brecha entre la intención de un diálogo participativo y la realidad operativa de su trabajo.

A pesar de estas limitaciones, el enfoque que adoptan se alinea de manera notable con los principios de la CpD (Servaes, 2008). A diferencia de la comunicación tradicional, que es unidireccional, la CpD promueve el diálogo y la participación para generar cambios sociales sostenibles. En este sentido, las comunicadoras del estudio no solo están transmitiendo un mensaje, sino que están facilitando un proceso de diálogo activo con las comunidades. Esto resuena con la definición de Gumucio (2010), para quien la comunicación para el cambio social es un *"proceso de diálogo... a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo"*.

Este tipo de comunicación, como señalan los estudios de COSUDE (2016), tiene como objetivo la incidencia social y política. Al dar voz a las personas excluidas y al priorizar sus historias, las comunicadoras no solo están sensibilizando, sino que están promoviendo la participación, empoderando a las comunidades y potencialmente incidiendo en políticas públicas.

Por lo tanto, la estrategia que ellas adoptan va más allá del periodismo tradicional. Al dar voz a quienes sufren los efectos del cambio climático, están construyendo formas alternativas de comunicación que conectan los grandes desafíos globales con las realidades locales, tal como lo enfatiza Nieto (2022). Este método es fundamental para que el público

cusqueño, al conocer el perfil de sus vecinos afectados, pueda entender y empatizar con el problema, fomentando así una mayor conciencia y acción colectiva.

#### **5.5.4. Periodismo especializado**

La comunicadora defiende que para abordar temas complejos como el cambio climático es indispensable un conocimiento técnico profundo.

*" Siempre pienso que es bueno centrarse en la especialización. Yo creo que es necesario."*

*(Comunicadora 1)*

Este comentario subraya que el cambio climático no puede abordarse con un periodismo generalista o superficial, sino que exige una especialización técnica para traducir la complejidad científica en acción ciudadana. La comunicadora plantea que la profesionalización es una acción necesaria contra la desinformación; sin embargo, esta necesidad choca con un mercado mediático que rara vez premia la profundidad, prefiriendo el impacto masivo sobre el conocimiento experto. En esencia, la especialización se presenta como un imperativo ético para que la comunicación sea realmente una herramienta de gestión de riesgos y no solo un espacio de relleno informativo.

Asimismo, la comunicadora 1, piensa que un periodismo especializado te da mayor solvencia y autoridad:

*"Querer hacer un periodismo especializado, si era necesario, yo lo digo ahora con mucha convicción porque ¡te da autoridad!, te da solvencia"* (Comunicadora 1).

Al respecto otra comunicadora, nos comenta la importancia de la especialización en el campo de la comunicación digital, el periodismo ambiental y la comunicación para el desarrollo:

*"Tenemos la especialización en el periodismo, puedes hacer periodismo deportivo puedes hacer en este caso como el mío periodismo ambiental, pero también con enfoque social, cultural"* (comunicadora 7).

Sin embargo, las instituciones del estado y privadas no apuestan por los programas especializados como nos lo comentan las comunicadoras:

“Las instituciones públicas y privadas fácilmente dan la publicidad a programas especializados, no lo dan. No lo dan, yo lo he experimentado ¿por qué? porque buscarán un programa que tenga rating por la parte comercial” (Comunicadora 1).

La Comunicadora identifica una contradicción, mientras la complejidad del cambio climático exige una especialización periodística, el sistema de pauta publicitaria (tanto pública como privada) prioriza el "rating" y la rentabilidad comercial sobre el valor educativo o técnico de la información. Este hallazgo sugiere que las instituciones, al buscar masividad en lugar de profundidad, terminan desincentivando la profesionalización del comunicador ambiental. Desde una perspectiva analítica, este fenómeno genera una brecha de valoración, donde el conocimiento especializado es visto como un gasto no rentable en lugar de una inversión en resiliencia social. Como resultado, la agenda climática en Cusco queda atrapada en una paradoja: se reconoce la necesidad de expertos para comunicar la crisis, pero se financian espacios de entretenimiento o generalistas que, aunque tienen mayor audiencia, carecen del rigor necesario para orientar a la población en estrategias de adaptación y prevención.

En ese mismo sentido una comunicadora emprendió junto a otros colegas un proyecto comunicativo radial orientado al tema medio ambiental, que duró solamente 3 meses debido a que las instituciones no apostaban por un programa especializado ambiental, para la publicidad prefieren medios que tengan salida diaria y tengan contenidos de lo que sucede a diario y que sean sintonizados por la población, que tengan rating.

#### **a) Disminución de la Calidad del Periodismo**

Sobre el tema de la calidad, según una de las comunicadoras la calidad periodística va bajando.

*“Lamentablemente, hay muy pocos periodistas que podría valorar y decirte que esta persona merece respeto porque hace un buen trabajo periodístico, lamentablemente cada vez más siento que la calidad periodística del periodista va bajando” (Comunicadora 5).*

Asimismo, para otra comunicadora la credibilidad es muy importante en la labor periodística.

*"La credibilidad es carta de presentación, si tu pierdes credibilidad mejor dedícate a otra profesión no vale la pena" (Comunicadora 1).*

Los valores de la sociedad, el olvido y la apatía, han hecho que lamentablemente esta frase pierda sentido para muchas comunicadoras y comunicadores.

Para la comunicadora 2, la ética periodística está sujeta a la presión política.

*"La realidad de la ética de la agenda periodística está sujeta a la presión política y social que vivimos, no hay otra forma" (Comunicadora 2).*

Asimismo, la comunicadora hace una reflexión sobre la finalidad que debería de perseguirse dentro de la labor comunicativa, enmarcada en educar:

¿Uno de los principios de la comunicación de los medios de comunicación de los programas de radio y televisión es orientar, informar, educar, estamos haciendo eso?, yo creo que al final el entretenimiento está sobrepasando las expectativas, cómo podríamos calificar a esta gente que va burlándose, que va mintiendo será pues parte del entretenimiento distraer (Comunicadora 2).

### **b) Periodismo Novedoso y Equilibrado**

Para las comunicadoras, la labor periodística debe ser novedosa y no caer en lo rutinario, como comenta la comunicadora:

*"Cada comunicador debemos aportar en algo a la población, para eso es nuestro trabajo, no debemos caer en la cotidianidad que a veces es rutinaria. Yo siento que a veces siempre va a ver una novedad" (Comunicadora 1).*

Para la comunicadora 7, el periodismo debe ofrecer una visión intermedia de las partes, que ayude a llegar a la verdad.

Como periodista no puedes tomar una postura radical porque qué pasa con los otros oyentes o con los televidentes que no están de acuerdo contigo. De repente te van a acusar de parcial lo que tienes que hacer es recoger una entrevista de este sector, otra entrevista de la oposición del otro sector y dar una posición un poco intermedia, muchos dicen que en el periodismo no tienes objetividad. (Comunicadora 7)

### **c) Sensibilizar**

*“Para un comunicador no es bueno asumir una posición radical tenemos que recoger de todo lado y más entrar en el plano de información, orientación y sobre todo sensibilizar en algunas cosas que en el Cusco hace falta” (Comunicadora 7).*

### **d) Labor Periodística**

El periodismo te da poder porque las personas te buscan las autoridades, presidentes comunales, la población.

*“El periodismo es una herramienta que llega a la población, te da el poder porque te buscan los líderes, las autoridades, te busca la gente para utilizar tu medio no puedes traicionar o decepcionar esa expectativa que tienen sobre ti” (Comunicadora 7).*

Asimismo, la comunicadora 1, coincide con la comunicadora 7, sobre el periodismo como poder.

*"El periodismo tiene poder, pero hay que utilizarlo para el bien". (Comunicadora 1)*

Este testimonio reconoce que el periodismo no es una actividad neutral, sino una herramienta de influencia social capaz de construir realidades, movilizar opiniones y presionar agendas políticas. En el contexto del cambio climático en Cusco, este poder se traduce en la capacidad de los comunicadores para actuar como mediadores entre el conocimiento científico y la acción ciudadana.

### **e) Ética Periodística**

El tema económico y los valores éticos han entrado en conflicto, algunos comunicadores anteponen los intereses económicos antes que la verdad:

*"yo he escuchado de periodistas decir: “Que ética, no me interesa la ética dijo un periodista que tiene buenos años ya” (varón), “si voy a pensar en la ética me voy a morir de hambre” y digo no que lamentable” (Comunicadora, 1)*

Al normalizarse el cinismo profesional bajo la premisa de que "la ética no da de comer", la verdad se desplaza de su rol como bien público para convertirse en un activo transable supeditado a intereses económicos. Este hallazgo sugiere que la precariedad

financiera no solo debilita la calidad informativa, sino que deja la agenda climática del Cusco en una situación de vulnerabilidad ética, donde la urgencia de la adaptación y la prevención corre el riesgo de ser silenciada o manipulada por la falta de un soporte institucional que dignifique y proteja la labor del comunicador.

#### **f) Periodismo: Medio para Conocer la Realidad y Tener Contactos**

El trabajo periodístico te ayuda a conocer la realidad social y tener una base de datos de contactos, líderes campesinos y autoridades:

*“Creo que el trabajo de reportera, te da la oportunidad de conocer a distintos actores desde líderes del mercado o desde el vendedor de la esquina o dirigente o una autoridad del más alto nivel” (Comunicadora 1).*

Finalmente, la comunicadora enfatiza que el periodismo te acerca al pueblo y te genera relaciones.

*"Esta profesión es muy digna, esta profesión es muy digna y noble, te tiene cerca al pueblo y tienes mucha relación, puedes relacionarte." (Comunicadora 1)*

La afirmación de la Comunicadora 1 valora el periodismo no como una técnica de transmisión de datos, sino como una profesión de servicio y vinculación comunitaria. Al calificarla como "digna y noble", la entrevistada posiciona la labor del comunicador desde una dimensión ética que trasciende lo laboral, subrayando que su mayor capital es la proximidad con el pueblo. En una región con brechas geográficas y sociales como Cusco, esta capacidad de "relacionarse" convierte al periodista en un mediador cultural y un puente de confianza. Este hallazgo sugiere que la efectividad de la comunicación climática en la región no depende solo de la sofisticación tecnológica, sino de la legitimidad social que el comunicador construye a través de su vínculo directo con las comunidades y sus necesidades cotidianas.

La tercera parte de la investigación se centró en los medios que utilizan las comunicadoras para difundir su mensaje, así como en los desafíos que enfrentan en su profesión. Los hallazgos revelan una clara preferencia por la radio debido a su accesibilidad, un factor clave en un contexto con recursos limitados.

Como lo señala Santillán (2015), la radio tiene un enorme potencial para conectar los grandes desafíos globales, como el cambio climático, con la realidad local. Su bajo costo y su capacidad para llegar a comunidades remotas la convierten en una herramienta vital para la comunicación ambiental en Cusco. Por el contrario, la televisión presenta mayores barreras, principalmente económicas y de recursos humanos, lo que limita la capacidad de las comunicadoras para producir programas de manera regular.

Un punto crucial del estudio es la coincidencia entre comunicadores y comunicadoras sobre la necesidad de un periodismo especializado en temas ambientales. Todos manifestaron que la especialización es fundamental para ganar autoridad y credibilidad ante la audiencia. Este hallazgo se alinea directamente con la postura de Shanahan (2017), quien argumenta que la complejidad del cambio climático exige un conocimiento especializado que va más allá del periodismo generalista.

Sin embargo, aquí surge una contradicción fundamental: a pesar de la importancia de esta especialización, las comunicadoras perciben que no ofrece una retribución económica comparable a la de otros campos, como el periodismo político o de noticias generales. Esta falta de rentabilidad en los medios tradicionales ha llevado a un cambio de paradigma. Finalmente, la investigación reveló un desafío de género que afecta a estas profesionales. Pese a que las comunicadoras cusqueñas tienen la capacidad de liderar y desarrollar temas ambientales, existe una normalización que relega esta área a las mujeres, mientras que los comunicadores varones tienden a dominar los temas políticos. Esta dinámica limita el pleno desarrollo de las mujeres en el periodismo tradicional y perpetúa roles de género.

Este análisis demuestra que las comunicadoras no solo están navegando las complejidades del cambio climático, sino que también están enfrentando desafíos económicos y de género, lo que las empuja a innovar y a buscar nuevos modelos de sostenibilidad para su importante labor.

## 5.6. Labor Comunicativa, Roles de Género y familia

### 5.6.1. Sexismo y Discriminación

#### a) Sexismo

Dentro del ámbito de formación académica en comunicación y ciencias sociales, una de las comunicadoras, fue tratada sin respeto, asimismo su inteligencia fue puesta en duda en un evento público organizado en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, evento donde la comunicadora fue vulnerada del derecho de expresión obligándola a callar y luego a disculparse:

*"Me hicieron callar, la docente me dijo te tienes que disculpar del doctor y digo no me voy a disculpar, no me voy a disculpar de quienes se doctorean" (Comunicadora 2).*

En el ámbito profesional también se da la falta de respeto entre una comunicadora mayor hacia otra menor, quien no es respetada al dar su opinión.

En el cotidiano trabajo periodístico se visibiliza la competencia entre comunicadoras mujeres por el tema de la publicidad. La amistad entre mujeres comunicadoras está deteriorada por la competencia por la publicidad.

Los varones juegan futbol o se reúnen y toman copas y son amigos todos, pero en el caso de las mujeres, por más que te reúnas y todo eso, cada una es competencia de la otra no, porque somos microempresarios y tienen que ver velar por su publicidad, por ganar más, es una pugna continua. (Comunicadora 6)

Las comunicadoras como microempresarias tratan de captar más publicidad por lo que tienen recelo una de otra, rompiendo las relaciones de camaradería que si tienen los comunicadores varones.

Asimismo, la mujer es discriminada por su condición de género y por la carga familiar que asume:

Para hacer algunos viajes lejos muchos prefieren llevar a varones porque son más independientes y tienen menos responsabilidades, una mujer puede tener un hijo, puede tener familia, tiene otras obligaciones y a veces los varones salen más airosos

que una mujer porque la responsabilidad es más fuerte en una mujer que en un varón.

(Comunicadora 7)

Para los trabajos se prefiere contratar a un comunicador varón por la asunción de disponibilidad de tiempo para realizar el trabajo, lo que invalida a la mujer con un prejuicio antes de preguntarle si lo podría hacer.

## **b) Tipos de Discriminación**

### **Discriminación por la edad y la apariencia**

Dentro de la labor periodística de las comunicadoras cusqueñas, se visibiliza la discriminación por el aspecto físico de la mujer y por su edad, dentro de la dinámica del trabajo de las comunicadoras y comunicadores en las conferencias de prensa, se congregan alrededor de 10 a 20 comunicadores y comunicadoras, lo cual depende de si el evento es organizado por el Gobierno Regional o una institución pequeña, si el tema es de coyuntura o si alguna de las comunicadoras o comunicadores tienen un contrato con alguna institución para hacer difusión. En este marco de congregación de comunicadoras y comunicadores, se producen miramientos, en especial de las comunicadoras mujeres, donde las comunicadoras “bonitas” se juntan y relegan a las demás comunicadoras como nos comenta una de las comunicadoras.

*“Entre las más mayores y las más jóvenes podría ser de un lado o entre podríamos decir las más presentadas, las más bonitas cosas así, si hay grupos, hay grupos, hay de todo en realidad (risas sarcásticas)” (Comunicadora 6).*

La actitud que tienen las comunicadoras más antiguas frente a la llegada de una comunicadora nueva es de un celo profesional, porque la comunicadora que recién llega es considerada como competencia para ellas, por el tema de la publicidad. Cuando una comunicadora ingresa a trabajar independientemente en el periodismo, no es recibida y apoyada por sus colegas.

### **Discriminación por la Ropa**

La forma de vestir con indumentaria tradicional también induce a ser maltratada; como ya hemos mencionado anteriormente, se produce un encuentro entre las comunicadoras en las conferencias de prensa y eventos que requieren difusión. En este ambiente las comunicadoras critican la forma de vestir una de la otra. En especial esta discriminación se da si te sales del renglón de vestir con un terno, un saco o tacos.

*“Alguien se me acercó y me dijo como vas a venir así es una conferencia de prensa, como te vas a vestir así tus trenzas con tu mantita tienes que ubicarte” (Comunicadora, 2).*

Este testimonio visibiliza el maltrato recibido por la comunicadora que al buscar una forma de vestir que revalore sus raíces, recibe críticas respecto de su aspecto físico y la ropa que utiliza, lo cual afecta la autoestima de la comunicadora.

### **Discriminación por el idioma quechua en la labor periodística**

Tenemos el caso de discriminación étnico racial que sufrió una de las comunicadoras entrevistadas, esta discriminación se dio por el tipo de periodismo en quechua que realizaba, lo cual ocurrió hace 20 años atrás en el que el quechua era un idioma poco valorado en la sociedad cusqueña, más bien era un idioma que solo las personas alto andinas lo hablaban y era considerado inapropiado para las personas de la ciudad o que tenían una profesión.

*“Una vez una autoridad en el colegio de periodistas me dijo y esta Walaychu, que hace aquí cuando había una conferencia de prensa en el distrito de Wanchaq, dijo que hay indios o campesinos en Wanchaq” (Comunicadora 2).*

Dentro del ámbito cusqueño se tiene presencia de múltiples discriminaciones, una de las más usuales es la discriminación étnico racial, visibilizado en la falta de respeto a las comunicadoras y comunicadores por su origen. Las comunicadoras han vivido muy fuertemente este tipo de discriminación en su ámbito familiar y profesional como lo vemos en el testimonio presentado, analizando este caso específico de un directivo del colegio de Periodistas de Cusco que humillo e insulto en una conferencia de prensa a la comunicadora por dirigir un programa en quechua, dice mucho sobre lo que todavía se necesita trabajar para llegar a la igualdad, donde hablar en quechua y tener un programa dirigido a los

campesinos y usar vestimenta que representa tus raíces no sea un motivo para que seas tratada con menos respeto que tus colegas.

Además de las barreras profesionales, el estudio también revela la sobrecarga de trabajo no remunerado. Las comunicadoras tienen roles de género internalizados que las hacen responsables de la cocina, la limpieza y, sobre todo, del cuidado de la familia. Esto coincide con los hallazgos de ONU Mujeres (2018), que destacan la limitación que el trabajo doméstico impone al desarrollo profesional de las mujeres. La comunicadora 3 es un claro ejemplo de este dilema, habiendo dedicado ocho años de su vida a la crianza de sus hijos, lo que limitó su trayectoria profesional. Este fenómeno es consistentemente señalado por autoras como Beauvoir (1949) y Lemos (1985), quienes subrayan que la mujer, incluso si trabaja, no se libera del peso del hogar y la familia.

La tesis da a conocer que, si bien las comunicadoras cusqueñas enfrentan múltiples barreras desde la discriminación por género y la falta de recursos hasta la carga del trabajo doméstico, su labor en el periodismo ambiental es de vital importancia. A pesar de que estudios como el de O'Callaghan (2024) sugieren que el género del comunicador no es el factor más decisivo en la efectividad del mensaje, la investigación revela algo fundamental: La voz de estas mujeres es necesaria y poderosa, precisamente porque su experiencia y conexión con la realidad local les permite dar un rostro humano al cambio climático. Su trabajo va más allá de la noticia; es un acto de resistencia y un camino hacia el empoderamiento, al construir una credibilidad que trasciende los prejuicios y las limitaciones del sistema tradicional de medios.

## **5.7. Factor Económico**

### **5.7.1. Publicidad**

Para los comunicadores y comunicadoras, en especial para los periodistas, el medio de ingreso para sus programas es la publicidad y si se trabaja para un medio de comunicación el sueldo es mínimo como comentan las comunicadoras:

Tú tienes que conseguir publicidad y esa publicidad va a pagar tu trabajo, a no ser que los dueños de medios contratan a periodistas. Cuando tú trabajas para un dueño de medio te va a parametrizar contenidos, pero cuando tú trabajas para tu propio medio o compras un medio la dificultad va a ser siempre el tema económico.  
(Comunicadora 7)

Algunos dueños de canales donde contratas un espacio, cometen el abuso de sacarte del aire sin un motivo, la comunicadora Cárdenas comparte su experiencia sobre las dificultades para conseguir la publicidad y los abusos que se cometen en los medios de comunicación:

*“Además de hacer tu investigación tus noticias, tienes que estar hablando de publicidad y lo más patético tienes que conseguir si o si la publicidad” (Comunicadora 2)*

Dentro de la labor periodística, el tema de la publicidad llega a ser una condicionante para establecer el contenido del programa de las comunicadoras y comunicadores.

Las comunicadoras se apasionan por el tema de hacer un voluntariado e informar sobre temas medio ambientales, sin embargo, se generan dificultades en la parte económica que posteriormente se dan cuenta que les afecta como nos comenta una de las comunicadoras:

*“Yo digo no lo es todo el dinero, pero otros colegas dicen y de qué vivo, vivimos de la publicidad” (Comunicadora 1).*

Sin embargo, el factor económico afecta para mantener al aire un programa, debido a que se necesita pagar el alquiler del espacio en televisión o radio:

*“Hay espacios que tenemos que financiar nosotros mismos y eso no es fácil y quizás eso también a muchos les hace tomar pausas, los auspicios enero febrero no hay casi, como sobrevivimos, hemos tenido que parar” (Comunicadora 1).*

Sin embargo, las comunicadoras manifiestan que se puede vivir dignamente de la profesión del periodismo:

Nosotros hemos vivido y lo digo con mucha honestidad, nosotros hemos vivido bien del trabajo periodístico porque es cierto no se gana millones como lo hacen quizás otros no, se gana lo que debe ser, y claro algunas veces he hecho también trabajo de

consultorías, pero generalmente nosotros hemos vivido del trabajo periodístico del cual yo me siento orgullosa y lo he hecho con mucha convicción y con mucha ética, de eso estoy segura. (Comunicadora 1)

Las comunicadoras que realizan la labor de informar sobre el cambio climático y temas medioambientales son personas que tienen claro el tema de la ética periodística y el trabajo honesto en la profesión de comunicadoras.

Es importante reflexionar sobre la superficialidad que se presenta dentro de esta labor, como lo comenta una de las comunicadoras:

*“Coyuntural, totalmente del minuto a minuto. Pienso yo que está sujeto al tema económico, quien paga más estará más en los medios de comunicación” (Comunicadora 2).*

Esta labor está sujeta al tema económico para el alquiler de los espacios tanto radial como televisivo. Los comunicadores entrevistados trabajan independientemente.

### **5.7.2. Periodismo Labor Social y no Lucrativa**

Para una de las comunicadoras, la labor del comunicador es social y no lucrativa:

Lamentablemente la profesión ha sido invadida tergiversada ha perdido yo creo que hasta el norte porque la mayoría hace negocios, ósea lo han mercantilizado. Esta profesión es una profesión noble que, a través de nuestra profesión, nosotros podemos lograr alcanzar justicia, canalizar los problemas que están en la sociedad para eso es el periodismo, no es para lucrarse, no es para ir a vender la línea editorial.  
(Comunicadora 1)

Las comunicadoras y comunicadores de la Red tienen valores y lo demuestran en su trabajo, sin embargo, también necesitan pensar en su bienestar económico como medio de subsistencia.

*“Hacer voluntariados de una forma así entregarte, sin importar si estás gastando no, ese es un asunto tuyo o lo estás dando sin que no necesariamente sin decir al mundo estoy gastando” (Comunicadora 1).*

La realidad del periodismo cusqueño muestra que ha caído en las manos del mejor postor. Sin importar el tema ambiental y de cambio climático, lo más importante en este tiempo para muchos comunicadores es el dinero.

La publicidad, genera ingreso económico para las y los periodistas, es un tema vital porque de ella dependen los ingresos.

El periodismo es una profesión noble, es un medio social para ayudar a la sociedad, a que se logre justicia y a que causas nobles tengan espacio y no es un espacio para lucrar. En la actualidad se ve al periodismo como una profesión que se ha mercantilizado donde se vende la línea editorial quien pone el dinero pone las reglas del juego, es decir que contenidos se difundirán en los medios de comunicación de Cusco.

Las comunicadoras opinan que no hay una independencia al momento de informar sobre temas medio ambientales porque dependen de la publicidad de los municipios y otras instituciones, por miedo a que los funcionarios les quiten la publicidad a quienes denuncian las responsabilidades por ejemplo del friaje, etc. ya no se les da publicidad. La agenda periodística la dirigen quienes tienen el dinero para la publicidad.

Las comunicadoras mujeres, perciben un ingreso mínimo por su labor, en su mayoría le dedican parte de su tiempo al periodismo, no están dedicadas completamente a esta labor, la cual combinan con su vida familiar.

En lo económico, los comunicadores varones son los proveedores del ingreso económico en sus hogares.

Una explicación a por qué se tiene un mayor número de mujeres en la Red es porque los comunicadores varones están enfocados en conseguir dinero para sostener a sus familias, por ser la cabeza familiar como nos lo comentan los comunicadores varones de la Red.

El tema ambiental al ser de especialidad no es lucrativo razón por la cual los comunicadores varones participan poco de este tipo de periodismo.

La investigación revela que la mercantilización del periodismo es un problema central para las comunicadoras cusqueñas. La publicidad se ha convertido en la principal fuente de

ingresos, lo que ha transformado la profesión en un negocio. Este fenómeno tiene un impacto directo en la línea editorial, que queda supeditada a los intereses de quienes tienen el poder económico, un hallazgo que coincide con la investigación de Zaragoza (2011). La comunicadora 1 lo expresó con gran pesar: *"La mayoría hace negocios, ósea lo han mercantilizado... eso no es el periodismo... Esta profesión es una profesión noble... no es para lucrarse, no es para ir a vender la línea editorial"*(Comunicadora 1).

Esta tensión entre la ética profesional y la necesidad de subsistir es una constante en el periodismo cusqueño.

Las condiciones laborales de las comunicadoras refuerzan esta situación. Con salarios que oscilan entre 1000 y 2500 soles al mes, muchas veces trabajando hasta 14 horas diarias, la precarización es evidente. Si bien el trabajo remunerado es fundamental para la independencia de la mujer, como lo destacó Beauvoir (1949), el sueldo no es suficiente. Las comunicadoras necesitan un apoyo social para lograr una independencia completa, una idea respaldada por los datos de ONU Mujeres (2018) que señalan que las mujeres tienen menos probabilidades de acceder al mercado laboral formal, y cuando lo hacen, a menudo es en condiciones precarias.

En este contexto, la elección de temas periodísticos también se ve afectada. El estudio halló que los comunicadores varones, especialmente los más jóvenes, evitan el periodismo ambiental porque no es lucrativo. Este es un punto crítico, ya que relegan este campo a las comunicadoras mujeres, creando una suerte de nicho de género no remunerado. Esta dinámica es consistente con la afirmación de Borja (2023), quien señala que las mujeres son relegadas a temas ambientales, sociales o de entretenimiento mientras que los hombres se reservan los temas de política, que sí son rentables.

Esta realidad subraya la doble carga que enfrentan las comunicadoras: por un lado, su compromiso con una causa vital como el cambio climático; por otro, la presión de un mercado que no valora económicamente este trabajo. La investigación también reveló que la falta de rentabilidad del periodismo ambiental impacta directamente en la ética profesional,

como lo evidencia el doloroso testimonio de la comunicadora 1, quien relata la resignación de un colega varón que, para sobrevivir, dijo: *"si voy a pensar en la ética me voy a morir de hambre"*.

La labor de estas comunicadoras, al abordar temas como los que destaca Pongo (2019) sobre la necesidad de tributos verdes, es crucial para la sociedad. Sin embargo, su capacidad para incidir y generar un cambio está directamente limitada por la mercantilización del periodismo y los roles de género que persisten en la industria mediática. La falta de un modelo de negocio sostenible para el periodismo ambiental en los medios tradicionales obliga a estas profesionales a buscar alternativas, confirmando que la lucha por la sostenibilidad no es solo ambiental, sino también profesional y económica.

#### **5.8. Pruebas de Hipótesis**

Ver cuadro en la siguiente hoja.

Tabla 5

## Prueba de Hipótesis

<i>Contrastación de Hipótesis</i>					
<b>Problema específico</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Técnicas e instrumentos utilizados</b>	<b>Fuentes de información utilizada</b>	<b>Hechos hallados</b>	<b>Conclusiones producto de la contrastación de hipótesis</b>
¿Cuáles son los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú?	Los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco, son discursos que integran conocimientos científicos generales y una visión cultural basada en el respeto y amor a la Madre Tierra, reflejando tanto su especialización en el tema como su compromiso ético y social.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Entrevistas (Guía de entrevista)</li> <li>· Historias de vida (Guía de historias de vida)</li> <li>· Grupo Focal (Guía de grupo focal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Red de comunicadores ambientalistas</li> <li>· Junta Directiva de la Red y comunicadores fundadores de la Red.</li> <li>· Plataformas digitales</li> <li>· Redes sociales</li> </ul>	Para concientizar a las comunicadoras y comunicadores la Red organizó conjuntamente con otras organizaciones ambientales, talleres de capacitación en temas de Cambio Climático y medio ambiente. Cuyo resultado es que los integrantes de la Red difunden noticias relacionadas al cambio climático y medio ambiente.	Pertenecer a la Red de comunicadores ambientalistas influyo en la toma de conciencia de las comunicadoras y comunicadores, quienes fortalecieron sus conocimientos sobre temas climáticos y medio ambientales. Los comunicadores varones se abocan a informar más sobre temas políticos y de coyuntura para captar mayor publicidad e ingresos para sostener a sus familias. El periodismo de especialidad en tema climático y ambiental no es lucrativo en Cusco debido a que las instituciones prefieren invertir en programas que tengan rating, que se emitan todos los días y sean de corte político.
¿Qué canales de difusión utilizan las comunicadoras y comunicadores en Cusco, Perú, para informar sobre el cambio climático?	Los canales de difusión que las comunicadoras y comunicadores utilizan en Cusco - Perú, para informar sobre el cambio climático, son principalmente la radio y la televisión, siendo las redes sociales un espacio aprovechado para el periodismo independiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Entrevistas (Guía de entrevista)</li> <li>· Historias de vida (Guía de historias de vida)</li> <li>· Grupo Focal (Guía de grupo focal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Red de comunicadores ambientalistas</li> <li>· Junta Directiva de la Red y comunicadores antiguos</li> <li>· Plataformas digitales</li> </ul>	Las comunicadoras utilizan la radio como un medio para informar, porque es el medio más económico y porque llega a muchas personas. Asimismo el tema económico también influye en la elección de este medio para sus programas.	Los canales de difusión más utilizados son la radio y la televisión, las comunicadoras mujeres estan más comprometidas con el tema climático y medio Ambiental, quienes además de tener conocimientos sobre el cambio climático y estar concientizadas, pasan a la acción y emiten información frecuentemente sobre el cambio climático y el medio ambiente en sus programas de Radio y Televisión, además participan de otras actividades como la elaboración de spots climáticos y medio ambientales.

## CONCLUSIONES

**Primera:** Conforme a los resultados de la investigación, se determinó que las comunicadoras y comunicadores en Cusco emiten información climática y medio ambiental, centrando su discurso en la adaptación y mitigación al cambio climático. Se identificó que las comunicadoras y comunicadores pertenecientes a la red se encuentran sensibilizados producto de participar de capacitaciones, realizar estudios de maestría en cambio climático, así como tener el amor a la madre tierra. Ello hizo que los comunicadores centraran sus contenidos en temas climáticos y medio ambientales. Asimismo, se identificó que las comunicadoras mujeres presentan un mayor compromiso en la difusión de este tema.

**Segundo:** A partir de los resultados analizados se identificó que, en los discursos de las comunicadoras y comunicadores se encuentra contenido medio ambiental y climático, la información que emiten no es profunda, debido a que el periodismo en el que se han especializado no es rentable y es efímera, lo que hizo que los contenidos no se trabajaran a profundidad en el lugar donde ocurren y donde se ven los efectos del cambio climático, tiempo y dinero son las limitantes. Asimismo, como fuentes informativas priorizan al ciudadano de a pie, entrevistas a funcionarios del gobierno regional y a científicos reconocidos del Cusco.

**Tercera:** El medio de comunicación más utilizado por las comunicadoras y comunicadores es la radio, desde que iniciaron sus prácticas en radio, se quedaron a trabajar en este medio, debido a que es un medio accesible y popular. El reto en la actualidad para estos comunicadores es el uso de plataformas virtuales para monetizar el periodismo independiente y generar recursos para sus programas y la mayor difusión y sensibilización sobre el tema del cambio climático y medio ambiental.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** A partir de los hallazgos de la investigación, se recomienda el fortalecimiento de los talleres en temas medio ambientales y climáticos a los periodistas de la Red de comunicadores Ambientalistas.

**Segundo:** Realizar una especialización en periodismo medioambiental y climático, cuyos contenidos sean trabajos de investigación a profundidad. Para lo que se recomienda buscar auspiciadores locales, nacionales e internacionales para hacer sostenible este trabajo.

**Tercero:** Finalmente, se recomienda el uso de las plataformas virtuales con la finalidad de tener una mayor cobertura y versatilidad de la información a ser presentada, así como dinamizar la comunicación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Revelo, L. (2021). *La igualdad de género ante el cambio climático: ¿qué pueden hacer los mecanismos para el adelanto de las mujeres de América Latina y el Caribe?* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/b06be710-eea2-4f88-8f79-a301caf1fdda>
- Alegre Anchari, B. (2022). *Análisis de la implementación de la Estrategia Regional Frente al Cambio Climático en la Región Cusco* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco. Recuperado de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/6314>
- Baecker, D. (2017). Teorías sistémicas de la comunicación. *Revista Mad*, (37), 1-20.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (8 de marzo de 2023). *No es fácil ser mujer en el mundo del trabajo*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/no-es-facil-ser-mujer-en-el-mundo-del-trabajo/>
- Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. París, Francia: Gallimard.
- Beling Loose, E., & Fernández Reyes, R. (2020). Periodismo y cambio climático en América Latina. *Historia Ambiental Latinoamericana y Caribeña (HALAC)*, 10(3), 150-172. doi:10.32991/2237-2717.2020v10i3.p150-172
- Beltrán, L. R. (1981). Adiós a Aristóteles: La comunicación «horizontal». *Comunicación y Sociedad*, (6), 1-26.
- Berlo, D. K. (1984). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- Boykoff, M. T. (2019). *La comunicación del cambio climático y el papel de los medios*. Barcelona, España: Icaria Editorial. (Obra original publicada en 2011).
- Bulkeley, H., & Newell, P. (2015). *Governing Climate Change*. Londres, Inglaterra: Routledge.

- Cáceres, S., & Hernández, V. (2024). *La incorporación de la mujer al periodismo y su estatus actual* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/197853>
- Canal ComHum. (11 de septiembre de 2016). *Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales UNAM* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=a26xl2RTDow>
- Ceroseventa. (8 de marzo de 2023). *8M: Esto es ser periodista y mujer en Latinoamérica*. Recuperado de <https://ceroseventa.uniandes.edu.co/especiales/8m-esto-es-ser-periodista-y-mujer-en-latinoamerica/>
- Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. (26 de junio de 2024). *Mujer, desafíos de la comunicación*. Recuperado de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/14583>
- Comella Romeu, H. (2025). Framing in climate change communication and its influence on ideological divides. *Locality Journal*, 8(1), 1-24. doi:10.5334/gla.99
- Cruz Miranda, L. J. (2022). *Evaluación del efecto del cambio climático en el recurso hídrico de la Laguna de Piuray en la Microcuenca de Piuray (Chincheros, Cusco)* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12773/14509>
- De la Cadena, M. (2015). *Earth Beings: Ecologies of Practice across Andean Worlds*. Durham, NC: Duke University Press.
- Diccionario etimológico castellano en línea. (s.f.). *Comunicar*. Recuperado el 2 de noviembre de 2023, de <https://etimologias.dechile.net/?comunicar>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Escobar, A. (2014). *Sentipensar con la tierra: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. Medellín, Colombia: Ediciones UNAULA.

- Eyzaguirre Morales, E. V. (2022). *Mujeres periodistas y roles de género en la televisión peruana* (Tesis de bachillerato). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660758>
- Foro de Periodismo Argentino. (9 de junio de 2023). *¿Cuáles son los desafíos de las mujeres comunicadoras a la hora de ejercer su profesión?* Recuperado de <https://fopea.org/cuales-son-los-desafios-de-las-mujeres-comunicadoras-a-la-hora-de-ejercer-su-profesion/>
- Fuentes Martínez, C. M. (2019). *Surgimiento, sostenibilidad y narrativa de la comunicación popular: trayectoria de la Agencia Prensa Rural* (Tesis de maestría). FLACSO Ecuador, Quito. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/15636>
- Gamio Aita, P. (2022). Pandemia, cambio climático y el Perú. En *Libro del Bicentenario* (pp. 359-373). Lima, Perú: INTE PUCP. Recuperado de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/184485/>
- García Campana, A. G. (2017). *Influencia del periodismo de investigación en la privacidad e intimidad de las autoridades en la ciudad del Cusco – 2015* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Giddens, A. (2011). *La política del cambio climático*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Giusti Hundskopf, M. C. (2017). *Estrategia Regional Frente al Cambio Climático Región Cusco (Versión actualizada)*. Cusco, Perú: Unidad Operativa Regional de Cambio Climático.
- Gobierno Regional del Cusco. (2012). *Estrategia Regional Frente al Cambio Climático – ERFCC*. Cusco, Perú: Editorial GORE.
- González-Gaudiano, E. J., & Meira-Carrea, P. Á. (2020). Educación para el cambio climático: ¿Educar sobre el clima o para el cambio? *Perfiles Educativos*, 42(168), 157-174. doi:10.22201/iisue.24486167e.2020.168.59464
- Gumucio, A. (2010). La globalización y la teoría crítica: Un enfoque filosófico. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 30(58). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/>

- Guzmán, E. (2013). *Cambio climático en la seguridad alimentaria y economía cusqueñas*. Lima, Perú: CIES. Recuperado de <https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2018/12/>
- Haraway, D. J. (2019). *Seguir con el problema: Generar parentesco en el Chthuluceno*. Bilbao, España: Editorial Consonni.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). *Compendio estadístico Cusco 2022*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/4132269>
- IPCC. (2018). Anexo I: Glosario. En *Calentamiento global de 1,5 °C*. Recuperado de [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/10/SR15\\_Glossary\\_spanish.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/10/SR15_Glossary_spanish.pdf)
- Jaggi, M. (2021). El periodismo como agente de cambio. En *Periodismo ambiental y conciencia ecológica en torno al agua* (pp. 11-13). Lima, Perú: Cooperación Suiza COSUDE / Calandria.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Lemos, L. (1990). Mujer, desafíos de la comunicación. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, (34). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791804>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Estrategia Nacional ante el Cambio Climático*. Lima, Perú: MINAM. Recuperado de <https://sinia.minam.gob.pe/>
- Molek-Kozakowska, K. (2018). Popularity-driven science journalism and climate change: A critical discourse analysis of the unsaid. *Journalism*, 19(3), 427-442.
- Naciones Unidas. (1992). *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*. Recuperado de <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>
- Nieto Iglesias, M. A. (2022). *Periodismo científico: Campaña periodística escrita para concienciar a los ciudadanos sobre los efectos del cambio climático* (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

- O'Callaghan, K. A. (2024). *Discussing a 'Man-Made' Problem: The Role of Gender in Effective Climate Change Communication* (Tesis doctoral). The University of the Sunshine Coast, Australia.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible. (5 de junio de 2024). *Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- ONU Mujeres. (2018). *La igualdad de género* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://hchr.org.mx/puntal/wp-content/uploads/2020/06/IGUALDAD-DE-GENERO-2018-web.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (9 de septiembre de 2013). *Qué son los roles de género*. Recuperado de <https://www.oitinterfor.org/>
- Pereyra, G. (16 de junio de 2023). Cusco sin agua en tres meses: se acelera la disminución de reservas por El Niño. *Diario El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/peru/cusco/>
- Pongo Alva, L. G. (2019). *El Perú frente al cambio climático y los tributos verdes* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Programa Global Agua COSUDE & Calandria. (2021). *Periodismo ambiental y conciencia ecológica en torno al agua*. Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Real Academia Española. (s.f.). Sexismo. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 22 de abril de 2024, de <https://dle.rae.es/sexismo>
- Reuters Institute. (8 de marzo de 2023). *Mujeres y liderazgo en los medios informativos en 2023*. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
- Santillán Leiba, V. H. (2015). *Comunicación y medio ambiente: las radios comunitarias como garantes del desarrollo sostenible en el Perú* (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (17), 17-40.

- Shanahan, M. (2007). *Hablar de una revolución: el cambio climático y los medios de comunicación*. Londres, Inglaterra: IIED. Recuperado de [enlace sospechoso eliminado]
- Spitulnik, D. (1999). Media. *Journal of Linguistic Anthropology*, 9(1/2), 148-151.
- The Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). *IPCC en español*. Recuperado de <https://www.ipcc.ch/languages-2/spanish/>
- Tufte, T. (2017). *Communication for Social Change: A Citizen Perspective*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.
- United Nations Climate Change. (2023). *Qué es la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*. Recuperado de <https://unfccc.int/es/>
- Valdés, A., & Benavente, M. (2014). *Políticas públicas para la igualdad de género* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/>
- Varela, N. (2020). *Feminismo para principiantes* (Ed. actualizada). Barcelona, España: Penguin Random House.
- Villamayor, C. (20 de octubre de 2023). *La comunicación popular en América Latina. Desafíos y perspectivas desde un enfoque de género* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7AZ5wEUN8Ro>
- Villarroel Díaz, V. R. (2021). *Efecto del cambio climático en el desarrollo sostenible del Perú y sus regiones, 2006 – 2018* (Tesis doctoral). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Vinelli, N., & Villamayor, C. (2023). *Comunicación popular y alternativa: una revisión dialogada*. Quito, Ecuador: CTP Ediciones / CIESPAL.
- Weibel, M. C. (2021). Percepciones del cambio climático y el desarrollo sostenible dentro y fuera de la academia en Cusco, Andes peruanos. *Espacio y Desarrollo*, (37), 53-72. doi:10.18800/espacioydesarrollo.202101.003
- Woolf, V. (1929). *Una habitación propia*. Londres, Inglaterra: Hogarth Press.

## Anexos

### a. Matriz de consistencia

Problema	Hipótesis	Objetivos	Metodología
¿Cómo es el enfoque de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco, Perú?	El enfoque de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco -Perú, es diferente entre comunicadores varones y mujeres, está condicionado por factores de género y económicos, siendo principalmente las mujeres quienes, pese a enfrentar mayores limitaciones materiales, asumen un rol activo y comprometido en la difusión de estos temas.	Interpretar el enfoque de las comunicadoras y los comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú.	<p>Ámbito de estudio Ciudad del Cusco</p> <p>Tipo de investigación Básica o teórica</p> <p>Enfoque de investigación Cualitativo.</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo-interpretativo</p>
¿Cuáles son los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco Perú?	Los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco, son discursos que integran conocimientos científicos generales y una visión cultural basada en el respeto y amor a la Madre Tierra, reflejando tanto su especialización en el tema como su compromiso ético y social.	Analizar los discursos de las comunicadoras y comunicadores en la emisión de información sobre el cambio climático en Cusco, Perú.	<p>Unidad de análisis Red de Comunicadores Ambientalistas</p> <p>Población de estudio Red de Comunicadores Ambientalistas</p> <p>Muestra 9 Comunicadoras lideresas y comunicadores antiguos</p>
¿Qué canales de difusión utilizan las comunicadoras y comunicadores en Cusco, Perú, para informar sobre el cambio climático?	Los canales de difusión que las comunicadoras y comunicadores utilizan en Cusco - Perú, para informar sobre el cambio climático, son principalmente la radio y la televisión, siendo las redes sociales un espacio aprovechado para el periodismo independiente.	Conocer los canales de difusión utilizados por las comunicadoras y comunicadores en Cusco, Perú para informar sobre el cambio climático.	<p>Técnicas de acopio de información</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a profundidad</li> <li>• Historias de vida</li> <li>• Grupo Focal</li> <li>• Observación participante</li> </ul> <p>Técnicas de análisis e interpretación de la información Teoría fundamentada</p>

## **b. Instrumentos de recolección de información**

### **Guía de entrevista:**

#### **ENTREVISTA**

Nombre y apellido:

Nombre de su programa:

Horario:

Medio por el que se difunde:

#### **CAMBIO CLIMÁTICO Y MEDIO AMBIENTE**

¿Por qué es importante conocer sobre el Cambio climático y el Medio Ambiente?

¿Qué la impulso a formar parte de la Red de Comunicadores Ambientalistas?

¿Qué la motivaría a participar más activamente de la Red?

¿Experiencias de cambio en tema medio ambiental que ha visto en su ejercicio profesional?

¿Hubo alguna acción campaña concretada como resultado de la difusión del Periodismo

Medio Ambiental? ¿Cómo llego el mensaje ambientalista al público?

¿Qué mensajes emite en tema sobre Cambio Climático y Medio Ambiente?

¿Cómo fue su participación en el Interclima Durante los últimos años?

#### **PERIODISMO - COMUNICACIÓN**

¿Cuánto tiempo viene ejerciendo su carrera como periodista – comunicador(a)?

¿Cómo es la dinámica de su trabajo periodístico? ¿Cómo prepara su material periodístico?

¿Cómo sistematiza la noticia?

¿Utiliza algún esquema radial, televisivo etc para la realización de su trabajo?

¿Cuáles son sus fuentes informativas?

¿En su opinión cuál es la realidad del trabajo periodístico en el Cusco?

¿Qué materiales tecnológicos utiliza para su labor periodística comunicativa?

¿Qué diferencia su trabajo periodístico de los demás periodistas?

¿Realiza actualizaciones u especializaciones sobre periodismo y comunicación? ¿Cuándo fue la última vez que la realizó y sobre qué tema?

¿Le gustaría realizar alguna capacitación? ¿Por cuánto tiempo? ¿Y qué días y horarios son adecuados para Ud.?

### **PERSPECTIVA DE GÉNERO**

¿Qué labores desempeña adicionales al periodismo? ¿Qué actividades realiza en sus tiempos libres? ¿Cuáles son los temas de su interés?

¿Lidera o pertenece a algún grupo? ¿Cuál?

¿Tiene familia? ¿Cuál es su función dentro de ella?

¿Se encuentra a cargo de alguna persona con discapacidad, enferma?

¿Se valora su trabajo como comunicador(a)? ¿Hay críticas o censuras sobre su trabajo como comunicador(a)?

¿En el ejercicio profesional ha tenido problemas de machismo, o ha sufrido maltratos por su condición de ser mujer? Y ¿Cómo lo solucionaron?

**¡Gracias por las respuestas!**

**Historias de vida:**

**GUIA HISTORIAS DE VIDA**

COMUNICADORA:

.....

EDAD:

.....

Fecha: .....

Hora: .....

Por favor ¿Puede contarme dónde nació Ud.?, ¿De dónde son los orígenes de sus papas y abuelos?

Cuéntame su experiencia laboral

¿Cómo nace su programa radial?

¿Cuál es la razón de que su programa dure tantos años?

¿Por qué decide unirse a la Red de Comunicadores Ambientalistas?

¿Desde cuándo es importante para usted informar sobre el Cambio climático y temas medio Ambientales?

## GRUPO FOCAL

Mg. Bertha Alegre/ Radio

Lic. Alejandrina Calancha/ Radio

Lic. Hernet Moscoso/ GORE

### PREGUNTAS:

#### 1. Comunicación y Periodismo

##### 1.1. Realidad del trabajo periodístico

¿Cómo es el Trabajo de campo de un periodista? (cómo es su día a día)

¿Qué género periodístico utilizan y por qué? (Noticia, Entrevista, reportaje)

¿El periodismo y la comunicación especializada tienen futuro?

##### 1.2. Audiencia de los Medios de Comunicación

¿Cuál es el alcance de su medio de comunicación?

¿Conoce quiénes son sus oyentes/audiencia?, ¿En qué lugares lo escuchan más?

¿Realizan entrevistas a las personas del campo? ¿Escuchan a las personas del campo?

##### 1.3. Propuestas

¿Cuál sería el perfil del comunicador(a)/ Periodista ambientalista? ¿Qué conocimientos debería tener?

¿Cuánto conoce sobre la Comunicación popular?

¿Podemos hacer algunas Reflexiones sobre el periodismo?

#### 2. Cambio Climático y Medio Ambiente

¿Pudo hacer una medición del impacto que tuvieron las campañas de Cambio Climático y Medio ambiente en su programa?

¿Qué opinan sobre el Cambio Climático actualmente en el Cusco? ¿Cómo se viene presentando? ¿Quiénes son los actores y las dificultades que se generarían si no se acentúa poner énfasis en su este tema?

¿Por qué cree que es importante que la población conozca y se concientice sobre el Cambio climático?

### **2.1. Red de comunicadores Ambientalistas**

¿Consideran que pertenecer a la Red de Comunicadores Ambientalistas a cambiado su enfoque sobre el Cambio Climático y el medio Ambiente?

¿La Red tiene aliados o potenciales aliados?

¿Cómo se podría fortalecer el trabajo de la RED de Comunicadores Ambientalistas?

¿Cómo sería el trabajo Ideal del INTERCLIMA donde ustedes participen?

¿Cuáles fueron los aciertos al trabajar con el CORECC? Y ¿qué se podría mejorar para optimizar las acciones sobre el Cambio Climático en la Región del Cusco?

### **3. Perspectiva de género**

¿Influye la condición de género en la toma de conciencia y sensibilización sobre el Cambio Climático?

¿Han visto algún caso de discriminación de alguna colega? Y ¿Qué se podría hacer para cambiar esta situación?

¿Dentro del trabajo periodístico ha sufrido violencia de género?

¿Dentro del ejercicio profesional ha tenido dificultades con alguna colega del mismo género?

¿Tienen algunas dificultades con las políticas de directivos del colegio de periodistas?

## c. Tablas

Tabla 2.

*Categorías Halladas*

<b>Categorías Halladas</b>			
	<b>Nº</b>	<b>Categoría</b>	<b>Enraizamiento</b>
Cambio Climático y Medio Ambiente	1	Conciencia y compromiso ambiental	53
	2	Políticas Ambientales de Cambio Climático	28
	3	Voluntariado y activismo ambiental	17
	4	CORECC Participación en el Interclima Regional 2022	13
	5	Campañas medio ambientales	12
Enfoque comunicativo	1	Red de Comunicadores Ambientalistas	75
	2	Periodismo Radial y Televisivo	32
	3	Reflexiones sobre el periodismo	32
	4	Factor económico	29
	5	Tratamiento del tema de CC y Medio Ambiente	27
	6	Contenidos y tratamiento de la Noticia	25
	7	Labor periodística	17
	8	Periodismo especializado	16
	9	Apasionamiento por el periodismo	12
	10	Comunicación para el desarrollo	8
Perspectiva de género	11	Quechua	8
	12	Tipos de periodismo	3
	13	Independencia	3
	1	Labor comunicativa y relaciones de pareja	17
	2	Maternidad/ Paternidad	14
	3	Roles de género	7
	4	Violencia de género	7
	5	Formación académica	6
	6	Sexismo	5
	7	Apoyo familiar	4
	8	Actividades de tiempo libre	3
	9	Machismo	3
10	Exceso de trabajo	2	
11	Liderazgo	2	
12	Actividades de cuidados	1	
1	Discriminación por la ropa	1	

#### d. Medios de verificación

#### Fotografías de la investigación



*Nota.* Participación en el Interclima Regional 2022, en el auditorio de la Universidad Andina de Cusco.



*Nota.* Primera reunión con las comunicadoras Mg. Bertha Alegre y Alejandrina Calancha febrero de 2023.



*Nota.* Entrevista historia de vida Mg. Bertha Alegre, 2023.



*Nota.* Participación en el Interclima Regional 2023 en el aduditorio de la Universidad Andina de Cusco.



*Nota.* Grupo Focal realizado el 26 de julio de 2023

Gracias!.