

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN**



***Fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución  
de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga,  
sector 1, JLO-Chiclayo**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**AUTORA**

**Jimena Antuanet Congolini Marcelo**

**ASESOR**

**Oscar Omar Terrones Juarez**

<https://orcid.org/0000-0002-5494-2568>

**Chiclayo, 2024**

***Fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución  
de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga,  
sector 1, JLO-Chiclayo**

PRESENTADA POR

**Jimena Antuanet Congolini Marcelo**

A la Facultad de Humanidades de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

APROBADA POR

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

PRESIDENTE

Lorella Priscila Otiniano Castillo

SECRETARIO

Oscar Omar Terrones Juarez

VOCAL

## **Dedicatoria**

A Dios y a mi familia, en especial a mi madre Verónica, por acompañarme en este camino y siempre creer en mí.

A mi hermana Pamela, quien me motiva a seguir adelante.

A mi prima Cynthia, por brindarme su apoyo en cada paso que doy.

A mis abuelos Victoria y Andrés, por ser mis segundos padres.

A la memoria de mi padre Manuel, mi ejemplo a seguir, mi razón de ser y quien en vida soñó con verme realizada a nivel profesional. Siempre me inculcó el amor hacia las cosas que desarrolle y, por eso, quiero ser como él.

## **Agradecimientos**

A mis amigos, por su apoyo en toda mi vida universitaria.

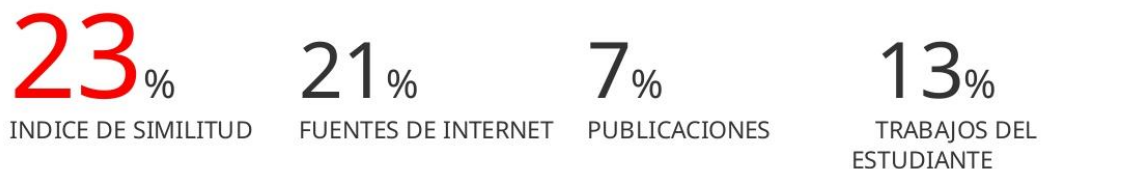
A todos los docentes de la Escuela de Comunicación de la USAT, por sus enseñanzas, especialmente, a mi profesor y asesor Oscar Omar Terrones Juárez, por guiarme en este proceso, por su paciencia y por transmitirme el amor hacia la investigación continua.

También, a la profesora Cecilia Vidaurre Nieto, por su exigencia y por los aprendizajes de vida.

A todos los que colaboraron con esta investigación.

# Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>www.miliarium.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>pirhua.udep.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>www.journalprosciences.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>suv.udg.mx</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>7</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
<b>Revisión de la literatura.....</b>	<b>9</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>19</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>21</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>26</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>27</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>31</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>37</b>

### Resumen

El presente trabajo de investigación propuso la creación de una *fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo. Se consideraron como objetivos específicos: identificar los problemas ambientales más recurrentes de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo mediante un diagnóstico comunicacional, determinar los contenidos y las herramientas de comunicación que permitirán desde la *fanpage* incentivar la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo y establecer los criterios para monitorear la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo que se genera desde la *fanpage*. La metodología corresponde al enfoque cualitativo y el tipo de investigación fue fenomenológico. Asimismo, se aplicó una guía de entrevista para expertos en Comunicación para el Desarrollo, Cambio Social y Comunicación Digital y, por otra parte; una guía de entrevista para los pobladores del sector 1 de la Urbanización Urrunaga. Se concluyó que una *fanpage*, la cual se orienta en el aspecto ambiental involucrando a la ciudadana, debe considerar criterios de monitoreo que permitan realizar una constante evaluación, en relación con la comunicación y participación que se generará en los talleres de la propuesta, las fases y entre los actores involucrados para así conocer a profundidad el logro de la misma.

**Palabras clave:** Comunicación y desarrollo, participación ciudadana, contaminación ambiental

### **Abstract**

The present search work proposed the creation of a fanpage to promote citizen participation in the solve of environmental problems of the Urrunaga Urbanization, sector 1, JLO-Chiclayo. Specific objectives were considered: to identify the most recurrent environmental problems in the Urrunaga Urbanization, sector 1, JLO-Chiclayo through a communication diagnosis, to determine the contents and communication tools that will allow the fanpage to encourage citizen relations of reaction of the environmental problems for Urrunaga Urbanization, sector 1, JLO-Chiclayo and establish the criteria to monitor citizen participation in the result of the ecological problems of the Urrunaga Urbanization, sector 1, JLO-Chiclayo that is generated from the fanpage. The method was be on the qualitative outlook and the type of review was phenomenological. Likewise, an interview guide was applied for specialists in Communication for Development, Digital and Social Innovation and for other hand; An interview guide for residents of sector 1 of the Urrunaga Urbanization. It was concluded that a fan page, which aims to solve environmental problems through citizen participation, must consider monitoring criteria that allow for constant evaluation, in relation to the communication and participation will be generated in the proposal workshops, the phases and between the actors involved in order to know in depth its achievement.

**Keywords:** Communication and development, citizen participation, environmental pollution

## Introducción

En la actualidad, la contaminación ambiental es uno de los principales problemas de difícil solución. Así lo corrobora la página *World Wildlife Fund (WWF)* (2022) que, en uno de sus artículos, citando al Informe de Riesgos Globales 2022 del Foro Económico Mundial menciona los cinco grandes problemas más preocupantes de la humanidad: el colapso de la acción climática, el clima extremo, el deterioro de la biodiversidad, el daño ambiental causado por los humanos y la crisis de recursos naturales.

No obstante, en varios países se está trabajando la vinculación entre la comunicación, la participación ciudadana y el desarrollo sostenible para plantear diferentes estrategias con el fin de reducir o erradicar la contaminación ambiental. Según Padilla et al. (2019), desde tiempo atrás, las Cumbres Internacionales de la Sociedad de la Información señalan que las herramientas sociales permiten visibilizar y reunir apoyo para que las comunidades o diferentes sectores de la población alcancen un cambio social. Asimismo, el uso de los diferentes canales tecnológicos se ha convertido en una alternativa para fomentar la participación ciudadana y desarrollar actividades, procesos dinámicos, enfoques, etc. (Franciskovic et al., 2020). Así, se están generando espacios de comunicación para que los actores involucrados contribuyan a la solución de sus problemas utilizando herramientas tecnológicas.

En China, la contaminación del aire o *airpocalipsis*, como lo denominó —en su momento— Christa Hasenkopf, la directora del índice de vida de la calidad del aire, es un problema que aún sigue afectando la vida de miles de ciudadanos (Amerise, 2022). Diversos investigadores ambientales del mencionado país elaboraron diferentes estrategias de comunicación, utilizando las redes sociales. Las personas participaron y actuaron frente al problema de la contaminación y obtuvieron así más de 210 millones de publicaciones, las cuales se basaron en generar alternativas de solución o manifestar sus puntos de vista (Gupta, 2019).

En Ecuador, el trabajo del cuidado del medio ambiente es abordado, en gran medida, por los ciudadanos. Por eso, según De la A Ramírez y Vélez (2022), los actores involucrados vienen aplicando distintas estrategias de desarrollo sostenible vinculadas con el uso de *Facebook*, como un espacio de comunicación y participación para así reducir los problemas de contaminación ambiental de su entorno o comunidad.

En Perú, es común observar la aglomeración de residuos sólidos (o desechos urbanos) en diversos espacios públicos. Se ha llegado a formar incluso 21 658 toneladas de basura en todo el país. En Lima, por ejemplo, en el Mercado Central y Mesa Redonda, se generan más de 450 toneladas de residuos (Caretas, 2023; *Infobae*, 2023). Sin embargo, según Quijandría (2020), la Organización no Gubernamental *WWF Perú* viene desarrollando diferentes estrategias comunicativas (charlas, material audiovisual, campañas, etc.), las cuales son compartidas en su *fanpage* y en otras herramientas digitales para que los jóvenes se relacionen con su contexto ambiental y comprendan la repercusión que tiene la participación colectiva en relación con el cuidado ambiental de Lima Metropolitana.

La realidad de José Leonardo Ortiz (JLO), un distrito de Chiclayo (Lambayeque, Perú) donde se realiza la presente investigación, es diferente. Según un reporte de la Subgerencia de Limpieza Pública y Ornato de José Leonardo Ortiz, publicado en el diario *La República* (Vásquez, 2022), se estima más de 150 toneladas de bolsas de residuos las que se generan, como mínimo, en 24 horas. Ante esta situación, los vecinos de la mencionada jurisdicción consideran que este problema les corresponde resolverlo solamente a las autoridades.

Respecto al sector 1 de la Urbanización Urrunaga del mencionado distrito, al realizar la primera observación de campo, se conversó con una habitante del mencionado sector, quien ha

vivido ahí por más de 50 años y explicó que la contaminación ambiental por residuos sólidos es una situación recurrente, sin una toma de acción por parte de las autoridades. También, señaló que sí existe interés por parte de los ciudadanos en relación con las actividades comunicacionales para darle solución a este problema, pero no cuentan con los medios para llevarlas a cabo (V. Torres, comunicación personal, 20 de agosto de 2022).

En relación a los acontecimientos expuestos, se formula el siguiente problema de investigación: ¿Cómo será la *fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo?

La presente investigación constituye un aporte científico a la carrera profesional de Comunicación, porque busca vincular a las áreas involucradas con el sostenimiento del ambiente y promoción del cambio social, a través del uso de la *fanpage* propuesta en el estudio. Además, genera interés para planificar y ejecutar proyectos de comunicación encaminados a la creación de espacios de participación ciudadana para superar problemas sociales.

Por otro lado, este trabajo tiene relevancia social, porque beneficia a los pobladores del sector 1 de la urbanización Urrunaga, perteneciente al distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo, Lambayeque, Perú), en relación con el incremento de su participación en el aspecto ambiental de su comunidad. Asimismo, otros distritos de la región o del país pueden beneficiarse, pues el problema que se aborda está vigente a nivel nacional.

El estudio cobra valor teórico, porque sirve para confirmar las investigaciones existentes y también obtener nuevos conocimientos sobre el uso de una página de *Facebook* como un espacio de comunicación y participación ciudadana. Finalmente, el aporte científico de esta investigación es establecer las herramientas de comunicación y las actividades de participación que se utilizan en la *fanpage* para solucionar la contaminación ambiental del sector 1 de Urrunaga en el mencionado distrito.

Para la realización de la presente investigación, se planteó como objetivo general: proponer la creación de una *fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo. Y como objetivos específicos se consideró: a) identificar los problemas ambientales más recurrentes de la urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo mediante un diagnóstico comunicacional; b) determinar los contenidos y las herramientas de comunicación que permitirán desde la *fanpage* incentivar la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo y c) establecer los criterios para monitorear la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo que se genera desde la *fanpage*.

### **Revisión de la literatura**

Guzmán y López (2019), en su estudio sobre el empleo y la promoción de las redes sociales para la educación ambiental, plantearon compartir información sobre la protección de las áreas verdes mediante la enseñanza al ciudadano y a través de una estrategia de comunicación, la cual permita crear espacios de participación. La metodología empleada fue cualitativa y los instrumentos aplicados se basaron en la recopilación y selección de datos, a través de la interpretación de revistas, documentos iconográficos, libros, etc. Los autores concluyeron que los medios sociales y tecnológicos pueden considerarse grandes herramientas para fomentar el cuidado de la naturaleza, ya que estas permiten generar diversas formas de comunicación y romper las barreras del lugar y tiempo.

Rodríguez (2021), en su investigación sobre la elaboración de una página de *Facebook* para la enseñanza y promoción comunitaria de un espacio de salud de atención de niños, describió y evaluó la práctica de gestionar una *fanpage*. La metodología empleada la compuso un enfoque mixto y los instrumentos aplicados fueron los cuestionarios, el almacenamiento de información y análisis de las respuestas. La autora concluyó que las publicaciones lúdicas fomentaron una mayor participación por parte de los involucrados en el centro de salud. Asimismo, compartir diversidad de contenido y actividades comunicacionales, a través de la mencionada red social, le permitió tener un mayor alcance y participación con la población, de una forma rápida y directa.

Monedero y Martín (2022), en su estudio sobre ocho *fanpage* creadas por los mismos ciudadanos para fomentar el cuidado del patrimonio natural de las ciudades de España y su promoción y participación en el desarrollo sostenible, analizaron las estrategias que emplean estos movimientos colectivos para mostrar su presencia en *Facebook* y fomentar mayor involucramiento de las personas en los problemas ecológicos. La metodología utilizada se orientó al enfoque mixto y los instrumentos aplicados fueron las entrevistas semiestructuradas y la comparación de contenido, a través de las estadísticas basadas en criterios de acciones, asociación, perceptibilidad y relación. Los autores concluyeron que la actividad de la *fanpage* trasciende de la cantidad de *likes* y, en la actualidad, este tipo de iniciativas son utilizadas como herramientas digitales que permiten crear espacios de comunicación y colaboración por parte de los implicados en la resolución de sus problemas ambientales.

## **Bases teóricas**

### **Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS)**

La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) se ha transformado conforme al progreso de las teorías, el uso de métodos, los diferentes instrumentos de comunicación a emplear frente a los problemas sociales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Gómez et al., 2022). Por ello, la ONU (2022) define a la CDCS como una secuencia de diálogo y debate, apoyada por valores como la flexibilidad, la atención, la imparcialidad, la neutralidad social y la cooperación continua de todos los actores involucrados, quienes tienen como finalidad intervenir a favor de su mejoría respecto a su calidad de vida.

También, es necesario recalcar la colaboración y el involucramiento de las personas, puesto que la esencia en las propuestas que tienen relación con la CDCS es el activismo ciudadano y su compromiso con su comunidad o en general con la sociedad (De la Nova, 2020, como se citó en Gómez et al., 2022).

Por otra parte, la teoría recalca la importancia del enfoque teórico del modelo participativo, el cual se relaciona con esta investigación y presenta tres elementos centrales: la igualdad cultural, la libertad y la participación. La esencia del modelo es la colaboración y la contribución de los receptores en relación con los proyectos de desarrollo, los cuales, generalmente, nacen como iniciativa de los grupos sociales o comunitarios (Vásquez, s. f.). Entonces, el desarrollo se sustenta en la capacidad que tienen los actores para realizar actividades en favor a sus intereses y, sobre todo, del bien común.

Por otro lado, en la actualidad, existen herramientas tecnológicas que favorecen y estimulan los procesos comunicativos para el cambio social. Respecto a lo mencionado, diversos autores explican una nueva visión de la CDCS. Entre ellos, hay que destacar a Saladrigas et al. (2021), quienes explican que este tipo de comunicación horizontal se debe relacionar con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para así cambiar las concepciones

globales e implementar el uso de redes o medios sociales, los cuales creen espacios de comunicación, participación y, sobre todo, sea del alcance de todos los actores involucrados.

### **Teoría de la Sociedad de la Información**

La presente teoría se empezó a definir a raíz de que diversos investigadores señalaron que la información es poder. Entonces, se desarrollaron nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), lo cual produjo varios cambios estructurales en diferentes ámbitos y, sobre todo, en la manera de entender la cultura de cada población (Cova, 2022). Por lo tanto, la información aparece como el elemento clave y unificador en este tipo de sociedad.

Esta teoría se encuentra conectada a la digitalización, pues se afirma que los medios tecnológicos han permitido crear nuevas formas de producir, recopilar y difundir información, como también han generado cambios en las relaciones interpersonales, transformando y favoreciendo las vidas de muchas personas (Coll, 2020); es decir, tiene un rol fundamental en las acciones humanas, ya que, a través de las redes de comunicación, se pueden generar cambios de hábitos en las acciones cotidianas del ser humano.

En este sentido, la teoría se relaciona con la presente investigación pues permite reflexionar, comprender y analizar cómo las herramientas tecnológicas crean espacios de comunicación y participación para optimizar el talento humano de la sociedad, así como también, se señala que la teoría utiliza plataformas tecnológicas ya que estas son de viable acceso y brindan gran cantidad de información sobre cualquier campo para aumentar el conocimiento o accionar ante una problemática (Theintactone, 2019). Es por ello que hoy ya no relacionan, únicamente, los medios digitales con el aspecto comercial. Al contrario, existe una nueva visión de la teoría mencionada en la cual, la digitalización permite la transformación de sociedades, culturas e ideales (Flores, 2020).

Cabe señalar que las dos teorías presentadas respaldan la investigación debido a que refuerzan la idea del uso de la *fanpage* como un medio de participación ciudadana y su presencia activa en el uso de las diferentes herramientas de comunicación. Por otra parte, las bases científicas enriquecieron los aspectos que se consideraron y se desarrollaron en la planificación y en el diseño de la propuesta.

### **La comunicación para el desarrollo y el cambio social**

La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) se basa en la colaboración activa de las personas, el intercambio de mensajes y el planteamiento de instrumentos o estrategias comunicativas, las cuales tienen como finalidad generar un cambio de actitudes, comportamientos sociales y pensamientos ante un problema visible en una comunidad (Bido, 2020).

Asimismo, se hace referencia a la CDCS como un proceso de comunicación intercultural, que promueve el diálogo; busca la integración de los miembros de una comunidad y de otros actores para promover la participación colectiva y generar el desarrollo sostenible frente a una o más necesidades, las cuales requieren de una solución, puesto que atenta contra la calidad de vida de las personas (Terrones, 2021).

En relación con la estrategia que se debe aplicar en un proyecto de CDCS, Padilla y Patiño (2020) explican que son cuatro las etapas a seguir. Primero, se realiza un diagnóstico para identificar las necesidades o el problema de comunicación que se presente resolver. Esta primera fase, se inicia con la formulación de preguntas orientadoras; a menudo se desarrolla mediante grupos focales, aplicados a las personas involucradas para recolectar datos y tener una

clara visión del objetivo a cumplir. También, recomiendan tener en cuenta uno o dos objetivos centrales para un mayor impacto. Todo ello, con la finalidad de adquirir información acerca del nivel de entendimiento de los actores con la problemática, su contexto cultural, los medios de comunicación que utilizan, entre otros aspectos.

En la segunda etapa, se diseña la estrategia, a partir de los objetivos. Se basa en dar respuestas a cuatro preguntas claves:

- ¿Qué cambios se busca realizar? Como se mencionó anteriormente, se recomienda plantear uno o dos objetivos centrales; sin embargo, si son muy extensos, se pueden desglosar en una serie de subobjetivos para una mejor organización.
- ¿Quiénes son los actores involucrados? Lo recomendable es trabajar con grupos o comunidades con características específicas, teniendo en cuenta su contexto social y el problema que se abordará.
- ¿Con qué mensajes? Los mensajes pueden ser cortos, pero impactantes para que sean recordados por los actores. Asimismo, casi siempre es favorable seleccionar a un grupo de personas para trabajar con ellos la construcción y el diseño de lo que se desea comunicar y compartir.
- ¿Qué canales y herramientas son las más efectivas? Se debe seleccionar un canal de comunicación de fácil acceso entre el público objetivo. Cabe señalar que, generalmente, cuando se trabaja con comunidades o una población rural, se comparten los mensajes mediante las plataformas de redes sociales, la radio, la televisión o los teléfonos. Sin embargo, todas esas características se determinarán a raíz de las respuestas del diagnóstico.

El tercer paso es implementar la estrategia. Se debe tener trazado un plan de acción de las actividades de comunicación a desarrollar en el transcurso del proyecto. Por otra parte, existen momentos claves como: la selección de los actores o el diseño de las campañas o las herramientas a utilizar (*flyers*, videos, actuaciones, radios educativas, etc.). De la misma forma, como lo señala González (2020), es en esta fase donde la participación del ciudadano es crucial, ya que se deben tomar decisiones mediante la unión de la creatividad, habilidades y competencias. Por ello, siempre es necesario tener en cuenta que cada contexto es diferente y se deben considerar los recursos necesarios para adaptarse a ello.

La última etapa es el monitoreo. El monitoreo es un proceso que se realiza de manera constante en todas las etapas del proyecto. Esto para corroborar si la estrategia se desarrolla de manera correcta. Por ello, es necesario la aplicación de *focus group* o campañas de convocatoria para así tener un conocimiento del nivel de participación de los actores involucrados y analizar la calidad y el alcance de la comunicación y participación de las personas (González, 2020). En cuanto a los instrumentos de evaluación, Puello (2020) explica que se cuentan con métodos cuantitativos (cálculos e indicadores medibles) y/o cualitativos (exploraciones, *focus group* y encuestas). Cabe señalar que no solo se aplica una evaluación final, sino que, durante la ejecución del proyecto, se pueden realizar ciertos cambios que beneficien al resultado esperado.

**Figura 1**

*Fases de un proyecto de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social*



*Nota.* En el gráfico, se resalta el monitoreo en todas las fases, ya que es un proceso que se realiza de manera constante en todo el proyecto/estrategia.

En líneas generales, la CDCS promueve el diálogo, el debate y la participación de los actores, para lograr el desarrollo social. Las herramientas (la televisión, las radios comunitarias, los talleres, las plataformas de redes sociales, etc.) que se emplean en este tipo de proyectos varían según el contexto social para así contar con un espacio colaborativo, donde se generen propuestas de solución ante problemas visibles en un lugar determinado (Padilla y Patiño, 2020; Kallpa, 2022). Frente a lo expuesto, la presente investigación utiliza la *fanpage* como un espacio de participación ciudadana para solucionar los problemas ambientales más recurrentes en el sector 1 de la Urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.

En los últimos años, las personas han transformado la cultura de la conectividad, es decir, los diferentes procesos de participación ciudadana están utilizando las plataformas de redes sociales como una nueva manera de relacionarse con los problemas sociales y su búsqueda de alternativas de desarrollo (Sau, 2019). Por lo cual, en la actualidad, es común observar cómo los actores generan, a través de diferentes medios de comunicación *online*, diversas soluciones ante problemas vecinales.

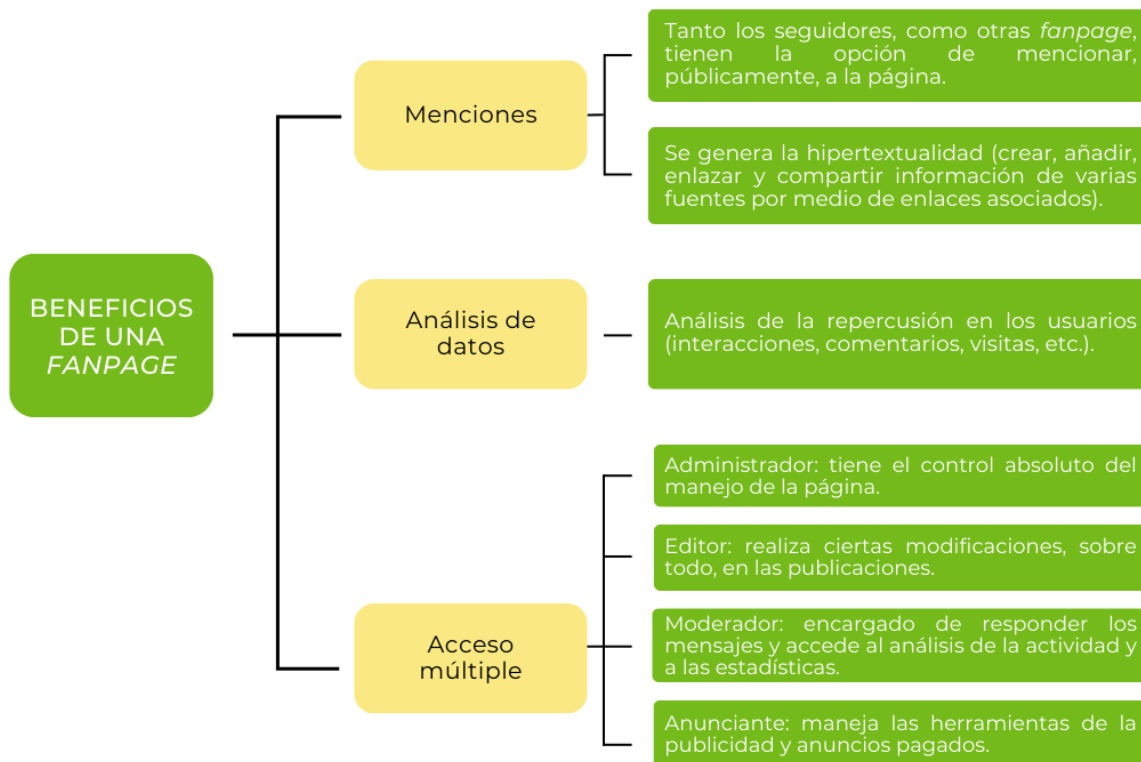
Lo mencionado anteriormente, se relaciona con la CDCS actual y las diferentes estrategias comunicativas. Alarcón (2019), quien en uno de sus artículos citó a la coordinadora de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONGD) señala que hoy, para cumplir parte de los ODS se debe apostar por el uso de las redes digitales para que la población pueda ver de qué manera, desde su hogar, centro de labores o en su propia comunidad, contribuya y sea

partícipe, de manera colectiva, para mejorar su propia calidad de vida. Por ello, se está incorporando de manera progresiva el vínculo entre el uso de las plataformas de las redes sociales y las comunidades. Es decir, la tecnología incrementa la motivación para generar una participación activa entre las personas y favorece la formación de las comunidades, combatiendo los estereotipos y desarrollando un contenido propio (Ricard et al., 2022).

En los últimos años, se han reportado diferentes beneficios de las plataformas de las redes sociales. Según el Observatorio de Social Media (2022), citado por PuroMarketing (2022), *Facebook* continúa estando, un año más, como la red social con más aceptación con un 74%. Lo mencionado también lo corroboran los autores Capriotti et al. (2019), quienes afirman que, si por algo se diferencia *Facebook* de otras plataformas de redes sociales, es por las diversas herramientas que facilitan la participación y diálogo entre los usuarios registrados. Por ello, denominan a la mencionada red social como un medio amigable y beneficioso entre los integrantes de una comunidad para permanecer en contacto y, sobre todo, realizar cambios en los roles rutinarios de información.

Por esta razón, *Facebook* facilita el uso de sus diferentes herramientas según las necesidades de cada persona. Por ejemplo, ante la falta de una autoridad que tome acciones relacionadas con los requerimientos de su población, esta decide realizar movimientos sociales, en *fanpages*, para promover el desarrollo sostenible de su comunidad y crear espacios de comunicación y participación (Díaz et al., 2020). Pero, ¿qué es una *fanpage*?

Una *fanpage* es una de las herramientas que proporciona *Facebook* para ser creada con la finalidad de ser un canal de comunicación. La *fanpage* se vuelve un medio que permite reunir a personas interesadas en un tema particular y así, generar diálogo y debate respecto a ello (Escobar, 2021; Siqueira, 2022); es decir, el mismo público podrá escoger en qué tipo de contenido desea expresar su opinión o participar de las actividades publicadas. Son tres beneficios que otorga *Facebook* al crear una *fanpage*.

**Figura 2***Beneficios de la creación de una fanpage*

*Nota.* Adaptado de *Qué es una Fan Page*, E. Martínez, 2021, PáginasWeb.Tech.

Por su parte, Varas (2022) denomina a la *fanpage* como un medio que facilita la comunicación y posibilita compartir la diversidad de contenido. Asimismo, el autor describe las herramientas para personalizar una página de *Facebook*.

**Figura 3***Herramientas para personalizar la fanpage*

*Nota.* Adaptado de *¿Qué es una Fanpage?*, E. Varas, 2022, Occam Agencia Digital.

En relación con el tipo de contenido que se viraliza en una *fanpage*, este varía, según la preferencia de los usuarios. Generalmente, se comparten mediante *posts* (notas o mensajes con texto), enlaces, imágenes, fotografías, videos, entrevistas, ilustraciones, frases motivacionales, campañas lúdicas, testimonios, entre otros (Cumplido, 2022; Fantino, 2022). Cabe señalar que el uso de las herramientas mencionadas se adapta a los diferentes formatos de las publicaciones.

Por otra parte, en la actualidad es común observar diferentes *fanpages* creadas y organizadas por ciudadanos. En ocasiones, realizan una estrategia comunicativa y participativa para lograr mejores resultados en relación con la solución de un problema (Vizcaíno-Laorga et al., 2019). En otras palabras, la *fanpage* les permite reunirse en torno a un problema, en concreto para realizar campañas de acción que trasciendan del mundo virtual al mundo real.

### **La participación ciudadana**

La Real Academia Española (RAE, 2024) menciona que la participación ciudadana es la facultad otorgada a las personas para colaborar, mediante la escucha activa y un diálogo abierto, en la toma de decisiones sobre intereses comunes o propios. En líneas generales, es la colaboración activa de los actores en relación con los asuntos públicos.

No obstante, en la actualidad, la participación ciudadana no se visualiza, únicamente, en los procesos electorales. Según Shack y Arbulú (2021), la población tiene un rol fundamental en su comunidad, pues ellos pueden contribuir en soluciones frente a los complejos desafíos del desarrollo social. En otras palabras, el ciudadano ha ido tomando más protagonismo frente a las temáticas sociales y culturales.

Lo mencionado anteriormente, se ejemplifica con lo señalado por Morillo et al. (2020), quienes explican que, en Perú, la participación ciudadana se refleja en el empoderamiento de las personas al momento de intervenir en aspectos de planificación, ejecución de obras, servicios para la comunidad y también en espacios de concertación vecinal, para realizar la escucha activa de proyectos o propuestas para su localidad. Actualmente, la participación ciudadana hace hincapié en la temática ambiental. Los diferentes proyectos ambientales son propuestos por las personas de una misma comunidad, quienes promueven la mejoría de la ciudad con la naturaleza (Pérez, 2019).

Es necesario señalar que la CDCS se vincula con la participación ciudadana, pues en estos procesos se busca que el involucrado desarrolle una colaboración activa con los demás integrantes de la comunidad y así puedan plantear alternativas de solución ante un problema mediante el uso de estrategias para el cambio social (Loor, 2019). Asimismo, la cooperación de la comunidad es factor clave, pues se requiere de un proceso que abarque un correcto manejo de la comunicación, respetando las culturas y tradiciones (Limachi et al., 2022).

### **Los problemas ambientales**

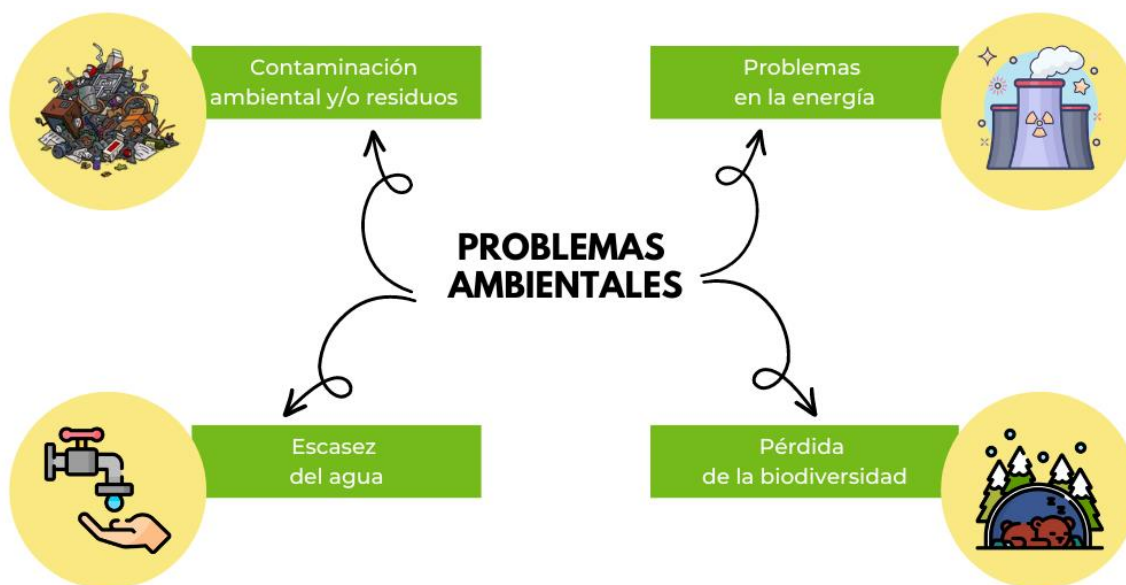
Un problema ambiental es una alteración dañina y/o efecto nocivo hacia la naturaleza. Se caracteriza por ser un encuentro negativo entre las acciones humanas y el entorno ambiental. Este tipo de problemas alteran los ecosistemas debido a los riesgos antrópicos y, por otro lado, cambian las prácticas culturales del desarrollo de la formación ambiental (Roper, 2020).

Asimismo, los problemas ambientales son un impedimento para el crecimiento de las condiciones de vida. Todo ello se produce como consecuencia de las decisiones del propio hombre, quien ha sido el responsable de ensuciar los suelos, el aire, el agua, etc. Por eso, a continuación, se explican cuatro tipos de problemas ambientales (Cinco Vientos, 2023):

- Contaminación ambiental y/o por residuos. Afecta tanto a la vida de la población como a la tierra. Además, es un problema complejo puesto que abarca diferentes tipos de contaminación, los cuales tienen como consecuencias diversas enfermedades y el impedimento del desarrollo social.
- Problemas en la energía. Las energías nucleares, la necesidad de los combustibles fósiles y la producción de energía fomentan la degradación ambiental y perjudican, de manera radical, el cambio climático.
- Escasez del agua. La presencia del agua contaminada genera diversas infecciones a los seres humanos. También, como señala *Oxfam Intermón* (s. f.), el 40% de las muertes infantiles se debe al agua en mal estado.
- Pérdida de la biodiversidad. A raíz del incremento de la deforestación, el crecimiento urbano, la pérdida de ecosistemas, etc. las diferentes especies se encuentran en vías de extinción, sobre todo por el tráfico ilegal de la fauna y el testeo en los animales (*HidroLit Argentina*, 2021).

**Figura 4**

*Tipos de problemas ambientales*



En este sentido, la gravedad y el incremento de los problemas ambientales se debe tanto a la falta de trabajo, por parte de los mandatarios, como por el incorrecto comportamiento y las malas actitudes de las personas y, por ello, es necesaria la participación ciudadana para el cuidado ambiental (Olivera et al., 2020).

Cabe indicar que el tipo de problema ambiental varía según la zona afectada. Como explica Ramírez et al. (2022), el tratamiento de la contaminación ambiental y/o residuos sólidos es más visible en las comunidades y, de la misma manera, el accionar ante este problema es una tarea que requiere de factores sociales, económicos y, sobre todo, tecnológicos.

En relación con lo anterior, en Lima, según la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental Lima (SPDA) (2022), a pesar de que la ciudad se encuentra en vías de desarrollo, tiene diversos focos de contaminación y, sobre todo, una incorrecta administración de los residuos sólidos. Y, de la misma manera, según Andina (2021), el distrito de José Leonardo Ortiz fue declarado en emergencia por la incorrecta administración de la contaminación ambiental frente a la recaudación y desplazamiento de los residuos sólidos.

## La contaminación ambiental

La contaminación ambiental viene produciendo un impacto negativo en la sociedad desde tiempo atrás. Al respecto, el Portal Ciudadano del Gobierno del Estado de México (2021) señala que esta es uno de los principales problemas que está suscitándose, mundialmente, desde siglos pasados, dañando tanto al planeta como a la salud de la población. Pero ¿qué es contaminación ambiental?

Se les designa contaminación ambiental o atmosférica a las sustancias, ya sea físicas, biológicas o químicas, o una mezcla de los tres mencionados, en lugares y agrupamientos los cuales serán perjudicial para la salud, la protección y el bienestar de la ciudadanía y, en general, de los seres vivos (Grijalva et al., 2020). También, la contaminación puede estar presente en una sustancia energética y química, en el sonido, la luz o incluso el calor. Por ello, *Aquae Fundación* (2021) hace referencia a los diferentes tipos de contaminación, según el medio afectado.

### Figura 5

*Tipos de contaminación ambiental*



*Nota.* Adaptado de *Tipos de contaminación y sus principales consecuencias*, Aquae Fundación, 2021, Aquae Fundación.

Sin embargo, existen otros tipos de contaminación que se clasifican, según el tipo de origen, ya sea por la forma del contaminante o el medio contaminado. Así lo corrobora el artículo publicado, en la página de *National Geographic* (2022), en donde señalan seis tipos de polución: del suelo, de la tierra, del aire, del agua (marítima o química) y por residuos o desechos sólidos. Esta última es el motivo de la contaminación ambiental en las zonas urbanas y rurales, debido a que genera un impacto negativo en la sustentabilidad social.

Como se mencionó, los residuos de hogares son considerados un foco infeccioso, porque tienen efectos dañinos hacia los ecosistemas y los seres vivos que en él se desarrollan. Además, estos son uno de los aspectos críticos para el desarrollo de una comunidad. Sin embargo, la gestión de este tipo de residuos no suele tomarse en cuenta al momento de planificar la mejoría de una ciudad o colectividad (Magallanes et al., 2021).

## Materiales y métodos

La presente investigación aplicó el paradigma interpretativo. Según Gómez-Diago (2022), este paradigma propone una comprensión de las acciones humanas y sociales, a través de un proceso participativo en la solución de problemas. De acuerdo con ello, en este trabajo se buscó comprender e interpretar la realidad de una determinada comunidad mediante la colaboración democrática y expresiva entre la investigadora y los actores involucrados.

En cuanto a la metodología usada, esta fue cualitativa. Gómez (2021) señala que, en este tipo de investigación, se diferencian las percepciones y opiniones de las personas respecto a una situación analizada mediante el uso de entrevistas, observaciones, grupos de enfoques, fotografías o revisiones de documentos. En la presente investigación se recopiló información mediante un procedimiento inductivo, más no con métodos estadísticos, pues se buscó comprender una situación social, la cual responde a la falta de participación ciudadana en relación con los problemas ambientales del distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo).

El enfoque de la investigación fue fenomenológico, pues este permite realizar una interpretación y descripción de los sucesos actuales desde la propia percepción de las personas, teniendo en cuenta sus experiencias o vivencias (Fuster, 2019). De acuerdo con lo indicado, en el presente trabajo, con la información obtenida, se determinó el principal problema de la comunidad y se planteó una propuesta creativa que contribuya a solucionarlo.

Los sujetos participantes de la presente investigación fueron seleccionados con los siguientes criterios de inclusión: 20 personas, entre mujeres y varones del distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo), cuyo rango de edades oscilaron entre los 18 y los 70 años, quienes, además, viven en el sector 1 de la Urbanización Urrunaga. En cuanto a los expertos, se entrevistaron a seis especialistas con el grado de magíster en estos campos Comunicación para el Desarrollo, Cambio Social y Comunicación Digital. Todos los expertos tienen, además, experiencia en la creación y ejecución de proyectos sociales con el uso de plataformas de redes sociales. Sus aportes y opiniones contribuyeron con el diseño de la propuesta, los elementos, las herramientas y las actividades a tener en cuenta en la *fanpage* para generar el compromiso de los ciudadanos en la solución del principal problema ambiental de su zona. Cabe señalar que las personas que no cumplieron con el perfil mencionado quedaron excluidas del estudio.

**Tabla 1**

*Expertos en Comunicación para el Desarrollo, Cambio Social y Comunicación Digital*

Área profesional	Nombre del especialista
Ciencias de la Comunicación	Dr. Felipe Ríos Incio
Ciencias y Artes de la Comunicación	Mgtr. Víctor Santillán Leiba
Ciencias de la Comunicación	Mgtr. Reynaldo Cruz Zapata
Gerencia Social	Mgtr. Ricardo Urpeque García
Ciencias de la Comunicación	Mgtr. Cynthia Muñoz Mori
Ciencias de la Comunicación	Mgtr. Mario Román Horna

En cuanto al escenario de esta investigación, se seleccionó al sector 1 de la Urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz, ubicado en la provincia de Chiclayo del departamento de Lambayeque. Según Gastelo (2019), el mencionado sector cuenta con 1 017 viviendas. Asimismo, existe una concentración estadística en la zona de 4.27% de hogares, lo que simboliza, aproximadamente, una cantidad de 4 342 habitantes.

Según el portal *web RPP Noticias* (2018), en el sector 1 de la Urbanización Urrunaga existe bajo interés, por parte de las autoridades, en solucionar los problemas sociales (inseguridad ciudadana, pobreza, corrupción, etc.) y ambientales (contaminación por residuos sólidos, carencia de agua y la contaminación del aire) que aquejan a este distrito. Con esto, se constata que los pobladores tienen bajo grado de comunicación y participación en la gestión de los desechos sólidos de su jurisdicción.

En este estudio, se utilizaron dos técnicas: el *focus group* y la entrevista. La técnica del *focus group* se usó con la finalidad de propiciar el diálogo y el debate entre los actores involucrados respecto al principal problema ambiental en el sector 1 de Urrunaga de José Leonardo Ortiz (Chiclayo). Mata (2020), en relación con esta técnica, señala que los grupos focales permiten que las personas debatan sobre su propio contexto social o ambiental.

En esta investigación, se llevaron a cabo dos *focus group*, cada uno con 10 participantes. Como lo explica Baumann (2022), es necesario que los participantes estén distribuidos en dos grupos (diez personas para cada uno), y comprendan las edades mencionadas, anteriormente, en los sujetos participantes. En cuanto al instrumento usado, se diseñó una guía de entrevista la cual se realiza mediante una conversación abierta y otorgándole libertad a los entrevistados al momento de profundizar en sus respuestas (Herrera, 2020).

Por otro lado, también se empleó la técnica de la entrevista, que se aplicó a los seis expertos, anteriormente mencionados, con el propósito de conocer sus opiniones y percepciones sobre la propuesta y los criterios a tener en cuenta respecto a la creación y manejo de una *fanpage* para incentivar la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales. Según Mata (2020), esta técnica permite recolectar información variada y de carácter sustancial. Para esta técnica, se utilizó como instrumento una guía con preguntas abiertas para obtener información de las experiencias y los conocimientos del experto (Herrera, 2020).

## Tabla 2

*Guía de entrevista para el focus group aplicado a los pobladores del sector 1 de la Urbanización Urrunaga de José Leonardo Ortiz (Chiclayo)*

n. °	Preguntas
1	¿Qué problemas ambientales hay en su zona? ¿Cuáles son?
2	¿Cuál es la causa que da origen a cada problema ambiental que ha mencionado? Explique brevemente.
3	¿Qué consecuencias traerían esos problemas ambientales en su zona si no se resuelven? Explique brevemente.
4	De los problemas ambientales mencionados, ¿cuál considera que requiere de una urgente solución en su localidad? ¿Por qué?
5	¿Cuáles son los residuos sólidos que se desechan con mayor frecuencia en su zona? ¿Por qué?
6	¿De qué manera las autoridades distritales promueven acciones de participación ciudadana para afrontar, en conjunto, los problemas ambientales mencionados?
7	¿Ustedes están organizados como vecinos en alguna asociación, grupo o comité que vele por el desarrollo de su zona? ¿Cómo? ¿Por qué? Describa.
8	¿Pertenece a un grupo o asociación (parroquia, grupo juvenil, ONG, etc.) donde ponga en práctica la participación ciudadana? ¿Cuál? ¿Por qué?
9	¿Qué medios de comunicación usa (tradicionales y nuevos medios)? ¿Por qué? ¿Qué medios o herramientas digitales ( <i>podcast</i> , audiovisuales, juegos, debates, etc.)
10	considera que generarán espacios de comunicación para fomentar la participación de los ciudadanos en las prácticas medioambientales de su zona? ¿Por qué?

- 
- 11 ¿Qué contenidos y actividades (concursos) de comunicación debe considerar una *fanpage* para propiciar la participación de los ciudadanos en la solución de los problemas ambientales de su zona? ¿Por qué? Detalle.
- 

**Tabla 3**

*Guía de entrevista aplicada a los especialistas en Comunicación para el Desarrollo, Cambio Social y Comunicación Digital*

n. °	Preguntas
1	¿Cuáles son los beneficios de usar una <i>fanpage</i> para promover la participación de los ciudadanos en la solución de los problemas ambientales de su comunidad?
2	¿Qué aspectos y/o elementos sugiere tener en cuenta para que la <i>fanpage</i> sea realmente un espacio de comunicación y participación ciudadana en relación con la solución de los problemas medioambientales de una zona? ¿Por qué?
3	¿Qué tipo de objetivos se deben trabajar en una <i>fanpage</i> con estas características? ¿Por qué?
4	¿Qué tipo de contenidos hay que desarrollar en una <i>fanpage</i> que apunta a la solución de problemas ambientales desde la participación ciudadana? ¿Por qué?
5	¿Qué actividades u otros medios de comunicación (afiches, <i>podcasts</i> , videos, documentales, cortometrajes, concursos, foros o debates, muestras fotográficas, etc.) sugiere usted usar o fomentar desde la <i>fanpage</i> para generar el involucramiento de los ciudadanos en la solución de los problemas ambientales de su zona? ¿Cómo serían esas actividades? Descríbalas.
6	¿Qué aspectos no debería considerarse en el diseño y contenido de una <i>fanpage</i> que tratará el tema medioambiental? ¿Por qué?
7	¿Qué criterios o dimensiones sugiere tener en cuenta para monitorear la comunicación y la participación ciudadana en la solución de problemas ambientales que se generará desde la <i>fanpage</i> ? ¿Por qué?

En relación con los procedimientos para la recolección de datos, se tuvo en cuenta los siguientes pasos: a) se contactó con los pobladores involucrados y, se coordinó con ellos la fecha para aplicar los dos *focus group*. Una vez recopilados y analizados los resultados, se transcribieron las respuestas obtenidas en párrafos; b) se realizaron las entrevistas a los expertos en Comunicación para el Desarrollo, Cambio Social y Comunicación Digital. Después de obtener las diversas respuestas, estas se analizaron en una matriz de información. Posteriormente, se procedió a escribir los resultados obtenidos, se condensaron en figuras y se discutieron los resultados más importantes, teniendo en cuenta los objetivos específicos de esta investigación.

Para los aspectos éticos, el presente estudio se fundamentó en los principios de honestidad, validez y veracidad y no se hizo ninguna manipulación de los resultados obtenidos. Asimismo, de acuerdo con lo planteado por Belmont (como se citó en Fernández, 2020), se respetó la dignidad de los sujetos participantes, tratándolos como agentes autónomos e incitándolos a responder con la verdad. Cabe señalar que la recopilación de datos y el uso de las respuestas solo tuvo fines académicos.

## Resultados y discusión

### Resultados

Respecto al primer objetivo específico, «identificar los problemas ambientales más recurrentes de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo mediante un diagnóstico comunicacional», las primeras preguntas realizadas en ambos *focus group* se relacionaron con el principal problema ambiental de urgente solución en el sector mencionado anteriormente.

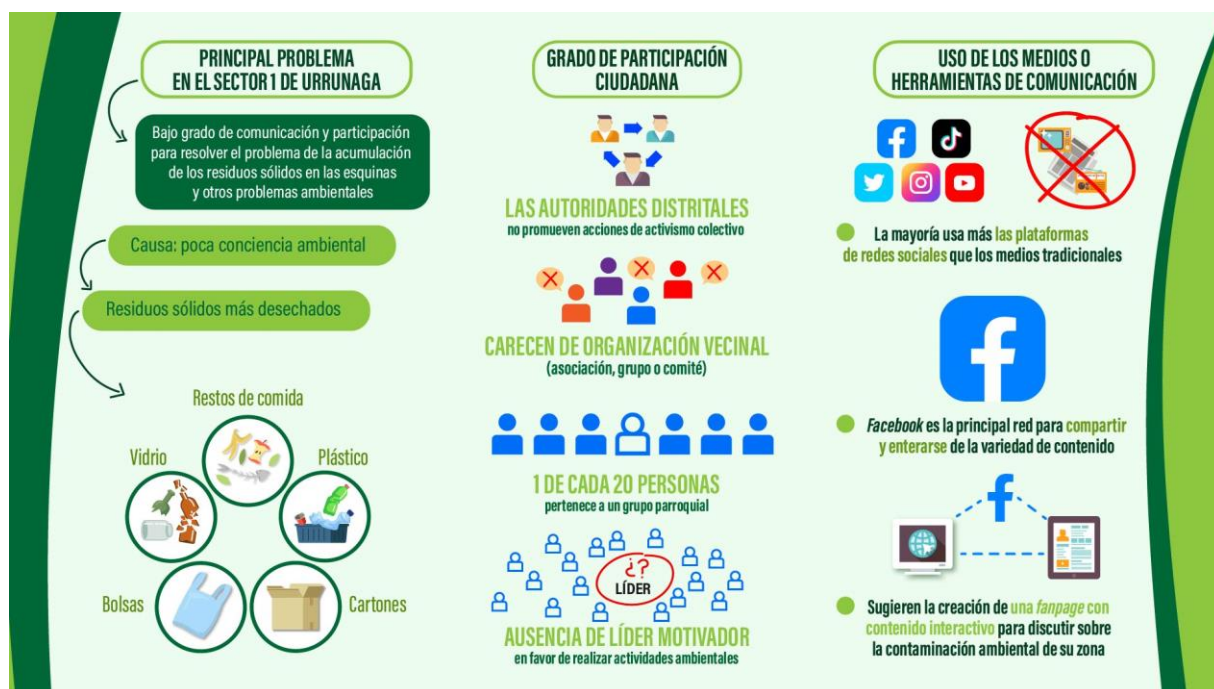
Los participantes coincidieron en que la acumulación de residuos sólidos en las esquinas o, en general, en las calles, es un problema que viene suscitándose desde tiempo atrás. Afirmaron, además, que son ellos mismos quienes generan este tipo de contaminación por la falta de conciencia ambiental. La mayoría, asimismo, explicó que los residuos sólidos que se desechan con frecuencia provienen de los hogares. Los más comunes son: las bolsas, los restos de comida, las botellas, el plástico, los cartones, vidrio, entre otros.

Por otro lado, las otras preguntas realizadas en ambos grupos focales tuvieron relación con la participación ciudadana. Todos resaltaron que las autoridades distritales no promueven acciones de activismo colectivo para afrontar los problemas señalados. También mencionaron que carecen de una organización vecinal (asociación, grupo o comité), esto debido a la ausencia de un líder que los motive a realizar actividades en favor del ambiente. Por otra parte, de ambos *focus group*, solo una persona señaló que pertenece a un grupo parroquial (catequista) en donde disponen de un día para hacer limpieza en los parques de la zona con niños y jóvenes.

En cuanto a las últimas preguntas que respondieron los participantes, estas estuvieron referidas al uso de los medios de comunicación. Primero, la gran mayoría mencionó que utilizan las plataformas de redes sociales, en especial *Facebook*, para compartir y enterarse de la variedad de contenido (informativo, entretenimiento, etc.). Cabe señalar que solo dos personas hicieron hincapié en que recurren a la televisión para ver telenovelas o noticias. Luego, manifestaron que una *fanpage* permitirá publicar material digital que incentive su colaboración en la solución del principal problema ambiental de su zona. Entre los contenidos que debería tener una *fanpage* en relación con el tema, se enumeraron los siguientes: memes, *flyers*, videos, entrevistas y, sobre todo, campañas de reciclaje, turnos de limpieza o concursos por cuadras.

## Figura 6

*Resumen de las respuestas de los participantes del focus group*



Respecto al segundo objetivo específico, «determinar los contenidos y las herramientas de comunicación que permitirán desde la *fanpage* incentivar la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo», los expertos señalaron que antes de determinar los contenidos de la *fanpage*, se deben considerar tres objetivos a trabajar para tener una visión más clara del resultado esperado. La mayoría coincidió en plantear una *fanpage* cercana a los pobladores del sector 1 de la Urbanización Urrunaga, elaborar gran diversidad de contenidos y fortalecer la participación ciudadana para generar el cambio social.

De acuerdo con los temas que se deben desarrollar en una *fanpage*, la misma que apunta a la solución de problemas ambientales desde la participación colectiva, los expertos mencionaron que debe considerarse la clasificación de los residuos sólidos y desechos urbanos, la aplicación de las 4R (reducir, reutilizar, reciclar y recuperar), el cuidado del agua, la reducción del uso del plástico y la contaminación del aire.

En relación con el tipo de contenido, mencionaron que debe considerarse la variedad de publicaciones para todo tipo de público. Se sugirió iniciar con el contenido de intriga, es decir, que la primera publicación sea un mensaje de reflexión como, por ejemplo: «¿Este es el espacio de vida que le quieres dejar a tus hijos?» Esto fomentará que los demás actores involucrados tengan expectativa sobre qué temáticas abordará la página.

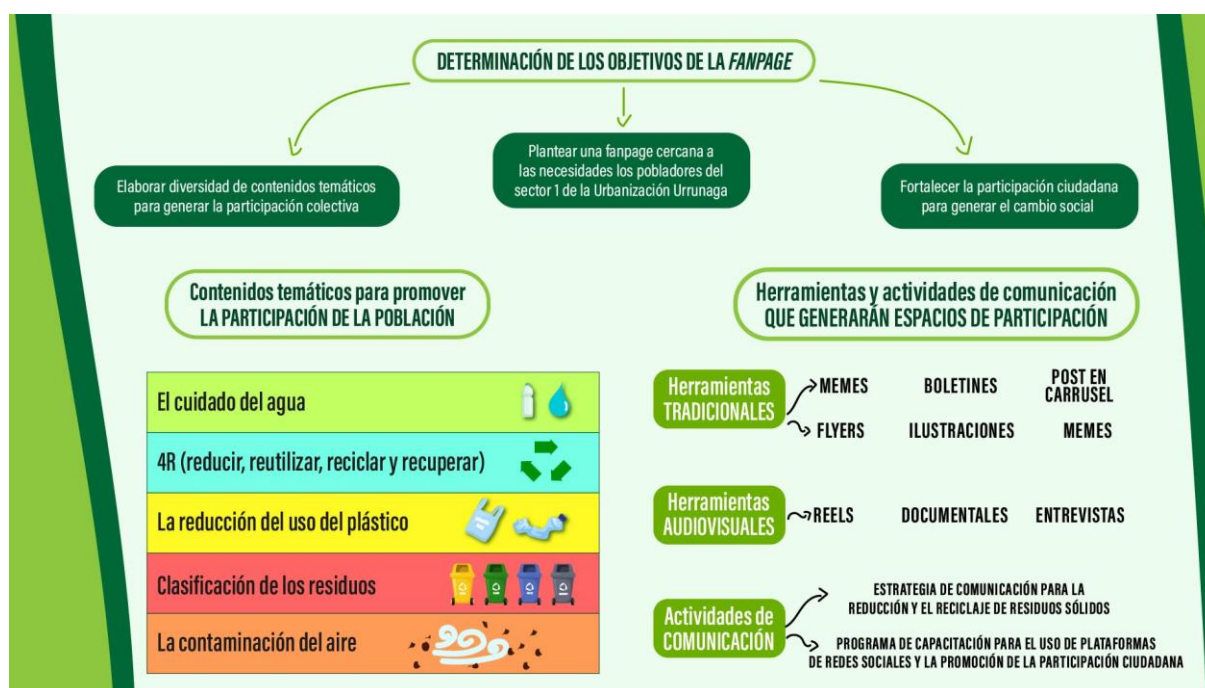
Luego, considerar el contenido de mayor tendencia para captar la atención de los pobladores. Entre ellos se destaca el uso de los memes, *reels* o, en general, videos cortos, campañas virtuales interactivas, entre otros. También, los especialistas señalaron que el contenido audiovisual es efectivo en este tipo de propuestas. El uso de cortometrajes, documentales, entrevistas o, incluso, videos que sean realizados por los mismos ciudadanos. Asimismo, recalcaron que el contenido tradicional no falla, tales como: *flyers*, boletines, ilustraciones, publicaciones en carrusel, fotografías con frases o reflexiones, etc.

Respecto a las actividades que se esperan en la *fanpage* para generar el involucramiento de los ciudadanos con la problemática, todos recomendaron realizar diferentes campañas o concursos como, por ejemplo: las personas que más han colaborado con el recojo de la basura de cada cuadra, envían sus videos, se publican y que los demás vecinos elijan el ganador. También, campañas de reciclaje por familias las cuales se desarrollarían en el parque más concurrido de la zona o reuniones donde se pueda capacitar sobre el uso de las redes digitales para el impulso de la participación ciudadana. Asimismo, propusieron buscar asociaciones o convenios con empresas o instituciones que contribuyan con la iniciativa.

Por otro lado, los especialistas recomendaron no considerar, tanto en el diseño como en los contenidos de una *fanpage* sobre el medio ambiente y problemas ambientales, aspectos como: la repetición de información, la cual es visible en diferentes medios de comunicación; utilizar la problemática ambiental de otros lugares; olvidar el propósito de la creación de la *fanpage* y que los contenidos no guarden relación con el cuidado ambiental.

## Figura 7

Resumen de lo señalado por los expertos sobre los contenidos y las herramientas de comunicación



En cuanto al tercer objetivo específico, «establecer los criterios para monitorear la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo que se genera desde la *fanpage*», los especialistas señalaron que se deben tener en cuenta tres criterios. Primero, el análisis de las estadísticas y métricas, las cuales se visualizan en *Facebook*. Esto con la finalidad de observar y comparar las interacciones y el interés de los beneficiarios con las publicaciones (comentarios, compartidos, mensajes, etc.).

Como segundo criterio consideraron el análisis de la participación ciudadana en los problemas ambientales mediante la realización de encuestas, grupos focales o campañas de convocatoria con el respaldo de evidencias como fotografías o videos. Este tipo de evaluación permitirá conocer qué tan involucradas están las personas en las acciones ambientales ejecutadas en su localidad.

Para el tercer y último criterio explicaron que la institucionalización de la *fanpage* es un factor clave; es decir, en qué medida la red social se conecta con la actual gestión del gobierno local. Este procedimiento se lleva a cabo a través de la *fanpage*, siendo esta un mecanismo de encuentro entre lo que propone la municipalidad, lo que necesita la comunidad y cómo interactúan estos dos mensajes.

## Figura 8

Resumen de lo señalado por los expertos sobre los criterios de monitoreo



## Discusión

Respecto al primer objetivo específico, «identificar los problemas ambientales más recurrentes de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo mediante un diagnóstico comunicacional», se reconoció que la acumulación de los residuos sólidos y/o desechos urbanos en las calles es considerado como el principal problema del mencionado lugar. Además, son los mismos pobladores quienes lo generan por la poca organización o participación ciudadana y conciencia ambiental. Comparando con los antecedentes, Guzmán y López (2019) señalan que el incremento de los problemas ecológicos en una comunidad o país debe ser solucionado o manejado por la misma ciudadanía, a través de una estrategia y utilizando los medios digitales, para así crear espacios de participación sobre actividades en favor del medio ambiente, el desarrollo y reflexión por parte de los actores implicados. En relación con lo expuesto, existe un contraste entre los resultados obtenidos y lo que señalan los autores mencionados, pues mientras que en la presente investigación son los pobladores quienes generan el problema, en el antecedente citado se sugiere una solución a partir de participación colectiva. Sobre ello, en los últimos años se hace mención del empoderamiento ciudadano ante los problemas de su localidad, utilizando la cultura de la conectividad para así crear procesos de comunicación y participación ante la búsqueda de soluciones (Sau, 2019).

En relación con el segundo objetivo específico, «determinar los contenidos y las herramientas de comunicación que permitirán desde la fanpage incentivar la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo», los expertos mencionaron que se deben desarrollar temáticas como: la clasificación de los residuos sólidos y desechos urbanos, la aplicación de las 4R (reducir, reutilizar, reciclar y recuperar), el cuidado del agua, la reducción del uso del plástico y la contaminación del aire. Asimismo, las herramientas a utilizar deben ser: memes, reels o, en general, videos cortos, campañas virtuales interactivas, contenido audiovisual (cortometrajes, documentales, entrevistas o, incluso, videos que sean realizados por los mismos ciudadanos),

*flyers*, boletines, ilustraciones, publicaciones en carrusel, fotografías con frases o reflexiones, entre otros. Comparando con los antecedentes, hay relación con la investigación de Monedero y Martín (2022), quienes explicaron que las páginas de *Facebook*, las mismas que apuntan a la solución de problemas ambientales, desde la participación ciudadana, permiten abordar temáticas de cultura ambiental (reciclaje y clasificación de los residuos sólidos, uso del plástico, etc.). También señalaron que se puede compartir diversas herramientas, entre las que se destacan: para el género informativo (fotografías, videos y documentos); para el género interpretativo (memes e infografías) y para el género de diálogo (fotos o videos de los pobladores y entrevistas). Al respecto, el tipo de contenido que se comparte más en una *fanpage* son mediante *posts* con enlaces o imágenes, fotografías, videos, ilustraciones, frases motivacionales, campañas lúdicas, testimonios, entre otros (Cumplido, 2022; Fantino, 2022).

En cuanto al tercer objetivo específico, «establecer los criterios para monitorear la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, sector 1, JLO-Chiclayo que se genera desde la *fanpage*», los especialistas explicaron que se deben tener en cuenta tres criterios: el análisis de las estadísticas y métricas, las cuales son visibles en la misma *fanpage*; las herramientas para monitorear la participación ciudadana, a través de la realización de encuestas, *focus group* o campañas de convocatoria; y la institucionalización de la *fanpage*. Comparando con los antecedentes, la investigación de Rodríguez (2021), solo consideró el criterio del análisis de las métricas de la página de *Facebook* para así estudiar las preferencias de los actores. Al respecto, González (2020) señala que el monitoreo se realiza mediante la aplicación de *focus group* o campañas para así tener un conocimiento del nivel de involucramiento por parte de los participantes en la problemática.

## Conclusiones

Respecto al primer objetivo específico de esta investigación, se evidenció que la acumulación de residuos sólidos y/o desechos urbanos en las calles es el principal problema ambiental con el que conviven los pobladores del sector 1 de la Urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo, Perú). Asimismo, son las mismas personas, quienes generan este problema por la poca conciencia ambiental. Se percibe, de igual modo, bajo grado de comunicación y participación ciudadana, lo que agrava el problema mencionado. Por ello, es importante que, como ciudadanos de un mismo entorno, puedan trabajar en conjunto y crear espacios de diálogo para generar su propio cambio social.

En relación con el segundo objetivo específico de esta investigación, los contenidos y herramientas que se proponen para superar el problema existente en la Urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo, Perú) están orientados a generar espacios de comunicación y participación ciudadana desde el uso de la *fanpage*. Los contenidos están orientados hacia temáticas de reciclaje y clasificación de los desechos urbanos; la creación y compartición de todo tipo de contenido digital y audiovisual como *flyers* creativos, *podcasts*, videos, *souvenirs*, etc. Además, se consideraron actividades *offline*, tales como las campañas y/o los concursos de limpieza, es decir, la esencia de esta propuesta está enmarcada en que la comunidad sea la interlocutora en un proceso de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, entendido como un proceso meramente participativo.

En cuanto al tercer objetivo específico de esta investigación, los criterios de monitoreo de la propuesta, considerados para la *fanpage* denominada «Espacio verde de Urrunaga», se basan en el diseño de tres fichas de seguimiento, las cuales permitirán realizar una constante evaluación en relación con la comunicación y participación que se está generando en los talleres de la propuesta, las fases y entre los actores involucrados. Asimismo, las fichas cuentan con herramientas de cumplimiento de objetivos, participación, diálogo y comprensión para conocer

a profundidad el logro de los objetivos de comunicación. Todo ello para corroborar la participación de los actores y su compromiso con la mejora ambiental de su comunidad.

### **Recomendaciones**

Se recomienda la creación y el diseño de una propuesta de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social mediante el uso de la red social de *Facebook*. Esto con la finalidad de generar espacios de comunicación y participación ciudadana para la solución del problema de contaminación ambiental existente en el sector 1 de la urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz (Chiclayo). Siguiendo el planteamiento de Padilla y Patiño (2020), la propuesta consta de cuatro etapas las cuales se tuvieron en cuenta para proponer diferentes actividades y, posteriormente, monitorearlas.

Figura 9



Figura 10



Figura 11



## Referencias

- Alarcón, B. (4 de agosto de 2019). #MiVeranitoODS: «La idea es que la ciudadanía vea cómo contribuir a los ODS desde su casa, trabajo o pueblo». *ElDiario.es*. [https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/miveranitoods-ciudadania-contribuir-ods-trabajo\\_1\\_1414643.html](https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/miveranitoods-ciudadania-contribuir-ods-trabajo_1_1414643.html)
- Amerise, A. (5 de julio de 2022). Cómo China logró reducir casi a la mitad la contaminación del aire en 7 años. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-62018447>
- Andina. (21 de diciembre de 2021). Lambayeque: distrito José Leonardo Ortiz en emergencia por el manejo de residuos sólidos. *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-distrito-jose-leonardo-ortiz-emergencia-por-manejo-residuos-solidos-874215.aspx>
- Aquae Fundación. (28 de diciembre de 2021). *Tipos de contaminación y sus principales consecuencias*. <https://www.fundacionaquae.org/wiki/tipos-contaminacion/>
- Baumann, H. (10 de junio de 2022). +12 ejemplos de *focus group* que te inspirarán a recopilar datos de forma más espontánea. *Crehana*. <https://www.crehana.com/blog/negocios/focus-group-ejemplo/>
- Bido, J. (17 de enero de 2020). La Comunicación para el Desarrollo y su impacto en el cambio de comportamiento social. *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/la-comunicaci%C3%B3n-para-el-desarrollo-y-su-efecto-en-cambio-johnny-bido/?originalSubdomain=es>
- Capriotti, P., Zeler, I. y Oliveira, A. (2019). Comunicación dialógica 2.0 en *Facebook*. Análisis de la interacción en las organizaciones de América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1094–1113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1373>
- Caretas. (14 de abril de 2023). Cada día el Perú genera más de 21 mil toneladas de residuos y el 44% es generado en Lima Metropolitana y el Callao. *Caretas*. <https://caretas.pe/nacional/cada-dia-el-peru-genera-mas-de-21-mil-toneladas-de-residuos-y-el-44-es-generado-en-lima-metropolitana-y-el-callao/>
- Cinco Vientos. (26 de junio de 2023). 4 problemas ambientales que amenazan nuestro planeta. *Cinco Vientos*. <https://www.cincovientos.com/4-problemas-ambientales/>
- Coll, F. (1 diciembre de 2020). Sociedad de la información. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/sociedad-de-la-informacion.html>
- Cova, E. J. (2022). Derechos Humanos y Derechos Digitales en la Sociedad de la Información. *Revista Derechos Humanos y Educación*, 1(6), 61–80.
- Cumplido, I. (9 de marzo de 2022). Cómo crear tu página de *Facebook* para tu empresa en 5 pasos (con imágenes). *InboundCycle*. <https://n9.cl/3sh0e>
- Díaz, A., Suaza, M., Jhajaira, M., Cabezas, Y. y Salamanca, T. (2020). Prácticas de resistencia sociales no violentas y las prácticas comunicativas asociadas a los movimientos ciudadanos por la defensa del territorio en Pitalito, Oporapa y Timana en los años 2017-2018. *Perspectivas*, 11(1), 20–25. <https://revistas.unicomfaucauca.edu.co/ojs/index.php/Perspectives/article/view/280>

- De la A Ramírez, M. y Vélez, G. (2022). Infoxicación: Rutinas productivas y difusión de contenidos en la *fanpage* del medio digital Toledito TV. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 7(2), 82-102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6529354>
- Escobar, E. (6 de agosto de 2021) ¿Qué es un *fanpage* y por qué no es bueno recomendarlo a tus amigos? *LinkedIn*. <https://n9.cl/d9uud>
- Fantino, I. (4 de mayo de 2022). Los mejores contenidos para *Facebook*: ¿cómo atraer con tus palabras? *Crehana*. <https://n9.cl/yzcke2>
- Fernández, N. (13 de febrero de 2020). Informe Belmont sobre Psiquiatría Legal. *INESEM Business School*. <https://www.inesem.es/revistadigital/juridico/informe-belmont/>
- Flores Torres, J. L. (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. *Sintaxis*, 1(5), 85–102. <https://doi.org/10.36105/stx.2020n5.05>
- Franciskovic, J., Hamann, A., y Miralles, F. (2020). Las TIC, una oportunidad de participación ciudadana en los gobiernos subnacionales. *Revista Republicana*, 29(29), 21-46. <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2020.v29.a85>
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229 <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Gastelo Livaque, M. J. (2019). *Estudio definitivo de la pavimentación en el 1er sector de la Urbanización Urrunaga del distrito de José Leonardo Ortiz, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque*. [tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú]. Repositorio Institucional UNPRG. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8732>
- Gómez-Diago, G. (2022). Tipologías de paradigmas en la investigación en comunicación. Una propuesta de clasificación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 181-194. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2599>
- Gómez, G., Noval, L. y Guerra, L. (2022). Comunicación, desarrollo y cambio social, nombrando el campo. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(1). <https://hdl.handle.net/11441/146175>
- Gómez, I. (5 de octubre de 2021). Descubre qué es el método cualitativo y vuélvete un experto en estudios de mercado. *Crehana*. <https://n9.cl/fcu70>
- González, J. (2020). *La estrategia en la Comunicación para el desarrollo. De los modelos de referencia a la práctica comunitaria*. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/192663/TFM\\_2020\\_Gonzalez%20Moriano\\_%20Jose.pdf?sequence=3](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/192663/TFM_2020_Gonzalez%20Moriano_%20Jose.pdf?sequence=3)
- Grijalva Endara, A. de las M., Jiménez Heinert, M. E., y Ponce Solórzano, H. X. (2020). Contaminación del agua y aire por agentes químicos. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(4), 79-93. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/883>
- Gupta, S. (30 de enero de 2019). Los 'tweets' chinos insinúan que la felicidad disminuye a medida que aumenta la contaminación del aire. *ScienceNews*. <https://www.sciencenews.org/article/chinese-tweets-hint-happiness-drops-air-pollution-rises>

- Guzmán, B. J. y López, E. L. (2019). Redes sociales y su utilidad en la educación ambiental promoción y divulgación informal. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 3(12), 249–266. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v3i12.85>
- Herrera, A. (2020). *Guía para el diseño y aplicación de entrevistas en profundidad en el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa – SINEACE*. <https://n9.cl/k9f12>
- Hidrolit Argentina. (7 de enero de 2021). 10 problemas ambientales y cómo solucionarlos. *Hidrolit Argentina*. <https://n9.cl/jbxex>
- Infobae. (1 de enero de 2023). Municipalidad de Lima recogió más de 450 toneladas de basura en Mesa Redonda y el Mercado Central. *Infobae*. <https://n9.cl/xkr0b>
- Kallpa. (2022). Comunicación social y promoción del desarrollo, un solo norte. *Kallpa News*. <https://kallpageneracion.com.pe/kallpa-news/comunicacion-social-y-promocion-del-desarrollo-un-solo-norte21/>
- Limachi Qqueso, N. J., Chávez Dávila., F. M., y Melgar Begazo, A. E. (2022). Estrategias de comunicación en la participación ciudadana en pobladores del distrito de Aucallama, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 9670-9686. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.4093](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4093)
- Loor Valdiviezo, K. (2019). Comuna Chanduy: Prácticas culturales, comunicación y participación para el cambio social. *Revista de Ciencias Sociales*, (1), 82-93.
- Magallanes Mayorga, D. I., Filian Córdova, H. D., De La Cruz García, S. T. y Santana Villegas, J. B. (2021). Efectos de la contaminación ambiental producidos por los desechos sólidos. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 5(38), 149–155. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol5iss38.2021pp149-155>
- Martinez, A. (30 de noviembre de 2021). Qué es una *Fan Page*. *PáginasWebTech*. <https://paginasweb.tech/fan-page/que-es-una-fan-page/>
- Mata, L. (4 de febrero de 2020). *La entrevista en la investigación cualitativa*. Investigalia. <https://n9.cl/9g1k0u>
- Mata, L. (18 de febrero de 2020). *La técnica cualitativa grupo focal o grupo discusión*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-tecnica-cualitativa-grupo-focal-o-grupo-discusion/>
- Monedero Morales, C. del R., y Martín Martín, F. (2022). Digital social networks as tools of citizen movements. Case study of facebook and the enviromental cause. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 12(3), 1–11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3744>
- Morillo Flores, J., Huachallanqui Salcedo, J., Palacios Garay, J., y Uribe Hernández, Y. C. (2020). Gobernabilidad y participación ciudadana en el desarrollo local de Lima, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1313-1329. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34264>
- Naciones Unidas. (22 de octubre de 2022). *Día Mundial de Información sobre el Desarrollo*. <https://www.un.org/es/observances/development-information-day>

- National Geographic. (15 de agosto de 2022) *¿Cuáles son los principales tipos de contaminación ambiental?* <https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2022/08/cuales-son-los-principales-tipos-de-contaminacion-ambiental>
- Olivera Carhuaz, E., Pulido Capurro, V., y Yupanqui Lorenzo, D. (2020). Conducta y actitud ambiental responsable en estudiantes universitarios en Lima, Perú. *Apuntes Universitarios*, 11(1), 123–139. <https://doi.org/10.17162/au.v11i1.559>
- Oxfam Intermón. (s.f.). Los 7 problemas del medio ambiente más graves. *Oxfam Intermón*. <https://blog.oxfamintermon.org/los-7-problemas-del-medio-ambiente-mas-graves/>
- Padilla, M. y Patiño, M. (2020). Tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo social: una propuesta metodológica. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 18(10). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a10n18.432>
- Padilla, M., Zermeño, A., y Tufte, T. (2019). Marco analítico para el aprovechamiento de Tecnologías de Información y Comunicación. *Commons. Revista De Comunicación y Ciudadanía Digital*, 8(1), 44–75. <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/5116>
- Pérez Cubero, M. E. (2019). La participación ciudadana de los movimientos socioambientales en América Latina. *Revista Colombiana de Sociología*, 42(1), 135–156. <https://doi.org/10.15446/rcs.v42n1.73023>
- Portal Ciudadano del Gobierno del Estado de México. (2021). *Contaminación del Medio Ambiente*. EDOMÉX. [https://edomex.gob.mx/medio\\_ambiente\\_2021](https://edomex.gob.mx/medio_ambiente_2021)
- Puello, L. (7 de abril de 2020) ¿Qué es la Comunicación para el Cambio Social? *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-la-comunicaci%C3%B3n-para-el-cambio-social-luis-angel-puello-orozco/?originalSubdomain=es>
- PuroMarketing. (24 de noviembre de 2022). Observatorio de Social Media: Todo sobre el consumo de Redes Sociales. *PuroMarketing*. <https://n9.cl/kzgmr>
- Quijandría, E. (2020). Estudio sobre la publicidad social de la WWF (World Wildlife Foundation) Perú en Facebook y la cultura ambiental de los jóvenes de Lima-Perú. *Anagramas rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(39), 7-31. <https://doi.org/10.22395/anqr.v20n39a1>
- Real Academia Española. (s.f.). Participación ciudadana. *En Diccionario de la lengua española*. <https://dpej.rae.es/lema/participaci%C3%B3n-ciudadana>
- Ricard, M., Zachariou, A. y Burgos, D. (8 de febrero de 2022). Educación digital, tecnología de la información y la comunicación, y desarrollo sostenible. *Nueva Revista*. <https://www.nuevarevista.net/educacion-digital-tecnologia-de-la-informacion-y-la-comunicacion-y-educacion-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Rodríguez González, A.M. (2021). Educación para la salud, prevención y promoción comunitaria a través de la página de Facebook de un centro de salud de atención primaria. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 12(1), 58-66. <https://doi.org/10.20318/recs.2021.5307>
- Roperó, S. (7 de octubre de 2020). Qué es un problema ambiental y ejemplos. *Ecología Verde*. <https://www.ecologiaverde.com/que-es-un-problema-ambiental-y-ejemplos-3067.html>

- RPP Noticias. (24 de enero de 2018). Distrito de José Leonardo Ortiz presenta más de 30 puntos críticos por inundación. *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/peru/lambayeque/distrito-de-jose-leonardo-ortiz-presenta-mas-de-30-puntos-criticos-por-inundacion-noticia-1101363?ref=rpp>
- Saladrigas Medina, H., Portal Moreno, R., y de la Noval Bautista, L. A. (2021). La comunicación para el cambio social: una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(2). <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/4188>
- Sau, J. (10 de enero de 2019). El alcalde admite que no hay consenso ciudadano sobre la Torre del Puerto. *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2019/01/10/alcalde-admite-hay-consenso-ciudadano-27862645.html>
- Shack, N. y Arbulú, A. (2021). *Una aproximación a los mecanismos de participación ciudadana en el Perú*. <https://biblioteca.enc.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=3309>
- Siqueira, A. (19 de abril de 2022). *Fanpage: qué es y 9 razones para tener una en Facebook*. RDSTATION. <https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/>
- Sociedad Peruana de Derecho Ambiental Lima. (13 de octubre de 2022). ¿Cuáles son los problemas ambientales que deberá enfrentar el próximo alcalde de Lima? *Actualidad ambiental*. <https://www.actualidadambiental.pe/problemas-ambientales-que-debera-enfrentar-el-proximo-alcalde-de-lima/>
- Terrones, O. (2021). La comunicación para el desarrollo en la enseñanza universitaria. Análisis descriptivo de los sílabos impartidos en tres departamentos de Perú. [tesis de maestría, Universidad de Piura, Piura, Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad de Piura. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/5388>
- Theintactone. (2019). Concept of Information Society, Knowledge Society. *Theintactone*. <https://n9.cl/3tzh0>
- Varas, E. (29 de marzo de 2022) *¿Qué es una Fanpage?* Occam Agencia Digital. <https://www.occamagenciadigital.com/blog/qu%C3%A9-es-una-fanpage>
- Vásquez, C. (11 de enero de 2022). Chiclayo: falta de logística agrava contaminación ambiental en José Leonardo Ortiz. *La República*. <https://larepublica.pe/sociedad/2022/01/11/chiclayo-falta-de-logistica-agrava-contaminacion-ambiental-en-jose-leonardo-ortiz-lrnd/>
- Vásquez, R. (s.f.). *Enfoques teóricos en la comunicación para el desarrollo. Perspectivas*. [https://www.revistacultura.com.pe/imagenes/pdf/18\\_06.pdf](https://www.revistacultura.com.pe/imagenes/pdf/18_06.pdf)
- Vizcaíno-Laorga, R., Catalina-García, B. y López de Ayala-López, M. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 554-572. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>

World Wildlife Fund. (20 de enero de 2022). *Cinco de los mayores riesgos que enfrenta la humanidad en la próxima década son ambientales.*  
<https://www.wwf.org.mx/?374970/Cinco-de-los-mayores-riesgos-que-enfrenta-la-humanidad-en-la-proxima-decada-son-ambientales>

## Anexos

### Anexo n. ° 1

#### Constancias de validación de instrumentos



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento **guía de entrevista** que la investigadora **Jimena Antuanet Congolini Marcelo** usó para su trabajo de tesis de **Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo.**

El instrumento mide, respectivamente, las variables **fanpage** y **problemas ambientales**. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dicho instrumento presentados por la referida investigadora.

10 de noviembre de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vanía Illarec Távora Palacios', is written over a horizontal line.

**DRA. VANIA ILLAREC TÁVARA PALACIOS**  
COMUNICADORA Y PROFESORA UNIVERSITARIA

Anexo n. ° 2



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento **guía de entrevista** que la investigadora **Jimena Antuanet Congolini Marcelo** usó para su trabajo de tesis de **Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo.**

El instrumento mide, respectivamente, las variables **fanpage** y **problemas ambientales**. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dicho instrumento presentados por la referida investigadora.

2 de noviembre de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ana Lucía Cano Paz', is positioned above a horizontal line.

**MGTR. ANA LUCÍA CANO PAZ**  
SUPERVISORA DE PROYECTOS SOCIALES PLUSPETROL

Anexo n. ° 3



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento **guía de entrevista** que la investigadora **Jimena Antuanet Congolini Marcelo** usó para su trabajo de tesis de **Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo.**

El instrumento mide, respectivamente, las variables **fanpage** y **problemas ambientales**. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dicho instrumento presentados por la referida investigadora.

5 de noviembre de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rulo', is positioned above a horizontal line.

**MGTR. RÓMULO LUIS CLEMENTE SÁNCHEZ DEL AGUILA**  
COMUNICADOR

## Anexo n. ° 4

### Validaciones de propuesta

#### Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetada jueza: gracias por aceptar evaluar la propuesta «Espacio verde de Urrunaga: Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo». La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

##### 1. DATOS GENERALES DE LA JUEZA

<b>Nombre de la jueza:</b>	Ana Teresa Yi Soto		
<b>Grado profesional:</b>	Bachiller ( )	Magíster ( X )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Comunicaciones ( X )	Educación ( )	Sociología ( )
		Otra ( X )	
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	<b>Cooperación al desarrollo y sostenibilidad ambiental</b> Programas de conservación de la naturaleza, bosques y vida silvestre, e iniciativas locales de restauración ecológica y soluciones ambientales; gestión de proyectos de cooperación internacional.		
<b>Institución donde labora:</b>	CIFOR-ICRAF		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área :</b>	2 a 4 años ( )	Más de 10 años ( X )	5 a 10 años ( )
<b>Experiencia en Investigación Comunicacional :</b>	03 últimos proyectos que ha realizado (opcional)		
	<p><b>En el periodo referido, mi trabajo estuvo focalizado en programas de conservación de vida silvestre en África.</b></p> <p><b>La última investigación fue publicada en 2020 sobre el enfoque de soberanía alimentario aplicado a la gestión del Bosque de Protección Alto Mayo.</b></p>		

##### 2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.

##### 3. DATOS DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta:	«Espacio verde de Urrunaga: Fanpage para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo».
Autora:	Jimena Antuanet Congolini Marcelo
Procedencia:	Perú
Administración:	Ciudadanía
Tiempo de aplicación:	Dos años y seis meses
Ámbito de aplicación:	Organización vinculada al sector social

Resumen:	Esta propuesta se basa en la creación de una página de <i>Facebook</i> o <i>fanpage</i> para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales del sector 1 de la Urbanización Urrunaga. Todos los diseños y actividades comunicacionales serán creadas por los mismos actores, lo cual permitirá generar espacios de diálogo y participación. Asimismo, cabe señalar que contarán con la ayuda de un facilitador y, finalmente, todas las acciones serán monitoreadas para una mejora del proyecto, así como también para la evaluación de los involucrados.
----------	---

#### 4. SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: En la actualidad, existen herramientas tecnológicas que favorecen y estimulan los procesos comunicativos para el cambio social. Respecto a lo mencionado, diversos autores explican una nueva visión de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social. Entre ellos se destacan a Saladrigas et al. (2021) quienes explican que este tipo de comunicación horizontal se debe relacionar con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para así cambiar las concepciones globales e implementar el uso de redes o medios sociales, las cuales creen espacios de comunicación y participación y, sobre todo, sea del alcance de todos los actores involucrados.

#### 5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LA JUEZA:

A continuación, le presento la propuesta «Espacio verde de Urrunaga: *Fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo». De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	La propuesta no es clara.
	2. Bajo Nivel	La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.
	4. Alto nivel	La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados

investigación.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
<b>RELEVANCIA</b> La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de aplicarse en la realidad.	1 No cumple con el criterio	La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.
	2. Bajo Nivel	La propuesta tiene alguna relevancia, pero redundante en algunos elementos y podría mejorarse.
	3. Moderado nivel	La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.
	4. Alto nivel	La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación.

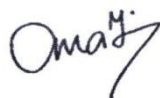
Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

#### PROPUESTA

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	3	Recomiendo abordar la variable del comportamiento relacionado al problema ambiental. La investigadora ha recogido importantes datos sobre la percepción de la comunidad a la basura (actitudes); es necesario profundizar en cuáles son los comportamientos de los pobladores con relación a la gestión de residuos (dónde ellos arrojan la basura, que los limita a ponerla en su lugar correcto, o a reducirla), y una vez identificado este factor, es necesario explicar la pertinencia del fan page. Por ejemplo, sirve para exponer las zonas donde se arroja la basura, para servir como incentivo social a los que sí mantienen limpias las calles, para exponer a los pobladores modelo y colocarlos como "influencers" de buenas prácticas, etc.

<b>Coherencia</b>	<b>3</b>	<p>Apoyo la creación de un fan page si se ha determinado en el estudio previo, que Facebook es la red social con mayor inepción en el grupo, y que los pobladores ya lo consumen.</p> <p>Generar un comportamiento (uso de determinada red social), para generar otro comportamiento (mejorar prácticas de descarte de residuos) es añadir complejidad a la solución planteada. Recomiendo también revisar la sección del árbol de problemas. El bajo grado de participación y comunicación no necesariamente es por poca colaboración y compromiso, existen otro intereses y motivaciones personas o colectivas que compiten con el interés de las personas en adoptar mejores prácticas ambientales, también puede ser una percepción errada de la gravedad del problema o de la importancia del rol personal en la solución de este.</p>
<b>Relevancia</b>	<b>3</b>	<p>Es una propuesta oportuna. Recomiendo revisar la relevancia de los talleres propuestos y si estos pueden servir también para medir el avance en la adopción de mejores comportamientos. El éxito de este fan page no se mide por el número de usuarios o personas en los talleres previos, sino en la reducción del nivel de basura o mala gestión de desechos, gracias a la existencia de este fan page.</p> <p>Recomiendo revisar este tema. También recomiendo adaptar los temas de los talleres dirigidos a la población sobre el uso de las redes y orientarlo más a la generación y producción de contenido en sí mismo, como forma de hacerlos parte de esta iniciativa.</p>




---

Firma del evaluador

DNI: 44707249

**Anexo n. ° 5**  
**Validaciones de propuesta**

**Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos**

Respetada jueza: gracias por aceptar evaluar la propuesta «Espacio verde de Urrunaga: *Fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo». La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

**1. DATOS GENERALES DE LA JUEZA**

<b>Nombre de la jueza:</b>	Ana Lucía Cano Paz		
<b>Grado profesional:</b>	Bachiller ( )	Magíster ( <b>X</b> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Comunicaciones ( <b>X</b> )	Educación ( )	Sociología ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Relaciones Comunitarias en el complejo minero «Sociedad Minera Cerro Verde» y gestión de Proyectos Sociales en la corporación «Pluspetrol Perú».		
<b>Institución donde labora:</b>	Pluspetrol Perú		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área :</b>	2 a 4 años ( )	Más de 10 años ( <b>X</b> )	5 a 10 años ( )
<b>Experiencia en Investigación Comunicacional :</b>	03 últimos proyectos que ha realizado (opcional)		

**2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:**

- a. Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.

**3. DATOS DE LA PROPUESTA**

Nombre de la propuesta:	«Espacio verde de Urrunaga: <i>Fanpage</i> para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo».
Autora:	Jimena Antuanet Congolini Marcelo
Procedencia:	Perú
Administración:	Ciudadanía
Tiempo de aplicación:	Dos años y seis meses
Ámbito de aplicación:	Organización vinculada al sector social

Resumen:	Esta propuesta se basa en la creación de una página de <i>Facebook</i> o <i>fanpage</i> para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales del sector 1 de la Urbanización Urrunaga. Todos los diseños y actividades comunicacionales serán creadas por los mismos actores, lo cual permitirá generar espacios de diálogo y participación. Asimismo, cabe señalar que contarán con la ayuda de un facilitador y, finalmente, todas las acciones serán monitoreadas para una mejora del proyecto, así como también para la evaluación de los involucrados.
----------	---

#### 4. SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: En la actualidad, existen herramientas tecnológicas que favorecen y estimulan los procesos comunicativos para el cambio social. Respecto a lo mencionado, diversos autores explican una nueva visión de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social. Entre ellos se destacan a Saladrigas et al. (2021) quienes explican que este tipo de comunicación horizontal se debe relacionar con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para así cambiar las concepciones globales e implementar el uso de redes o medios sociales, las cuales creen espacios de comunicación y participación y, sobre todo, sea del alcance de todos los actores involucrados.

#### 5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LA JUEZA:

A continuación, le presento la propuesta «Espacio verde de Urrunaga: *Fanpage* para promover la participación ciudadana en la solución de los problemas ambientales de la Urbanización Urrunaga, Sector 1, JLO-Chiclayo». De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	La propuesta no es clara.
	2. Bajo Nivel	La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.
	4. Alto nivel	La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
	4. Totalmente de	La propuesta está relacionada con la estructura

	Acuerdo (alto nivel)	conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.
<b>RELEVANCIA</b> La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de aplicarse en la realidad.	1 No cumple con el criterio	La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.
	2. Bajo Nivel	La propuesta tiene alguna relevancia, pero redundante en algunos elementos y podría mejorarse.
	3. Moderado nivel	La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.
	4. Alto nivel	La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación.

Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

#### PROPUESTA

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	3	
Coherencia	3	
Relevancia	3	



Firma del evaluador

DNI: 45538155