

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN**



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER  
LA SEPARACIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS  
EN EL PUEBLO JOVEN TÚPAC AMARU-CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

**BELLA SALIM CORONEL PUELLES**

**ZAYRA GUZMAN MUSAYON**

**ASESOR**

**KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ**

**<https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>**

**Chiclayo, 2021**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER  
LA SEPARACIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS  
EN EL PUEBLO JOVEN TÚPAC AMARU-CHICLAYO**

PRESENTADA POR:

**BELLA SALIM CORONEL PUELLES**

**ZAYRA GUZMAN MUSAYON**

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

Teodocia Zavala Palacios

SECRETARIO

Karl Friederick Torres Mirez

VOCAL

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darnos la fortaleza para seguir en este arduo camino, lleno de objetivos y metas por cumplir.

A nuestros padres, por su confianza y amor incondicional, piezas clave para poder alcanzar nuestros objetivos.

A nuestros hermanos, por ser quienes nos motivaron a culminar la presente investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por concedernos su bendición en nuestro camino personal y profesional.

A nuestros padres, por su esfuerzo y apoyo absoluto en cada momento de nuestras vidas.

A nuestro querido asesor y profesor Karl Friederick Torres Mirez, por ayudarnos incansablemente en la realización de esta investigación.

A todos los entrevistados, por su gran aporte e información considerados en esta tesis.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>9</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>14</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>21</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>32</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>33</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>36</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>39</b>

## RESUMEN

La presente tesis titulada *Estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo* tuvo como objetivo general proponer una estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru para que las personas lleven una vida sostenible y mejoren el lugar donde viven, adoptando nuevos hábitos en la gestión y separación de los residuos sólidos. Se consideró como objetivos específicos: diagnosticar la situación y la participación de la comunidad en la gestión y separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru; determinar el público meta, los objetivos y las fases de la estrategia; establecer las herramientas, actividades y mensajes de comunicación, así como el presupuesto; por último, se establecieron los criterios que permitirán monitorear cada una de las etapas de la estrategia. La metodología empleada corresponde al enfoque cualitativo. El tipo de investigación fue fenomenológico y, como instrumentos de recolección de datos se aplicaron guías de entrevistas a expertos en Comunicación para el Desarrollo, también, se aplicó al público meta/beneficiario, además de fichas de observación. Los resultados demostraron que es esencial el trabajo de comunicación interpersonal con los beneficiarios de los proyectos de gestión ambiental, pues el ciudadano aprende siguiendo el ejemplo de su conciudadano; también se comprobó que el trabajo técnico que se realiza en algunas municipalidades, en el área de gestión de residuos sólidos, no considera importante la participación comunitaria.

Palabras clave:

Estrategia, Comunicación para el Desarrollo, participación, separación de residuos sólidos.

## ABSTRACT

The present thesis entitled Communication strategy to promote the separation of solid waste in the young town Túpac Amaru-Chiclayo had the general objective of proposing a communication strategy to promote the separation of solid waste in the young town Túpac Amaru so that people lead a sustainable life and improve the place where they live, adopting new habits in the management and separation of solid waste. Specific objectives were considered: to diagnose the situation and the participation of the community in the management and separation of solid waste in the young town Túpac Amaru; determine the public goal, objectives and phases of the strategy; establish communication tools, activities and messages, as well as the budget; Finally, the criteria that will allow monitoring each of the stages of the strategy were established. The methodology used corresponds to the qualitative approach. The type of research was phenomenological and, as data collection instruments, interview guides were applied to experts in Communication for Development, also, it was applied to the target / beneficiary audience, in addition to observation sheets. The results showed that interpersonal communication work with the beneficiaries of environmental management projects is essential, since citizens learn by following the example of their fellow citizens; It was also found that the technical work carried out in some municipalities, in the area of solid waste management, does not consider community participation important.

### Keywords

Strategy, Communication for Development, participation, separation of solid waste.

## Introducción

A raíz de la Revolución Industrial, se han generado una serie de transformaciones en los estilos de vida de las personas. Actualmente, la sociedad vive ligada al consumismo, lo que da como consecuencia una mala práctica en los hábitos de los ciudadanos, que desechan sus residuos sin pensar en los problemas que pueden ocasionar tanto a la salud de los habitantes como al medio ambiente. Ante esta situación, la comunicación para el desarrollo resulta importante para lograr cambios y debe ser incluida en los proyectos de gestión ambiental en sus diferentes escenarios, tanto a nivel local, nacional, como internacional. Anteriormente, las municipalidades e instituciones afines no les daban la atención debida a los procesos de la comunicación para el desarrollo, y hoy es un pilar fundamental en los diferentes programas y proyectos de gestión social.

En Chile, Costa Rica y Ecuador se implementaron políticas ambientales para contribuir con el medio ambiente de sus ciudades. Así, en estos países se determinó que el mayor problema de la inadecuada gestión y disposición de los residuos se debía a los siguientes motivos: las municipalidades no cooperaban entre ellas, el crecimiento y concentración poblacional, la falta de pago de los derechos de limpieza, el difícil acceso a los lugares de disposición final, la falta de organización para gestionar los residuos sólidos, la escasa cultura ambiental, la poca participación en cuanto a la gestión y separación de residuos y la mala planificación en la ruta y horarios para el recojo de los residuos. Por ello, estos países implementaron estrategias de capacitación, comunicación social y formación con la finalidad de que toda la población comprenda la necesidad de modificar sus estilos de vida para gestionar, de manera adecuada y sostenible, los residuos sólidos (Díaz, 2018).

En Perú, si bien es cierto, se vienen trabajando proyectos de gestión ambiental, aún hay deficiencias en el manejo de estos programas por el poco involucramiento de los ciudadanos, no hay un enfoque de la comunicación claro que se entienda como un proceso de participación y diálogo. Actualmente, el principal problema del manejo de residuos sólidos en el Perú es la escasez de lugares adecuados destinados a su disposición final. Se estima que el país requiere de ciento noventa infraestructuras para la disposición final de los residuos sólidos; en el año 2014 existían solo 11 rellenos sanitarios con todos los permisos y autorizaciones correspondientes e instalaciones para la disposición de residuos del ámbito no municipal a nivel nacional. Además, de la poca intervención del ciudadano en este tema (Ministerio del Ambiente, 2016).

Es así que sobre la base de este problema se llevó a cabo el Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos Domiciliarios. Este programa contribuyó con una guía para el manejo integral de residuos sólidos tomando en cuenta tres Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU): «erradicar la pobreza extrema y el hambre, a través de la generación de empleo; garantizar la sostenibilidad del ambiente, a través de la aplicación de una cultura ambiental ciudadana de consumo responsable y buenas prácticas ambientales; fomentar una asociación global para el desarrollo, ya que propone la participación y sinergia de todos los actores que intervienen en el manejo de los residuos sólidos y la cadena de reciclaje» (Rentería, 2014, p. 15).

Ahora bien, en el departamento de Lambayeque no se están implementando programas en gestión ambiental que tengan como prioridad la participación ciudadana. En este punto, es importante acotar que las autoridades y el gobierno local no han trabajado en conjunto y, de manera

articulada, para frenar este problema que se vive día a día. Ante ello, Flores y Pérez (2016) indican que «en el año 2014 la ciudad de Chiclayo fue declarada en situación de emergencia por la Oficina Regional de Defensa Nacional, Civil y Seguridad Ciudadana debido a la acumulación de residuos sólidos; como consecuencia del descuido de las autoridades de la Municipalidad Provincial de Chiclayo (MPCH) y la falta de cultura ambiental en la población» (p. 7). Por tanto, la presente investigación busca proponer una estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo.

Ante esta necesidad y, considerando las circunstancias en las que se encuentra el pueblo joven Túpac Amaru del distrito de Chiclayo (departamento de Lambayeque, Perú), se elaboró esta propuesta pues el lugar a intervenir se ubica en una zona céntrica de Chiclayo en donde no se han tomado las acciones correspondientes para mejorar la situación y el problema ambiental que genera la mala gestión y separación de residuos sólidos. Así pues, el problema se formuló con la siguiente pregunta: ¿Cómo será la estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo?

Respecto a la justificación e importancia de la presente investigación, se recalca que para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT), Chiclayo (Perú), es importante, porque aporta nuevos conocimientos en el área de Comunicación para el Desarrollo, a través de la estrategia de comunicación; asimismo, servirá de base para las futuras investigaciones. La tesis es conveniente para la ciudad de Chiclayo, porque ayudará a mejorar la situación de la gestión y separación de los residuos sólidos mediante una estrategia de comunicación que permita una mayor participación de las personas, convirtiéndolas en actores del proceso e impulsores del manejo sostenible de residuos. La investigación, además, tiene relevancia social porque servirá como un antecedente para la ciudad y otras ciudades que quieran implementar una propuesta de comunicación para el desarrollo orientada a promover la separación de residuos sólidos. La investigación, asimismo, es práctica porque contribuye con otros proyectos para la investigación académica, puesto que la propuesta aborda temas comunicacionales y ambientales que pueden servir para el desarrollo de iniciativas de gestión y separación de los residuos sólidos.

La presente investigación tuvo como objetivo principal: proponer una estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo. Se consideraron como objetivos específicos: a) diagnosticar la situación y la participación de la comunidad en la gestión y separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru; b) establecer el público meta, los objetivos y las fases de la estrategia de comunicación; c) determinar las herramientas, las actividades y los mensajes de comunicación que se usarán en las distintas fases de la estrategia para generar el diálogo y la participación entre los involucrados, así como el presupuesto; y, d) establecer los criterios que permitan monitorear cada una de las etapas de la estrategia de comunicación para el desarrollo.

## Revisión de literatura

### Antecedentes

Palavecinos y Piñeiro (2015) en su investigación *Criterios para una mejor gestión y comunicación ambiental en la administración pública*, tuvo como objetivos específicos: conocer la opinión de distintos expertos en diversas áreas de gestión y comunicación ambiental para planificar iniciativas de comunicación, en donde se consideraron criterios como la ética, la participación, la motivación y en el Ayuntamiento de Madrid plantearon iniciativas de comunicación ambiental en la gestión y separación de residuos. La metodología empleada fue cualitativa. Los instrumentos que se utilizaron fueron las guías de entrevistas semiestructuradas individuales y en grupo. Como resultado se consiguió que las acciones de sensibilización ambiental desde una institución deben estar orientadas a la búsqueda de un objetivo de gestión ambiental utilizando estrategias de educación, comunicación y participación que la apoyen. La investigación concluyó que es necesario hacer capacitaciones a la ciudadanía como al personal que labora en las diferentes instituciones en temas de manejo de residuos sólidos, educación ambiental, desarrollo sostenible, aportes de control de calidad del servicio y participación social.

Mujica (2019) en su investigación *Estrategia de comunicación «Ecoactívate» para afianzar las actitudes y conocimientos del manejo alternativo de residuos sólidos en estudiantes de quinto grado de educación primaria de la Institución Educativa Pachacútec-Cajamarca*, tuvo como objetivos específicos: evaluar el nivel de conocimientos de los alumnos del quinto grado de educación primaria de la institución educativa Pachacútec sobre el correcto manejo alternativo de residuos sólidos antes, durante y después de la aplicación de la estrategia de comunicación «Ecoactívate» y diseñar y/o aplicar la estrategia de comunicación «Ecoactívate» a través de la formulación y desarrollo de un plan de comunicación. La metodología empleada fue cualitativa. Los instrumentos que se utilizaron fueron la encuesta y el cuestionario. Como resultado se obtuvo que las estrategias de comunicación logran mejores conocimientos y actitudes en el manejo alternativo de residuos sólidos en el público beneficiario. Dicha investigación concluyó que la estrategia de comunicación genera aprendizajes y mejora las actitudes, asimismo, se identificó un alto nivel de conocimiento y disposición positiva en los alumnos.

Collantes y Sanguinez (2019) en su investigación *Programa estratégico comunicativo para el fortalecimiento de una cultura ecológica en el grupo scout 153 de Lambayeque*, tuvo como objetivos específicos: analizar la teoría de los conceptos de cultura ecológica, educación ambiental en su vinculación con la comunicación y la sociedad civil y evidenciar las distintas perspectivas y aprendizajes que la comunicación puede aportar a la comunidad y organizaciones desde la cultura ecológica; la metodología empleada fue cualitativa-analítica. Los instrumentos que se utilizaron fueron la guía de entrevista estructurada, encuestas y fichaje. Como resultado se obtuvo que del 100% de los encuestados solo el 12% mencionaron que resulta importante para la institución aplicar conocimientos sobre la importancia del cuidado del medio ambiente. Esta investigación concluyó que los mensajes generan un cambio en el público participante a medida que las estrategias implementadas promuevan un cambio.

## Bases teóricas

### La Comunicación para el Desarrollo y su consecuente cambio social

La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude, 2014) señala que la Comunicación para el Desarrollo es un proceso para fortalecer la incidencia social y política con la finalidad de empoderar a las personas para impulsar la participación y el cambio social, a través de los diferentes métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las nuevas formas de las tecnologías de la información. Por tal motivo, la Comunicación para el Desarrollo es un proceso importante y transversal en la gestión de proyectos, porque motiva el diálogo con el público beneficiario y las autoridades con el propósito de que los ciudadanos se vuelvan protagonistas de los programas para que estos sean sostenibles en el tiempo. Asimismo, es preciso destacar que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2011), en su investigación *Comunicación para el Desarrollo: fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas* señala que la Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación para el Desarrollo se complementan como procesos que permiten la participación y el diálogo de las comunidades para que sean sus habitantes los que tomen acciones para el bienestar de ellos mismos y de su comunidad.

### Características de la comunicación para el desarrollo y el cambio social

La Comunicación para el Desarrollo permite reconocer términos para una adecuada reciprocidad de conocimientos culturales, esto permite establecer un constante diálogo entre los actores involucrados. Para Gumucio (2019), la **participación comunitaria y apropiación** permite a la sociedad participar democrática y activamente en el desarrollo de su comunidad para ser protagonista de los proyectos y contenidos comunicacionales. Es por ello, que el **dialecto** y la **pertinencia cultural** permiten conocer su cultura, costumbres y lenguas de cada sociedad para realizar los programas de gestión social teniendo como prioridad el diálogo, el respeto y la igualdad, lo que posibilita la **generación de contenidos locales** en las comunidades para que sean ellos mismos -con la orientación del comunicador-, quienes creen sus contenidos locales, permitiendo, así, que esta información se traslade de generación en generación.

### Funciones de la Comunicación para el Desarrollo

La Comunicación para el Desarrollo exige considerar las siguientes funciones, asimismo, estas permiten facilitar el diálogo entre las comunidades. Sala (2017) menciona las siguientes funciones de la Comunicación para el Desarrollo: a) emplea estrategias y métodos de comunicación para alcanzar los objetivos actuales y prepara al público meta para que sean capaces de abordar e implementar temas de desarrollo futuro para luego ponerlos en acción en beneficio de la comunidad, b) proporciona y favorece entornos de diálogo entre los integrantes de diversas comunidades para afianzar, apoyar y ejercer procesos sostenibles de desarrollo con el fin de que los mismos pobladores adopten políticas, metas y decisiones viables, el tiempo en el que desean conseguirlas y la manera de cómo contribuirán con cada uno de los requerimientos adoptados.

## Herramientas de la Comunicación para el Desarrollo y el cambio social

La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude, 2014) mencionan tres clases de herramientas: la comunicación directa entre personas, la comunicación por medios tradicionales y los nuevos medios de comunicación.

### *Comunicación interpersonal*

La comunicación interpersonal se logra con un diálogo cara a cara para establecer vínculos de confianza y conocer el interés que puede tener el público meta con un determinado proyecto. Las formas de comunicación interpersonal son las siguientes, según Cosude (2014): las **visitas de campo**, que facilitan la reciprocidad en el aprendizaje personal, gracias a la generación de vínculos personales que se establecen entre diversos grupos, lo que propicia el intercambio de conocimientos para adoptar nuevas conductas para el bienestar de la sociedad; las **exposiciones y ferias** dan la oportunidad de dar valor a los productos locales, dan a conocer metodologías innovadoras, promover el acercamiento de los productores con los consumidores y fomenta los espacios para atraer la atención de los medios de comunicación; en cuanto a los **seminarios y talleres**, estos propician nuevas metodologías de aprendizaje para que los interesados en determinados temas aprendan, compartan opiniones y se genere un *feedback* de ideas entre los expertos y los involucrados y, esto, con el fin de que puedan compartir el conocimiento adquirido con sus semejantes.

### *Medios tradicionales*

Son necesarios para mantener informada a la colectividad de los hechos noticiosos en el acontecer diario. Cosude (2014), al respecto, afirma que los **productos impresos** son medios que dan a conocer información, comparten vivencias y sensibilizan en temas de actualidad. Respecto a las **radios comunitarias**, señala, gracias a la proximidad que se genera entre el emisor y el receptor, estas promueven la interacción y participación del ciudadano en asuntos de desarrollo, motivan a la comunidad y fomentan debates. Mediante los **videos y audiovisuales** se produce un contenido sensibilizador útil, porque llega a un grupo amplio de personas con el fin de comunicar, capacitar y sensibilizar para dejar enseñanzas que puedan ser aplicables en la vida diaria. Las **campañas en centros educativos** se realizan en instituciones educativas y universidades y siempre resultan ser una muy buena estrategia a futuro, porque son los estudiantes los agentes multiplicadores de conocimiento, pues comunican lo aprendido con sus familiares y con amigos.

### *Nuevos medios*

Hoy, una gran cantidad de personas permanecen conectadas a las redes sociales, plataformas digitales y/o **medios sociales**, pues estos se han convertido en una herramienta importante para dar a conocer información, opiniones e incluso para motivar la participación de las personas. Las redes sociales como *Facebook*, *Youtube* o los *blogs* han permitido sensibilizar y movilizar a las personas. Las **narraciones digitales** o también conocidas por su denominación en inglés como *storytelling*, son producciones audiovisuales en donde el relato de cada historia, ya sea en voz en *off*, por escrito o con la actuación de personajes puestos en escena, buscan llegar al público objetivo conectando con las emociones y sensaciones que puedan generar en ellos.

## Definición y diferencia entre residuos sólidos y basura

El Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA, 2014) menciona que los residuos sólidos son sustancias, productos o subproductos en estado sólido o semisólido, desechados por su generador. Por ejemplo, las botellas de plástico o vidrio, el cartón, los envases de *tetrapack*, entre otros. En cambio, la basura contiene elementos sin valor y estos no pueden ser reutilizados. Y cuando se descomponen a cielo abierto emanan gases tóxicos (Rodríguez, 2012).

### Clasificación de los residuos sólidos

Según su composición, los **residuos orgánicos** son aquellos que pueden ser utilizados para hacer compost y esto sirve como un abono para las plantas. Están compuestos de restos de comidas, frutas y verduras. Su descomposición se realiza por el efecto natural que las bacterias, hongos y lombrices ejercen sobre dichos residuos. En cuanto a **los residuos inorgánicos**, estos son aquellos productos fabricados por las grandes industrias y, para su elaboración, se requiere de la utilización de materias primas. Estos residuos tardan muchos años en degradarse (San Juan reciclados y demoliciones, 2016).

### Fases de la gestión del manejo integral de residuos sólidos

La generación, sin un adecuado sistema de reutilización, produce desechos, por ello, **la generación** es el acto de producir -en determinadas cantidades y de forma constante- distintos elementos en momentos intercalados de producción de acuerdo a las características y necesidades de las diferentes sociedades. Es, por esto, que los ciudadanos deben aprender a realizar la **segregación en la fuente** y, según Mendoza (2019) esta se lleva a cabo teniendo en cuenta las características físicas, químicas y biológicas de los productos. Esta actividad se debe desarrollar en los lugares y en los centros de acopio de residuos sólidos municipales y no municipales que cuenten con la certificación ambiental respectiva.

Para la Defensoría del Pueblo del Perú (2016), el **almacenamiento** de los residuos sólidos es una acción donde se reservan una cantidad de residuos, provisionalmente, para luego ser trasladados a los lugares de transferencia, tratamiento y disposición final. Razón por la cual, la **minimización de residuos** es la acción de reducir al mínimo posible el volumen y la peligrosidad de los desechos, a través de cualquier estrategia preventiva, procedimiento, método o técnica utilizada en la actividad generadora. En cuanto al **tratamiento de los residuos**, es el acondicionamiento de los mismos para prepararlos antes de ser procesados y esto incluye una serie de procedimientos. La **disposición final** es la última fase del manejo integral de residuos. Consiste en llevar los residuos a un lugar apropiado, según las exigencias de las normas sanitarias correspondientes de cada país (OEFA, 2013).

### Importancia de las tres erres en el manejo de residuos sólidos

La regla de las tres «erres», también conocidas como las tres «erres» de la ecología, se puede definir como un conjunto de estrategias para el manejo alternativo de los residuos sólidos desde una mirada sustentable del medio ambiente, dándole prioridad a la reducción en el volumen de los residuos que se generan (Minam, 2016).

## *Componentes*

Para Díaz (2016), **reducir** significa «disminuir el consumo en general, haciéndolo de una manera sostenible y sin excesos, así como reducir el volumen de basuras que se arrojan o abandonan. Para los consumidores esto implica adoptar hábitos de ahorro» (como se citó en Mujica, 2019, p. 69). En efecto, en la fase de la **reutilización** se menciona la importancia de volver a darle utilidad a los productos reciclables con la finalidad de no generar más deshechos. Para Mujica (2019) **reciclar** consiste en una serie de procesos industriales que utiliza residuos originarios con el fin de someterlos a tratamientos físicos, químicos y biológicos obteniendo como resultados una serie de materiales y/o productos terminados para su uso y comercialización.

Esta investigación se sostiene, además, sobre la base de las siguientes bases teóricas:

### **Teoría de la multiplicidad**

«La idea principal del modelo de la multiplicidad es que no hay un camino universal hacia el desarrollo, sino que debe ser concebido como un proceso integral, multidimensional y dialéctico, que puede ser diferente de una sociedad a otra» (Morales, 2011, p.18). Del mismo modo, Melkote aduce que son los países o comunidades las que deben descubrir sus propias estrategias para encaminarse al desarrollo y lograr un nivel adecuado de igualdad, bienestar y calidad de vida (como se citó en Cerdá, 2005). Ahora bien, Morales (2011) indica que el paradigma de la multiplicidad se enfoca en la parte humanista y social y su objetivo es analizar los problemas del desarrollo considerando los siguientes niveles: local, nacional e internacional.

### **Teoría del desarrollo sostenible**

El desarrollo sostenible establece el comportamiento y relación del hombre con su entorno. «Esto significa que en la conservación de la ecología se discute la mejora del hábitat, dado que este es la manifestación física de una sociedad, en cuanto a que las edificaciones que el hombre construye y habita son la representación de su propia cultura, de su manera de entender las cosas, de su escala de valores y de sus necesidades» (Morales, 2011, p. 25). Por tal motivo, la propuesta de esta tesis se identifica con esta teoría, pues enfatiza en la importancia de promover una sociedad participativa con la finalidad de que sean los propios habitantes los que tomen acciones para mejorar el lugar en el que viven y, así, lograr que los proyectos que se emprendan sean sostenibles en el tiempo.

### **Paradigma de la participación**

La idea básica de esta visión del paradigma de la participación es que el desarrollo es un proceso multidimensional, integral y puede diferir de una sociedad a otra. Además, se centra en seis principios esenciales compartidos por otros autores: a) la satisfacción de necesidades tanto materiales como inmateriales, b) lo endógeno, c) la consideración del medio ambiente, d) la autoconfianza de cada sociedad en las capacidades de sus miembros y territorios, e) la democracia participativa, f) la generación de cambios estructurales para generar procesos sostenibles (Servaes, 2012, p. 31)

## Materiales y métodos

La **metodología** empleada se dio desde el enfoque cualitativo, porque se realizaron entrevistas a personas especializadas en el tema de gestión y separación de residuos sólidos y a expertos en Comunicación para el Desarrollo y el cambio social. Se dialogó, asimismo, con miembros de la comunidad del pueblo joven Túpac Amaru (Chiclayo, Lambayeque, Perú) para conocer sus puntos de vista y los problemas que les afectan en relación con el tema de los residuos. Hernández (2014) señala que la metodología cualitativa no se mide sobre la base de numeración, sino que recoge las opiniones y perspectivas de los sujetos participantes; en este sentido, el que investiga hace preguntas abiertas y acopia la información mediante la comunicación verbal, no verbal, visual y escrita; también en este tipo de metodología resulta necesaria la interacción entre los sujetos y las colectividades. Por efecto, los datos recogidos y analizados sirvieron para realizar la propuesta de una *Estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru (Chiclayo)*.

El **tipo de investigación** al que se recurrió en este trabajo fue el **fenomenológico**, porque el tema de la gestión y separación de residuos sólidos ha sido poco estudiado y abordado desde la Comunicación para el Desarrollo. Por consiguiente, la investigación es importante y beneficiosa para la comunidad y la ciudad, ya que busca el cuidado del medio ambiente mediante la adecuada gestión y separación de los residuos sólidos en la ciudad de Chiclayo. Fue por ello, además, necesaria la aplicación de un diagnóstico para conocer la realidad del pueblo joven Túpac Amaru. La información acopiada se ha obtenido desde la perspectiva del poblador del lugar en mención y desde los distintos puntos de vista de los especialistas. De esta manera, se establecieron alternativas para la solución del problema.

El tipo de modelo fenomenológico trabaja con un objeto poco estudiado. Asimismo, la fenomenología es entendida como la perspectiva metodológica que quiere entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor, examina el modo en el que se experimenta el mundo y la realidad. Lo que importa es lo que las personas perciben como importante (Taylor y Bodgan como se citó en Untiveros, 2019, p. 88).

Respecto a los **sujetos participante**, se consideró como público beneficiario a 13 niños del pueblo joven Túpac Amaru del distrito de Chiclayo (Lambayeque, Perú), quienes estudian en el colegio Juan Tomis Stack, cuyas edades son entre 10 y 11 años. Utilizan como lugar de recreación el parque y la cancha deportiva de la zona de estudio. La comunicación entre ellos es interpersonal, debido a que no cuentan con el permiso de sus padres para disponer de un celular propio. En cada uno de los hogares de los niños ya mencionados sintonizan a diario *Radio Exitosa* y *Radio Programas del Perú (RPP)*, tanto en la programación local como nacional. Se ha considerado trabajar con niños de dichas edades, porque-según el neurólogo Mario Alonso Puig (2019)- a esas edades los niños logran afianzar aprendizajes para el resto de sus vidas. En relación con lo señalado, Heredia (2010) señala «que los niños y jóvenes son quienes asimilan mejor la información; lo importante es encontrar las herramientas adecuadas para que ellos puedan manipularlas y aportar con creatividad a soluciones sencillas, pero de gran efectividad» (como se citó en Mujica, 2019, p. 18). Por esta razón, resulta muy beneficioso trabajar con niños de estas edades.

Asimismo, se consideró también a cinco profesionales en Comunicación para el Desarrollo: el Mgtr. Hugo Aguirre Castañeda, jefe del Departamento de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú y especialista en Gestión de Proyectos de Comunicación para el Desarrollo; la Mgtr. Ángela Valverde, especialista en Comunicación para el Desarrollo; la Mgtr. Margarita Rosa Vega, directora del suplemento Semana del diario *El Tiempo* de Piura y especialista en relaciones comunitarias; el docente Adolfo Chávez, especialista en Comunicación para el Desarrollo y Responsabilidad Social y Alfonso Gumucio Dagon, especialista y referente internacional en Comunicación para el Cambio Social y Participación Comunitaria.

Los participantes son profesionales destacados en sus espacios de influencia. Cuentan con una amplia trayectoria profesional debido a los cargos que han desempeñado y, los proyectos que han impulsado, han servido para ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas.

Tabla 1

*Número de sujetos participantes entre niños y especialistas*

Sujetos	n.º de participantes	Entrevistas
Niños	13	16
Especialistas	5	22
<b>TOTALES</b>	<b>18</b>	<b>38</b>

Elaboración propia

En cuanto al **escenario**, este es el pueblo joven Túpac Amaru del distrito de Chiclayo. Se encuentra en una zona bastante transitada, en donde se aprecian distintos negocios: panaderías, bodegas, carpinterías, farmacias, talleres de mecánica, así también, cuenta con un restaurante, una comisaría, y una posta. El mayor problema que se pudo observar en sus pobladores es la falta de cultura ambiental y poca organización social. Se pudo notar también que, en la zona, hay muchos residuos esparcidos en las diferentes calles y estos son arrojados en distintas horas del día, en efecto, los niños de esta localidad resultan siendo los más afectados, porque cuando acuden a los espacios de recreación, como lo son el parque y la plataforma deportiva, estos espacios siempre se encuentran sucios y esto, a la vez, termina siendo una mezcla de diversión y contaminación, afectando así la salud de todos los menores que juegan en dichos espacios.

Es preciso mencionar que, en la actualidad, la ciudad de Chiclayo no cuenta con un programa de sensibilización para que los ciudadanos puedan conocer cómo se realiza un adecuado manejo en la segregación en la fuente y tampoco tiene un lugar adecuado para la disposición final de los residuos sólidos. Ante este problema, en el año 2013, el Proyecto ChiclaYo Limpio representó la mejor alternativa para Chiclayo, porque este proyecto implicaba implementar un sistema de limpieza pública eficiente en donde se gestionaría de manera integral los residuos sólidos de la ciudad de Chiclayo (Burga, 2015). Sin embargo, este programa no se llegó a su término debido a los problemas de corrupción dentro de la gestión municipal.

La primera **técnica** que se utilizó para explorar el ambiente del pueblo joven Túpac Amaru y poder conocer así sus experiencias, expectativas y aspectos de la vida de sus pobladores, fue la observación directa, la que permitió conocer el problema social del estudio. Hernández (2014) afirma «que la observación cualitativa implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales

y mantener un papel activo para estar atento a los detalles, sucesos e interacciones» (p. 399). Para esta técnica, se utilizó el **instrumento** ficha de observación la que sirvió como recolección de datos. Hernández (2014) refiere que este instrumento permite acopiar datos e información de los ambientes cotidianos de los participantes.

**Ficha de observación**

Lugar:

Día y hora:

Características de los pobladores:

Observaciones:

Elaboración propia

La segunda técnica que se consideró para recoger la información y elaborar la propuesta de una estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo fue la entrevista estructurada, esto permitió conocer y obtener las diferentes perspectivas de los especialistas anteriormente mencionados, además de conseguir información relevante del público beneficiario. Según Ñaupas (2018), la entrevista estructurada es una entrevista guiada que se ajusta a un plan ordenado donde fueron previamente preparadas.

El instrumento utilizado en esta técnica fue la guía de entrevista, que se aplicó a los especialistas y al público beneficiario. Esta guía de preguntas sirvió para que los profesionales expertos en las respectivas áreas compartan sus conocimientos y experiencias en los temas tratados y para que el público objetivo (niños) exprese su sentir sobre el problema por el que atraviesa la zona de estudio.

Ñaupas (2014) refiere que la guía de entrevista es un instrumento, la herramienta que sirve a la técnica de la entrevista, y consiste en una hoja simple e impresa o no impresa que contiene las preguntas a formular al entrevistado, en una secuencia determinada (p. 224).

<b>Guía de entrevista - Especialistas en Comunicación para el Desarrollo</b>	
<b>Preguntas</b>	
<b>Primer objetivo:</b> Diagnosticar la situación y la participación de la comunidad en la gestión y separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru.	<b>Segundo objetivo:</b> Establecer el público meta, los objetivos y las fases de la estrategia de comunicación.
1. ¿Cómo las personas deberían colaborar, participar e involucrarse para reducir los niveles de residuos en el pueblo joven Túpac Amaru? ¿Por qué?	10. ¿Cuáles deberían ser los objetivos de una estrategia de comunicación para el desarrollo para generar el diálogo social? ¿Por qué?
2. ¿Qué gestión deberían realizar los especialistas en limpieza pública para reducir los niveles de residuos sólidos?	11. ¿Qué objetivos debe plantear el público meta para la realización de la estrategia de comunicación para el desarrollo?
3. ¿Cómo el municipio debería reducir los niveles de residuos sólidos?	12. ¿Qué hay que conocer del público meta para desarrollar una estrategia de comunicación para el desarrollo?
4. ¿Usted recicla? ¿Qué recicla? ¿Cómo lo hace? ¿Por qué?	13. ¿En cuántas fases usted recomendaría planificar la estrategia de comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?
5. ¿Cómo es la actitud de las personas con respecto a los residuos sólidos?	14. Desde su experiencia, ¿cómo sería una estrategia de comunicación que promueva la participación?
6. ¿Cómo debería ser la actitud de las personas que viven en el pueblo joven Túpac Amaru con respecto a los residuos sólidos? ¿Por qué?	<b>Tercer objetivo:</b> Determinar las herramientas, las actividades y los mensajes de comunicación que se usarán en las distintas fases de la estrategia para generar el diálogo y la participación entre los involucrados, así como el presupuesto.
	15. ¿Qué criterios recomendaría tener en cuenta para elaborar una estrategia de comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?
7. ¿De qué manera la comunidad debería organizarse para gestionar los residuos sólidos? ¿Por qué?	16. ¿Qué herramientas o actividades de comunicación para el desarrollo recomendaría para promover la participación de las personas sobre este tema? ¿Por qué?
8. ¿Cuál es el principal problema que hay en las personas para no separar ni gestionar, de una manera adecuada sus residuos sólidos?	17. Desde su experiencia, ¿qué mensajes son los que hay que generar en la comunicación para que participen en la gestión y separación de residuos? ¿Qué recomendaría usted?
9. Usted como especialista, ¿cuál cree que es la mejor estrategia de comunicación para hacer que la gente participe y se involucre?	18. ¿Cuáles serían los medios más adecuados para la estrategia de comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?
	19. ¿Qué aspectos hay que considerar en un presupuesto? ¿Por qué?

<b>Guía de entrevista - Especialistas en Comunicación para el Desarrollo</b>	
<b>Preguntas</b>	
<b>Cuarto objetivo:</b> Establecer los criterios que permitan monitorear cada una de las etapas de la estrategia de comunicación para el desarrollo.	
20. Según su experiencia, ¿qué metodologías sugiere para monitorear el trabajo de comunicación para el desarrollo?	
21. ¿Cuánto tiempo deberíamos darle a una estrategia de comunicación para el desarrollo y cambio social? ¿Por qué?	
22. ¿Por qué es tan importante realizar monitoreo en cada etapa de la estrategia?	

<b>Guía de entrevista - Público beneficiario (niños)</b>	
<b>Preguntas</b>	
1. ¿Cuáles son los problemas de contaminación ambiental más notables que vez en tu zona?	9. ¿Utilizas el celular cómo un medio para informarte y comunicarte?
2. ¿A qué hora notas mayor contaminación en tu barrio? ¿Por qué?	10. ¿Puedes decirnos de qué manera colocan los residuos sólidos en tu hogar?
3. ¿Crees que el alcalde de Chiclayo se preocupa por reducir la contaminación en tu zona?	11. ¿A través de qué medio has escuchado hablar sobre la gestión y separación de los residuos sólidos?
4. ¿Menciona aspectos positivos de la zona donde vives?	12. ¿Qué te gustaría saber sobre la gestión y separación de los residuos sólidos?
5. ¿Sabes a qué se debe que haya tantos residuos en las calles de tu zona?	13. De los medios de comunicación, ¿cuál de ellos utilizas con mayor frecuencia para informarte diariamente?
6. ¿Sabes en qué consiste la separación de los residuos sólidos?	14. ¿Qué mensajes te gustaría ver o escuchar sobre la gestión y separación de los residuos sólidos?
7. ¿Qué beneficios traería la adecuada limpieza del lugar donde vives?	15. ¿Usas redes sociales? ¿Cuáles?
8. ¿Estás dispuesto a recibir información sobre la correcta gestión y separación de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos que se desechan a diario?	16. ¿Cuáles son los espacios de recreación que más utilizas?

Guba y Lincoln (1985) refieren que la investigación cualitativa se sustenta en cuatro criterios importantes para mostrar la credibilidad y confirmación de los resultados, los cuales son los siguientes: la credibilidad, la transferibilidad, la dependencia y la confirmabilidad. Estos criterios darán rigor a esta investigación en particular.

Respecto a la credibilidad Saumure y Given (2008) refieren que el investigador ha entendido el significado de las vivencias y experiencias de los participantes, en particular de aquellas que se asocian al planteamiento del problema. Para el desarrollo de la presente investigación se contó con la participación de los especialistas en Comunicación para el Desarrollo, cuyas entrevistas se desarrollaron por medio de los correos electrónicos, porque algunos entrevistados viven Lima e incluso un entrevistado vive en el extranjero. Se les escribió previamente, para coordinar el día y la hora exacta en la que podían atender las entrevistas para evitar así el sesgo. Estas fueron atendidas con profesionalismo, cumpliendo con el día y la hora exacta en la entrega de las respuestas, las que fueron respondidas con asertividad.

Para entrevistar a los niños (público beneficiario del pueblo joven Túpac Amaru) se realizaron reiteradas visitas a dicho lugar, esto con la finalidad de conocer y observar a detalle sus costumbres y sus formas de desenvolverse en su localidad. Esto se hizo con la finalidad de establecer vínculos de confianza con el público participantes y también para poder contactar y conversar con los padres de familia para que pudieran brindar el permiso respectivo. Posterior a ello, se acudió a la zona de estudio para realizar las preguntas a los niños. Estas fueron realizadas en el local comunal, respondiendo, positivamente; y con autorización de los padres o apoderados y bajo su supervisión.

Para Hernández (2014), la transferibilidad permite dar pautas para lograr una idea general de una investigación cualitativa en particular, específicamente del problema estudiado y la alternativa de poder aplicar ciertas soluciones a otros contextos. En cuanto a la presente investigación, se realizó una exhaustiva revisión de las fuentes fidedignas. Para poder analizar a los sujetos participantes, se realizaron constantes observaciones en el contexto del pueblo joven Túpac Amaru, logrando, así, una descripción detallada de la problemática del estudio, de manera que la información sea lo más real y veraz posible. Asimismo, los resultados sirvieron para ser considerados y aplicados en posteriores investigaciones en temas relacionados a la comunicación para el desarrollo y separación de residuos sólidos.

En el criterio de dependencia de esta investigación, en la variable de Comunicación para el Desarrollo, desde la perspectiva de los especialistas, en esta no se ha producido cambios debido a que se avala en teorías ya establecidas y mantiene su estabilidad. Con respecto a la variable de separación de residuos, por ser la más representativa, esta se ajusta a una determinada realidad y, en este caso, en el contexto donde se desenvuelven los niños puede cambiar con el transcurrir del tiempo, debido a que la realidad que se ha encontrado puede ser modificada con la intervención y estudio eficiente de las autoridades e investigadores a los que les competen.

El criterio de la confirmabilidad está relacionado con la credibilidad para evidenciar que se han reducido los sesgos e inclinaciones del investigador (Hernández, 2014).

Respecto a este apartado, no se hizo manipulación ni sesgo en el sujeto de estudio ni en los resultados que se obtuvieron en todo el proceso de la indagación. Por tanto, esto avala la credibilidad y confiabilidad de los mismos. En lo referente a la información con la que se trabajó,

estas fueron interpretadas y parafraseadas. se consideró a varios autores respecto a la gestión y separación de residuos y en Comunicación para el Desarrollo. Esto permite que otros investigadores puedan considerar y corroborar la información que se obtuvo en la presente investigación para que lo empleen en otros contextos.

En cuanto a los **procedimientos de recolección de datos**, el trabajo inició cuando se acudió, por primera vez, a la zona de estudio para realizar la primera observación directa, previamente a ello, ya se contaba con el instrumento «ficha de observación». Las primeras visitas realizadas al pueblo joven Túpac Amaru para aplicar el instrumento «ficha de observación» se hicieron en dos turnos (mañana y tarde) con la finalidad de conocer en qué circunstancias y contexto se encontraban sus diferentes calles principales y cuadras, sus principales espacios de comunicación, etc. Luego de ello, se procedió a conversar con cada uno de los pobladores, mientras transitaban por las calles y, también, con algunas personas en sus casas, ya que, los señores del lugar de estudio, así lo permitieron. Se pudo dialogar con padres y madres de familia, con sus hijos (niños y adolescentes), contando previamente, con la autorización de sus padres, con adultos y adultos mayores.

Posteriormente a ello, se procedió a realizar el contacto con los especialistas en Comunicación para el Desarrollo, previamente a ello, ya se contaba con el instrumento «guía de entrevista». El primer contacto con dos de ellos, como lo son: Hugo Aguirre y Alfonso Gumucio Dagron, se dio en el Seminario Internacional: «Diagnóstico y estrategias de Comunicación para el Desarrollo» que realizó la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo), en donde se les invitó a participar de este proyecto de investigación como entrevistados, y ellos aceptaron de forma inmediata. Y, con los siguientes entrevistados, de la misma especialidad el contacto fue vía llamadas telefónicas. Antes de ello, ya se había investigado la trayectoria profesional de cada uno de estos profesionales.

Luego de conocer y analizar la información recogida de las entrevistas con los especialistas, se decidió que el público meta o público beneficiario de la propuesta de esta tesis serán niños entre 10 y 11 años de edad. El contacto con ellos se dio mediante las visitas a campo y la observación directa. Para ello, también se aplicó los instrumentos «ficha de observación» y «guía de entrevista». La aplicación de esta se dio en el parque principal y en el local comunal con la supervisión-en todo momento-del padre o madre. Finalmente, la información recopilada fue transcrita para luego realizar el análisis de las respuestas que dieron los especialistas y el público meta y así, obtener los resultados.

En cuanto a los **principios éticos**, la presente investigación protege los datos de los menores de edad, con los que se conversó. Su identidad fue protegida utilizando las iniciales de sus nombres. La entrevista se dio bajo la atenta supervisión de los padres de familia, quienes brindaron la autorización de forma verbal. Los mismos apoderados otorgaron su número de celular. Cabe recalcar que toda la información presentada tiene credibilidad y estas son de fuentes fidedignas y guardan el criterio de inalterabilidad. Así, también, es preciso mencionar que las respuestas brindadas por los especialistas y el público participante fueron resumidas sin alterar el contenido real de estas.

## Resultados y discusión

### Resultados

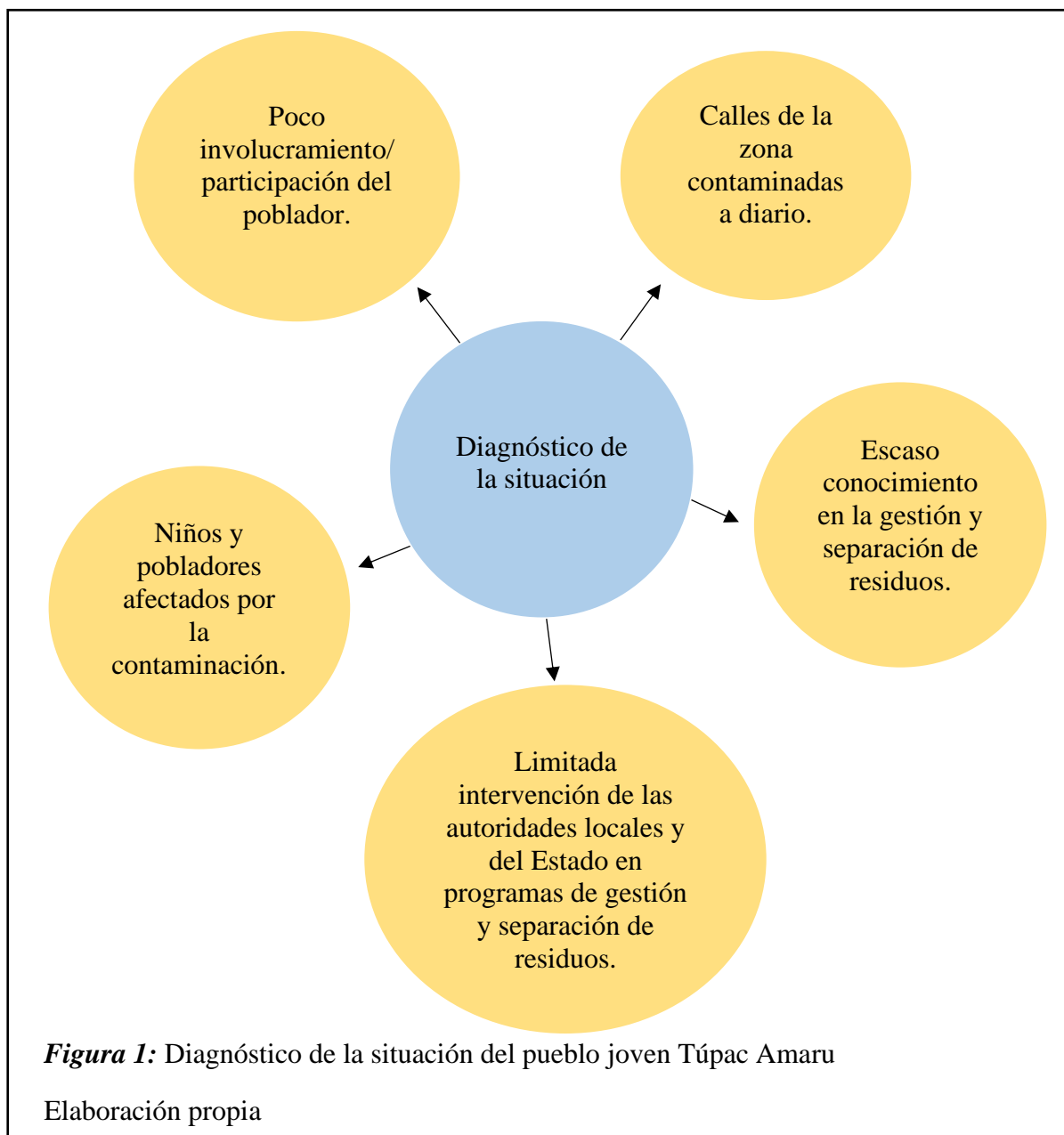
#### **Objetivo 1: Diagnosticar la situación y la participación de la comunidad respecto a la gestión y separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru.**

Respecto a la situación del pueblo joven Túpac Amaru, según los resultados obtenidos en el instrumento de la ficha de observación, se percibe que los pobladores de la zona ensucian las cuadras y las calles de donde viven a cualquier hora del día. Dejan las bolsas de basura fuera de sus casas sin respetar el horario de recojo establecido por la Municipalidad Provincial de Chiclayo. Cuando los sujetos acuden al único parque principal con el que cuenta la zona, arrojan al césped y veredas las envolturas de galletas, colillas de cigarro, etc., así también, se observó una constante suciedad alrededor del jardín de los niños; se constató que las calles y las principales cuadras de la zona de estudio lucían contaminadas con montículos de basura, lo que demuestra la escasa cultura ambiental y desinterés de algunas personas como jóvenes, adultos, adultos mayores e incluso niños. En cuanto a la participación, según lo que se pudo obtener de las conversaciones con algunos ciudadanos de dicho lugar, los habitantes de la zona tienen poco involucramiento en las reuniones que organiza la junta vecinal e incluso entre los mismos vecinos que viven alrededor del parque principal no conversan para organizarse y procurar mantener limpio ese lugar. Son muy pocos los pobladores que tienen esa iniciativa del cuidado y respeto por el medio ambiente del lugar que comparten.

Según los resultados obtenidos en la guía de entrevista a los especialistas en Comunicación para el Desarrollo, la mayoría de ellos coinciden en que las personas deberían colaborar, participar e involucrarse para reducir los niveles de residuos en el pueblo joven Túpac Amaru, consolidando la representación barrial, pues, el gobierno local debería incentivar la participación comunitaria, utilizando como herramienta importante el presupuesto participativo, que se convierte en una oportunidad para convocar a los ciudadanos, porque las personas deben involucrarse desde el inicio en todo lo que conlleve a mejorar las necesidades que requiere la localidad. Del mismo modo, mencionaron que las personas deben colaborar gestionando desde sus hogares la correcta separación de los residuos. Para lograr ello, es importante conocer a la población, a través de un proceso de diagnóstico que incluya una escucha activa de las necesidades e interés de los pobladores y público meta, porque la comunicación para el desarrollo es un proceso de diálogo donde la propia comunidad tiene que decidir cómo será su propio desarrollo.

Respecto a los resultados obtenidos de la guía de entrevistas aplicadas a los niños del público meta, todos coincidieron que el problema de contaminación más notable que observa en su zona, se debe a que los vecinos y habitantes arrojan basura en las calles a cualquier hora del día. Para ellos, el parque, que comparten a diario para jugar, es el lugar más afectado, debido a que han encontrado en repetidas ocasiones envolturas, botellas de plástico, vidrio, colillas de cigarro, bolsas plásticas etc. Asimismo, resaltaron que las autoridades no se preocupan por mantener limpias las calles del lugar donde viven, del mismo modo, los vecinos no hacen esfuerzos para mantenerlas limpias. Por lo que la mayoría de los niños coincidieron que, debido a este motivo, están dispuestos a aprender sobre la separación de residuos sólidos para aplicarlo en sus hogares y compartirlo con

familiares y amigos. Esto porque en sus hogares no conocen cómo hacer la correcta separación de residuos desde la fuente.



**Objetivo 2: Establecer el público meta, los objetivos y las fases de la estrategia de comunicación.**

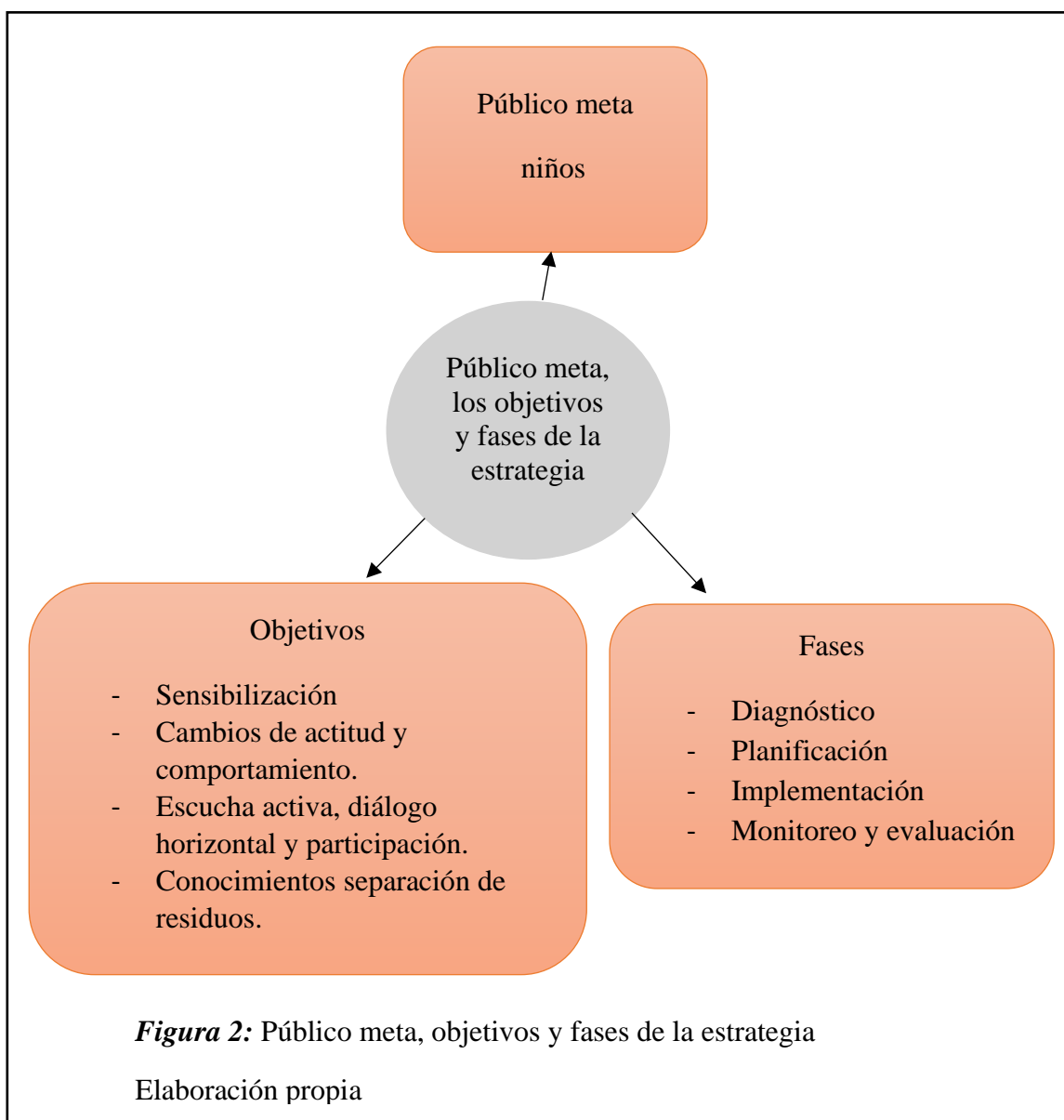
Los resultados obtenidos del instrumento de la guía de entrevista aplicada a los especialistas en Comunicación para el Desarrollo dio como resultado que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que los objetivos de una estrategia de comunicación para el desarrollo para generar el diálogo social se desprenden de un diagnóstico comunicacional, que acompañe el proyecto de gestión de residuos del gobierno local o de la sociedad civil, así la estrategia resulta de conocer

cuáles son los usos, las costumbres, y las practicas comunicacionales del público objetivo. Asimismo, se tiene que establecer vínculos de confianza con la comunidad para diagnosticar, identificar y relacionarse con los pobladores y líderes de la comunidad; conocer cómo se desenvuelven en su entorno con el fin de que la estrategia que se pretenda implementar tenga éxito. Y, para ser más específicos, la mayoría de los expertos también refirieron que lo que hay que conocer del público meta para desarrollar una estrategia de comunicación es su idioma, su cultura, sus creencias, quiénes son sus fuentes de información confiable, los espacios y las formas de comunicarse para poder identificar qué tanto conocen y desconocen sobre los residuos sólidos.

Los entrevistados también mencionaron una serie de puntos a considerar en los objetivos que debe plantear el público meta para la realización de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo, estos fueron: objetivos de sensibilización, objetivos de cambios de actitud y comportamiento, objetivos de escucha activa, diálogo horizontal y participación, objetivos de conocimiento en gestión y separación de residuos sólidos. Del mismo modo, los entrevistados coincidieron en que las estrategias de comunicación se compongan de cuatro fases: diagnóstico y elaboración de la línea de base, planificación (que serían las estrategias, el tipo de mensaje que se va a elaborar), implementación de la intervención, monitoreo de procesos y evaluación de la intervención.

La mayoría de los entrevistados coinciden en que una estrategia eficaz requiere hacer un diagnóstico riguroso y profundo para conocer las costumbres y creencias de los pobladores de la comunidad y, poder realizar así, una segmentación del público objetivo. Esta se debe programar a largo plazo, porque no se conseguirá un cambio de actitudes en tres o seis meses, ya que todo proceso de cambio de actitudes viene desde el fortalecimiento de capacidades. Lo importante es que sea diseñada, a través de un proceso en el que participen todos los actores involucrados, como pobladores, líderes barriales y autoridades.

Así también, los entrevistados consideraron que el público meta más adecuado para trabajar la estrategia de comunicación para el desarrollo respecto a la gestión y separación de los residuos sólidos, son los niños, porque cuando a los niños se les inculca buenos hábitos desde temprana edad, los interiorizan y estos perduran en el tiempo.

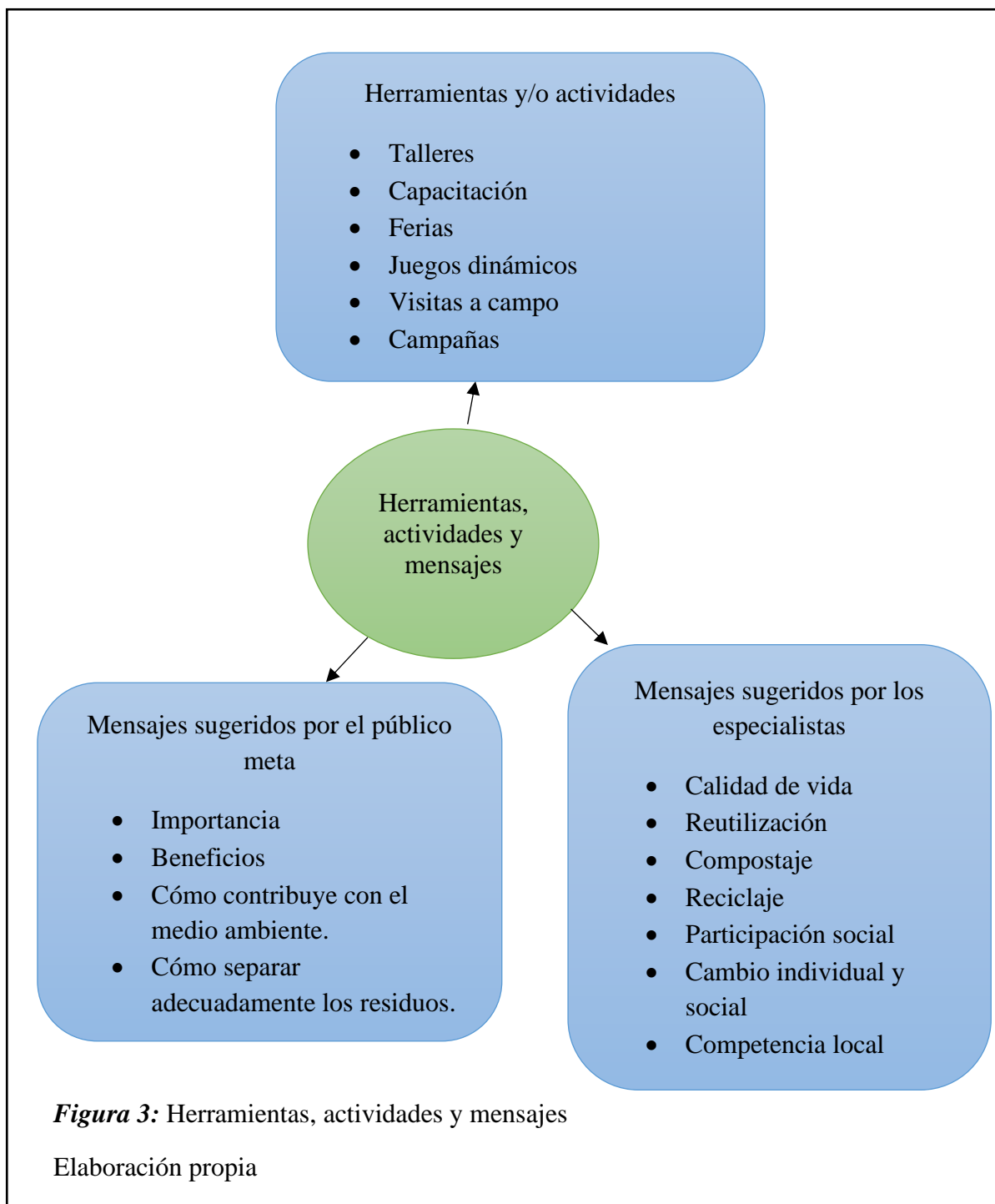


**Objetivo 3: Determinar las herramientas, las actividades y los mensajes de comunicación que se usarán en las distintas fases de la estrategia para generar el diálogo y la participación entre los involucrados, así como el presupuesto.** Como resultado se obtuvo que la mayoría de los entrevistados mencionaron que las herramientas y las actividades sean definidas durante el proceso de desarrollo de la estrategia. La herramienta principal es la participación antes de pensar en aparatos o actividades. Asimismo, recomendaron que cuando ya se está en el proceso de desarrollo de la estrategia, se deben emplear herramientas como el diálogo y la capacitación, que motiven la participación de las personas, así pues, también refirieron que las actividades más adecuadas son los talleres, las ferias, los juegos dinámicos, los cabildos, las visitas de campo, los seminarios, las campañas, etc., porque estas permiten reforzar los conocimientos y las habilidades.

Los entrevistados expresaron que los mensajes deben apelar a la participación, al cambio de comportamiento, tanto de forma individual como social, a fomentar el diálogo entre pares y apelar a las emociones para hacerlos actuar de manera consciente; la finalidad es que las personas se involucren e identifiquen con el proyecto. A continuación, los entrevistados subrayaron los mensajes a implementar. La especialista Ángela Valverde sugirió este esquema: involucrados + participación = calidad de vida; reaprovechar + residuos inorgánicos = reutilización; reaprovechar + residuos orgánicos = compostaje; conciencia + separación + reutilizar = reciclaje. Por su parte, el especialista Adolfo Chávez refiere lo siguiente: diálogo + emociones + buenas prácticas = participación; *storytelling* + concursos + teatro = participación social. La especialista Margarita Rosa Vega resalta: comunicación + educación = cambio social e individual y comportamiento + diálogo = competencia local. En cuanto al presupuesto, los entrevistados consideraron que este es un aspecto importante para la ejecución del proyecto. También indicaron que el presupuesto debe elaborarse tomando en cuenta la disponibilidad real de los recursos tanto económicos, técnicos y humanos.

Así también, en los resultados obtenidos de la guía de entrevista que se aplicaron a trece niños del pueblo joven Túpac Amaru, refirieron que los medios de comunicación más usados en sus hogares son la radio y la televisión. Para ellos, los medios radiales más sintonizados en sus hogares son *Radio Exitosa* y *Radio Programas del Perú (RPP)*. En tal sentido, manifestaron haber escuchado con mayor frecuencia sobre la gestión y separación de los residuos sólidos en los programas de radio, además, de haber observado o visualizado el tema en afiches, ferias, y en los talleres que se realizaron en sus colegios. Cabe señalar, que los participantes indicaron que no tienen acceso a las redes sociales debido a que no cuentan con un teléfono móvil y, en otros casos, los padres no les permiten acceder a las redes sociales por su edad.

Ahora bien, los participantes manifestaron que los mensajes que quisieran recibir respecto a la gestión y separación de los residuos sólidos deben hacer referencia a la importancia, beneficios, a cómo contribuye con el medio ambiente y cómo se deben separar adecuadamente los residuos sólidos. De la misma manera, les interesa saber cuál es tiempo de degradación de los objetos reciclados. Por todo lo expresado, es importante mencionar los espacios de comunicación que utiliza el público meta, los cuales son: el parque y la cancha deportiva.



**Objetivo 4: Establecer los criterios que permitan monitorear cada una de las etapas de la estrategia de comunicación para el desarrollo.** En cuanto a este objetivo, los entrevistados mencionaron que otro punto a tomar en cuenta está referido a las actividades de monitoreo, estas permiten conocer el nivel de involucramiento del público meta, saber si el proyecto se está implementando acorde a los objetivos establecidos; además, saber cuánto se está avanzando.

Subrayaron, asimismo, que el monitoreo debe seguir las siguientes pautas: mecanismos de estudios cuantitativos y/o cualitativos, evaluaciones periódicas (al inicio, a la mitad y al final del proyecto); en cada cierre de temporada, hacer una valoración de cómo se están utilizando los recursos y cuál es el impacto que está teniendo, de igual modo, hacer un proceso interactivo para desarrollar mensajes y enfoques a través de una mezcla de canales de comunicación, trabajar con indicadores y realizar encuestas y observación, etc.



## Discusión

**Respecto al primer objetivo del diagnóstico de la situación y la participación de la comunidad respecto a la gestión y separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru**, es evidente la poca disposición que tienen los pobladores para procurar mantener un ambiente limpio del lugar de la zona de estudio. Debido a ello, se necesita un trabajo que vaya de la mano entre los ciudadanos y los responsables del área de Gestión y Caracterización de los Residuos Sólidos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo, porque si bien es cierto el ciudadano es responsable de los residuos que genera día a día, estos residuos, cuando son arrojados en los espacios públicos, pasan a ser también responsabilidad de la municipalidad.

En este sentido, Andrade (2018) manifiesta que, además del poco involucramiento «los hábitos de consumo y la falta de una cultura de reciclaje son otros de los factores que intensifican esta problemática» (p. 1). Tal como lo recalcan Umaña y Gil (2011), los municipios son los responsables de la organización y el manejo del sistema de aseo público, lo que incluye una infraestructura adecuada para el servicio de recolección y disposición final de residuos sólidos.

Cabe destacar que en la ciudad de Loja (Ecuador), el problema radicó en que los ciudadanos no se organizaban para gestionar los residuos sólidos, existía una escasa cultura ambiental, poca participación en cuanto a la gestión y separación de residuos. La mala planificación en la ruta y horarios para el recojo de residuos trajo consigo una serie de plagas y enfermedades. Debido a ello, se desarrolló el Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos de Loja. Esta iniciativa fue impulsada por la Municipalidad de Loja con la cooperación de la Embajada del Reino de los Países Bajos del Servicio Alemán de Desarrollo (DED) y la Asociación de Municipalidades de Ecuador (AME). Estas tres organizaciones trabajaron en el Plan de Acción para Loja Siglo XXI.

Este programa tuvo como base fundamental la participación ciudadana en la separación de los residuos sólidos y el aprovechamiento de los residuos orgánicos, los que fueron utilizados para la fabricación del compostaje. Además, permitió la creación de empleo para las personas más desfavorecidas, mejorando, así, sus condiciones de vida. La estrategia consistió en el seguimiento y una continua campaña de información dirigida a todas las partes involucradas, lo que permitió capacitar a los recicladores para integrarlos a un ambiente de trabajo digno y organizado (Díaz, 2018). Por ello, los especialistas mencionaron que la participación comunitaria es la clave para que el ciudadano actúe de manera sostenible en la gestión y separación de residuos sólidos, ya que el ciudadano y las instituciones asumen un rol compartido en el cuidado del medio ambiente y, por tanto, se debe buscar empoderar al ciudadano para que sea gestor de su propio desarrollo y de su comunidad. Por lo que se debe capacitar al ciudadano en estos temas desde temprana edad para reforzar -en ellos- el cuidado del medio ambiente de manera sostenible.

**En lo referente al segundo objetivo, establecer el público meta, los objetivos y las fases de la estrategia de comunicación**, los especialistas refirieron que para desarrollar la estrategia de comunicación en temas ambientales es importante que la sociedad tome acciones para mejorar el lugar donde vive; se debe trabajar de la mano con las autoridades encargadas y los especialistas del proyecto. En este punto, cabe resaltar que la mayoría de los entrevistados mencionaron que las personas deben tener una actitud de toma de conciencia y, para lograr esto, es necesario trabajar con los niños, porque tienen mayor sensibilidad y conciencia que los mayores, además, los menores logran interiorizar mejor la información y la comunicación que los adultos, por ello consideraron

que son el público más adecuado para trabajar estos temas. Según los autores Moyer- Gusé y Riddle (2010) «los niños y los adolescentes no piensan de la misma manera como lo hacen los adultos. Es decir, la comprensión y el control sobre las emociones difieren enormemente de un grupo de edad a otro. Como consecuencia, los niños no interpretan las cosas que ven y oyen de la misma manera como lo hacen los mayores» (p. 19).

Asimismo, los entrevistados coincidieron que, en toda estrategia, los objetivos deben estar orientados al diagnóstico, la participación, la sensibilización, el diálogo, los cambios de comportamiento en la gestión y separación de residuos sólidos, porque esto permite desarrollar estrategias que estén enfocadas a las necesidades de una comunidad. Por el contrario, muchas veces las estrategias y objetivos se elaboran sin haber hecho el diagnóstico previo y, sobre todo, no se determina el público meta con el que se trabajará, por tanto, se termina realizando estrategias para todos los públicos, desconociendo que es el público objetivo, el que determina los objetivos a plasmar en las estrategias. Tal como lo afirman Gumucio y Cadavid (2014), «quienes recalcan que la calidad de los enlaces humanos de los miembros del equipo con los beneficiarios del proyecto es tan relevante como los que se fomentan entre académicos, empresarios y otros funcionarios. Estos vínculos que se establecen con los sujetos participantes permiten establecer los objetivos de la estrategia. La elaboración de una política de comunicación asegura la comprensión generalizada de que este es un proceso basado en las relaciones personales y valores humanos.» (p. 281).

Así pues, los entrevistados coincidieron que las fases de la estrategia de comunicación para el desarrollo, deben considerar varios procesos como el diagnóstico y elaboración de la línea de base, la planificación, la implementación de la intervención, el monitoreo de procesos y la evaluación de la intervención, porque esto permitirá analizar y seleccionar adecuadamente las herramientas, las actividades y los mensajes que se implementarán en la estrategia de comunicación. En este punto, es importante mencionar que, en la realidad, estas fases no son aplicadas de manera ordenada y, debido a ello, las estrategias aplicadas no obtienen los resultados esperados y muchas veces no son sostenibles en el tiempo. En este sentido, en Argentina se elaboró una estrategia de comunicación la cual consistió en desarrollar una campaña de comunicación para informar al público sobre la separación de residuos sólidos, en ella, se consideró la fase del diagnóstico, la planificación, la implementación de la intervención, el monitoreo y evaluación, con la finalidad de que la estrategia de comunicación refuerce el conocimiento, las actitudes o el comportamiento del público destinatario y, sobre todo, para que la estrategia pueda ser atractiva, comprensible y convincente (Quinteros, 2010).

**En cuanto al tercer objetivo determinar las herramientas, las actividades y los mensajes de comunicación que se usarán en las distintas fases de la estrategia para generar el diálogo y la participación entre los involucrados, así como el presupuesto,** los entrevistados explicaron que los procesos más idóneos para utilizar en las actividades de la estrategia de comunicación para el desarrollo son: el diálogo y la capacitación, porque son eficaces. La primera es el arte de hablar sobre temas y lograr objetivos en la conciencia de los individuos; La segunda, ayuda a entender qué hacer, por qué se hace y cómo hacerlo mejor, lo que le permite a la persona percibir qué pasaría si no mejora y qué rol de la vida se afectaría ante la inacción (Solano, 2014). Es por ello, que la comunicación debería ser considerada en los proyectos de gestión social. Por lo tanto, en cuanto a la gestión y tratamiento de los residuos, las municipalidades están obligadas a conocer la realidad de otros países para mejorar los estilos de vida y formas de comunicación del conciudadano. Aquí

cabe resaltar las iniciativas de la ciudad de Quito (Ecuador) en donde se implementaron programas utilizando la comunicación, el diálogo y la capacitación.

En el caso del Barrio de Colinas del Norte (Quito), se realizó un proyecto de gestión integral de residuos sólidos mediante la aplicación del Plan tres erres, el cual se basa en un método de reducción, reciclaje y reutilización de residuos sólidos a partir de la clasificación en la fuente de generación, lo que ha permitido que la comunidad se organice con el objetivo de mejorar su calidad de vida. La recolección diferenciada ha sido un proceso implementado paulatinamente, en el que la socialización del proyecto y la educación a la comunidad han jugado un papel muy importante, pues se trata de dos factores primordiales para garantizar el éxito en proyectos de este tipo. Asimismo, se han ejecutado campañas de comunicación y capacitación dirigidas a la comunidad, las que han logrado resultados positivos. Se han realizado tres concursos dirigidos a la comunidad y a los colegios, y cuatro proyectos y actividades de minimización, en los que la gestión de la **comunicación y capacitación** han sido clave para el éxito de los mismos (Viteri, 2019, p. 24).

Asimismo, los especialistas incidieron en que otras herramientas y/o actividades que se deben considerar para la estrategia de comunicación son los talleres, las ferias, los juegos dinámicos, los cabildos, las visitas de campo, los seminarios, porque con ellas se refuerza la comunicación interpersonal y esto genera participación, motiva al debate; además, se observa el compromiso de cada persona y mediante estas, se afianzan aprendizajes. Por lo que, es importante mencionar que, muchas veces, las actividades de una estrategia de comunicación para el desarrollo suelen direccionarse desde el área de la publicidad, comunicando mensajes que distan de la realidad de la población. Y, como refirieron los entrevistados, los mensajes para todo público no existen, estos mensajes, desde luego, deben motivar a la participación, el diálogo entre pares, apelar a las emociones para que actúen de manera consciente con la finalidad de que se involucren e identifiquen con el proyecto. Lo que quiere decir, según Solano (2014) que los mensajes -una vez determinado el público objetivo- deben destacar en la persona, la idea de: «entender lo que pasa (saber)», «a sentirse parte de una sociedad y respetarla (sabe ser)», «y a saber cómo puede participar en los procesos de desarrollo (saber hacer)» (p. 9).

Del mismo modo, es importante resaltar que los programas y proyectos de gestión social no serían viables si no se considera el presupuesto para la implementación de las estrategias de comunicación para el desarrollo. Ante esto, cabe mencionar que el presupuesto no es empleado correctamente en los programas de gestión social y ambiental, es por ello, que los entrevistados mencionaron que el presupuesto debe elaborarse tomando en cuenta la disponibilidad real de recursos tanto económicos, técnicos y humanos. En cuanto a esto, Santiago (2018) indica que en toda planificación de proyectos se debe considerar al presupuesto para saber con cuánta disponibilidad monetaria se cuenta para realizar las actividades. Esto, además, con la finalidad de que se lleven a cabo lo planificado en las estrategias.

Ahora bien, en las entrevistas a los niños, estos reconocieron que a diario comparten con sus amigos y compañeros los espacios comunes (parque y cancha deportiva) que son contaminados de manera frecuente. Por tal motivo, se hace necesario el trabajo de las autoridades, tal como lo recalcan Ráez y Dourojeanni (2016), quienes refieren que el problema más complejo que tiene el Perú es la contaminación ambiental urbana, porque todos los días altera las condiciones de salud

básicas a la que toda persona tiene derecho. Esto ocurre, porque se observa que el manejo integral de los residuos sólidos -a nivel nacional- aún no es prioridad de las gestiones gubernamentales del Estado; en la gran mayoría de las ciudades de las distintas regiones -a diario- se generan focos infecciosos de residuos orgánicos como inorgánicos que tardan en ser atendidos por las autoridades locales.

Tal es el caso, que los niños entre 10 y 11 años de edad son conscientes de la contaminación que generan los productos que se consumen y se desechan a diario, por lo que, la mayoría de ellos refirieron que les interesa aprender sobre el tema para proponer una solución en la gestión y separación de los residuos desde sus hogares. Tal como lo afirman, Gómez, Rodríguez, Zarauza et al. (2013) «para que una persona adquiriera un compromiso e integre la variable ambiental en su toma de decisiones diarias es necesario que este alcance un grado adecuado de conciencia ambiental, a partir de unos niveles mínimos en sus dimensiones cognitivas, afectivas, conativas y activas. Estos niveles actúan de manera sinérgica y están íntimamente relacionados con el ámbito geográfico, social, económico, cultural y educativo en el cual el individuo se posiciona» (p. 50).

En tal sentido, a los entrevistados les interesa participar en proyectos que traten este tema a largo plazo, porque, de este modo, afianzan aprendizajes y conocimientos, los que luego pueden compartirlos con familiares, amigos, etc. Ahora bien, también manifestaron que no utilizan las redes sociales, porque, debido a su edad, los padres no se lo permiten y, además, no cuentan con los recursos económicos para tener un celular personal. Se evidenció que los padres de familia no les permiten a sus menores hijos tener un celular para, evitar así, algunos peligros de mala información que circulan en las redes sociales. A la vez, vale recalcar que la radio es el medio más escuchado en los hogares de los niños entrevistados. Servaes (2012) menciona que las comunidades que tiene acceso a los medios de comunicación social se vuelven partícipes y gestores del desarrollo que su comunidad necesita. Recalca, asimismo, que los medios de expresión deben estar siempre al servicio de la comunidad.

**Respecto al cuarto objetivo, el cual se refiere a establecer los criterios que permitan monitorear cada una de las etapas de la estrategia de comunicación para el desarrollo,** se puede señalar que los entrevistados ratificaron a la herramienta del monitoreo como una pieza clave, porque permite medir los procesos, validar la eficacia de las actividades y, sobre todo, conocer el involucramiento y la participación de las personas. La ficha de monitoreo debe incluir indicadores e ítems que permitan medir las labores realizadas y la correcta aplicación de los objetivos establecidos en las estrategias de comunicación participativa. Delgado (2015) indica que el monitoreo sirve para verificar, siempre que sea necesario, lo que se planeó en un proyecto de comunicación para corroborar y validar si las actividades y/o herramientas empleadas se están cumpliendo con la finalidad para la cual se las utilizó.

Hernández (2014) menciona que el monitoreo comprueba la eficiencia y efectividad de cómo se van cumpliendo los procesos de ejecución de una estrategia. Además, resalta que es fundamental realizar la evaluación final, porque determina de manera objetiva y sistemática la relevancia e impacto del proyecto o programa, según los objetivos trazados. Así, la evaluación constante refuerza las actividades del monitoreo, porque es evidente que el plan de acción forma parte de una hipótesis con respecto al proceso que conduce al logro de los objetivos.

## Conclusiones

- I. El diagnóstico de la presente tesis evidenció que los pobladores del pueblo joven Túpac Amaru no conocen cómo separar adecuadamente sus residuos orgánicos e inorgánicos y, en efecto, la contaminación se da al mezclar estos residuos, los que son colocados en una misma bolsa para luego ser arrojados a la calle a cualquier hora del día. Por tanto, las visitas a campo son necesarias, porque permiten conocer las costumbres, las actitudes y los comportamientos de cada uno de los habitantes del lugar de estudio y, de esta manera, se puede abordar estratégicamente la problemática de la realidad que se pretende atender.
- II. Los beneficiarios de la presente propuesta son los niños entre 10 y 11 años de edad del pueblo joven Túpac Amaru (Chiclayo). Es importante trabajar con ellos en la comunidad, porque son los agentes que, tanto en el presente como en el futuro, deberán estar comprometidos con la sostenibilidad de la gestión y separación de los residuos sólidos de su propio contexto. En cuanto a los objetivos de la estrategia (la sensibilización, los cambios de actitud y el comportamiento, la escucha activa, el diálogo horizontal, la participación, los conocimientos de separación de residuos) y las fases de la misma (el diagnóstico, la planificación, la implementación, el monitoreo y la evaluación). Son elementos importantes de un proceso de participación comunitaria que promueve la adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y valores de los sujetos participantes para que puedan generar su propio desarrollo.
- III. El diálogo y las herramientas y/o actividades de comunicación propuestas en la estrategia: las dinámicas de inducción (el rompecabezas y el bingo ambiental), las charlas, los talleres, la capacitación, las ferias y las campañas se basan en la comunicación interpersonal, asimismo, promueven la participación y logran que los participantes expresen sus puntos de vista, logren empatía con el proyecto y compartan conocimientos adquiridos con otros niños y miembros de la comunidad del pueblo joven Túpac Amaru (Chiclayo). Los mensajes están orientados a fortalecer el diálogo y el aprendizaje de cómo separar los residuos sólidos, la importancia y contribución de las personas al cuidado del medio ambiente.
- IV. El monitoreo de la estrategia propuesta considera la medición, la evaluación y la verificación de la participación activa y el diálogo entre los beneficiarios-participantes. No se puede concebir un proceso de comunicación para el desarrollo sin este criterio participativo. Para ello, además, se diseñaron dos fichas de monitoreo (fichas para evaluar las charlas y los talleres y fichas para evaluar las campañas y las ferias), con las cuales se pretende conocer a profundidad el compromiso, el desenvolvimiento y la toma de decisiones de los niños involucrados en cada una de las actividades de la estrategia y en los distintos periodos de la misma (inicio, durante y final del proyecto). Asimismo, generar aprendizajes sobre proyectos de comunicación para el desarrollo adecuadamente monitoreados.

## Recomendaciones

En la presente tesis, se considera que es de vital importancia desarrollar con los niños estrategias que tengan como base a la comunicación para el desarrollo. Esto permitirá que la sociedad se vuelva más participativa y comprometida en los procesos de desarrollo en donde intervenga la capacitación y el diálogo. Por ello, se recomienda la siguiente propuesta.

Por lo mencionado, se recomienda la propuesta: estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo. Está dirigida a niños entre 10 y 11 años de edad. Según Mujica (2019), los niños y jóvenes no piensan de la misma manera que los adultos y, son ellos, quienes asimilan y procesan mejor la información. Por tanto, logran interiorizar mejor los aprendizajes y la información. Se debe inculcar buenos hábitos desde temprana edad para consolidar y reforzar el conocimiento, las actitudes y las habilidades. En efecto, en la presente propuesta, se han considerado como elementos importantes el diálogo y la capacitación de las cuales se desprenden unas actividades dinámicas mediante juegos lúdicos, talleres, ferias y campañas.

El público que se ha considerado para la presenta propuesta son los niños entre 10 y 11 años de edad; en este sentido, trece de los niños que participaron de la entrevista solo se dedican a estudiar y la mayoría de ellos cursan sus estudios en la institución educativa nacional Juan Tomis Stack. En cuanto al contexto familiar, en algunos casos, sus padres trabajan en sus propios negocios que tienen en sus hogares como: tienda de abarrotes, carpinterías, talleres mecánicos, talleres de soldadura, restaurantes, entre otros. Respecto al ámbito religioso, algunas de las familias profesan la religión católica y otras, la evangélica. Los padres de los 13 niños no son partidarios de ningún partido político. Y, por último, los 13 niños manifestaron opiniones propias y tienen la iniciativa de aprender y conocer sobre la gestión y separación de los residuos sólidos.

Los mensajes sugeridos por los especialistas apelarán a la calidad de vida, la reutilización, el compostaje, el reciclaje, la participación social, el cambio individual y social y la competencia local. Así también, el público meta sugirió el contenido que desea aprender de los mensajes, estos son los siguientes: beneficios de la separación de los residuos, la importancia de la limpieza en los ambientes comunes, conocimientos para separar los residuos y el impacto negativo del mal manejo de los residuos en el medio ambiente.

Respecto a las herramientas y/o actividades de la estrategia de comunicación para el desarrollo se consideran las dinámicas de inducción, las que tienen por nombre «Rompecabezas» y «Bingo ambiental», estas se desarrollaron para que los niños del público meta conozcan cuatro leyes importantes, dos de ellas corresponden a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las otras dos a la Ley General de los Residuos Sólidos. Así pues, en estas dinámicas se les indicará cuáles son los deberes que le corresponde a cada ciudadano para contribuir con sus acciones a mantener el medio ambiente en óptimas condiciones. Estas leyes se desarrollaron por medio de mensajes emotivos y atractivos.

Así también, se consideraron las charlas y los talleres. A continuación, se menciona un ejemplo de la charla con su respectivo taller de comunicación: charla «Conociendo y separando los residuos sólidos». En ella, se explicará la definición de residuos sólidos, los distintos tipos que generan en la ciudad; asimismo, cómo se puede minimizar y reducir el uso de cada producto utilizado, el

tiempo de degradación de cada objeto, las diferentes formas de separación y cuáles son los residuos reciclables; de igual modo, se les mencionará la importancia de las cuatro «erres» (reducir, reciclar, reutilizar y reparar), mediante contenido visual (imágenes y fotografías). Y, por último, se les comunicará sobre los residuos peligrosos, con la finalidad de que conozcan los riesgos que suponen cada uno de estos para el medio ambiente y la salud. El taller: «Residuos clasificados serán mejor utilizados», de esta charla, busca que los niños sean capaces de identificar los residuos orgánicos de los inorgánicos y, con ello, sepan responder a las siguientes preguntas: ¿qué tipo de residuo es?, ¿cuál es el tiempo de degradación de este residuo?, ¿qué utilidad se le podría dar a ese residuo?, etc.

Otra de las herramientas y/o actividades de comunicación corresponde a las ferias, en ellas se mostrará lo que se hizo en las charlas y talleres. Esta estará acompañada también de una mascota que lleva por nombre «Wasi», que significa «hogar». Asimismo, la feria estará compuesta de cinco *stands* y cada una tendrá un nombre y un color: el primer stand, color celeste, se denominará «La tiendita del reciclaje»; el segundo, color rojo, «Microteatro del reciclaje-teatrorecicla»; el tercero, verde, «Aprendiendo a reciclar»; el cuarto, amarillo, «Juega reciclando», y el quinto stand, marrón, «Vistiendo con reciclaje».

También se consideraron las campañas con la finalidad de que el público meta tome acciones y comparta lo aprendido en las actividades previas con sus padres y otras personas de la comunidad del pueblo joven Túpac Amaru. Asimismo, estas campañas estarán acompañadas de la mascota «Wasi». La primera campaña llevará por nombre: «Tus residuos separados serán mejor utilizados» y la segunda campaña: «Si a tu comunidad quieres ayudar, tus residuos debes separar».

Así, también, se elaboró dos fichas de monitoreo que servirán para evaluar y medir cada una de las actividades consideradas en la presente estrategia de comunicación. Y, por último, se detalla el presupuesto.

Teniendo en cuenta que los cambios de actitudes no se generan de la noche a la mañana, esta estrategia considera oportuno desarrollarse entre el 2022 y el 2023.

Infografía de la propuesta

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA SEPARACIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN EL PUEBLO JOVEN TÚPAC AMARU-CHICLAYO**

**PÚBLICO OBJETIVO**



Fuente de imagen: Dreamstime

Niños entre 10 y 11 años de edad

**LOGOTIPO Y SLOGAN**



**CHARLAS**

- «Conociendo y separando los residuos sólidos»
- Video y debate: «Por la ruta de los residuos sólidos»
- «Cineando ambiental»
- Documental «La historia de las cosas»
- Documental «Antes que sea tarde»
- Película «El Iorax, en busca de la brújula perdida»
- Documental «Una verdad incómoda»

**TALLERES**

- «Residuos clasificados serán mejor utilizados»
- «Creando arte en tus residuos»
- Talleres lúdicos «innovarte a través del reciclaje»
- Juego de bolos
- Juego de anillos
- Juego de memoria

**ACTIVIDADES DE LA ESTRATEGIA**

**HERRAMIENTAS Y/O ACTIVIDADES DE INTERVENCIÓN SOCIAL**



Tarjetas de invitación

HUELLA VERDE				
FECHA	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR

Cartilla «Huella verde»

**PRIMERA FERIA**

- Primer Stand-Color celeste**  
«La tiendita del reciclaje»
- Segundo Stand-Color rojo**  
«Microteatro del reciclaje-teatrorecicla»
- Tercer Stand-Color verde**  
«Aprendiendo a reciclar»
- Cuarto Stand-Color amarillo**  
«Juega Reciclando»
- Quinto Stand-Color marrón**  
«Vistiendo con reciclaje»

**CAMPAÑAS**

- PRIMERA CAMPAÑA:** «Tus residuos separados, serán mejor utilizados»
- SEGUNDA CAMPAÑA:** ¡Si a tu comunidad quieres ayudar, tus residuos debes separar!



Wasi

**ACTIVIDADES DE INDUCCIÓN**

**Rompecabezas**



Fuente de imagen: Pinterest

**Bingo ambiental**

BIN	GO	AM	BIEN	TAL
3	4	6	8	1
11	16	2	5	7
21	10	12	15	13
23	9	24	14	18
20	19	17	22	25

**FICHAS DE MONITOREO**

- Ficha de monitoreo de charlas y talleres
- Ficha de monitoreo de campañas y ferias

Elaboración propia

## Referencias

- Alarcon, M., André, C., Cantón, y Flores, A., Mendoza, A., Pérez, M., Pérez, R., Ramírez, M., Romero, C., Sierra, C., Vásquez, M. (2014). *Comunicación para el desarrollo: una guía práctica*. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación Cosude.
- Andrade, L. (2018). *El reciclaje de desechos sólidos orgánicos y su incidencia en los derechos del Buen Vivir de los habitantes del sector Las Cuadras, Distrito Metropolitano de Quito 2015* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Recuperado de <https://bit.ly/2WQeoSR>
- Ampuero, J., Barranquero, A., Botero, J., Cadavid Bringe, A., et al. (2016). *Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social*. (2a ed.). Pro-offset S. A.
- Benítez Rodríguez, A. M., Gómez Curquejo, N., Rodríguez García, R. y Zarauza Cabrerizo, P. (2013). *Guías didácticas de educación ambiental: residuos y reciclaje*. Ecoembes.
- Burga Polo, G. P. (2015). El reciclaje de residuos sólidos municipales para el desarrollo sostenible de Chiclayo. *Tzhoecoen. Revista científica*, 7(2), 14. Recuperado de <https://bit.ly/3tdqC2O>
- Castillo Collantes, Y. R. y Sanguinez Prada, M.I. (2019). Programa estratégico comunicativo para el fortalecimiento de una cultura ecológica en el grupo *scout* 153 «Herederos de una cultura milenaria y 211» «27 de diciembre» de Lambayeque [Tesis de pregrado, Pedro Ruiz Gallo]. <https://bit.ly/3j6hafB>
- Delgado, J. (2015). *Planificando estratégicamente*. Inc. California
- Diaz, S. (2018). *Las tres Erres: reducir, reutilizar y reciclar*. Color-Suplemento Rural.
- Dian Yohana. (2018, junio 13). Alcalde cumple con el Plan de Acción Municipal Loja Siglo XXI. Municipalidad de Loja. <https://bit.ly/32dABcx>
- Dourojeanni, M. y Ráez, E. (2016). *Los principales problemas ambientales políticamente relevantes en el Perú*. Universidad Científica del Sur. <https://bit.ly/3g10xAj>
- Defensoría del Pueblo del Perú (2016). Informe Pongamos la basura en su lugar: Propuestas para la gestión de residuos sólidos municipales 2016. Recuperado de <https://bit.ly/2WLWOiX>
- Flores, Y. y Pérez, D. (2016). *Percepción de los recicladores formalizados sobre las estrategias comunicativas empleadas por el programa de segregación en la fuente de residuos sólidos domiciliarios* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán de Perú].
- Gil, J. y Umaña, G. (2011). *Guía para la gestión del manejo de residuos sólidos municipales: Centroamérica*. Programa ambiental regional para Centroamérica.

- Gumucio, A. (2019). Vigencia de la comunicación en el cambio social. Los caminos de Ciespal. *Revista Chasqui Latinoamericana de Comunicación*, 141, 49-66. Recuperado de <https://bit.ly/3qmj4tW>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill, Interamericana editores. Recuperado de <https://bit.ly/3sf6cFs>
- Mendoza, C. (2019). *Plan de minimización y manejo de residuos sólidos para una planta cementera en Piura*. [Tesis de pregrado, Universidad de Piura de Perú]. Recuperado de <https://bit.ly/3dTGrFy>
- Ministerio del Ambiente (2016). *Reciclaje y disposición final segura de residuos sólidos*. (3 era ed.).
- Ministerio del Medio Ambiente (2016). Informe Plan Nacional de Gestión Integral de Residuos Sólidos 2016-2024. Recuperado de <https://bit.ly/3to6BHf>
- Ministerio del Ambiente. (2018, febrero). *Programa de incentivos a la mejora de la gestión municipal 2018: Guía para el cumplimiento de la meta 21*. Recuperado de <https://bit.ly/2PYCVBV>
- Morales, S. (2011). Aproximación teórica al desarrollo. *Revista de Ciencias Sociales*, (7), 1-28. Recuperado de <https://bit.ly/3uGSltc>
- Mujica Alfaro, N. L. (2019). *Estrategia de comunicación «Ecoactívate» para mejorar los conocimientos y actitudes en el manejo alternativo de residuos sólidos en alumnos de quinto grado de educación primaria de la institución educativa pachacútec – Cajamarca* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Recuperado de <https://bit.ly/3taSTqN>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U.
- Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (2014). Informe de Fiscalización ambiental en residuos sólidos de gestión municipal provincial 2013-2014. Recuperado de <https://bit.ly/3mFOP13>
- Palavecinos, M. y Piñeiro, C. (2014). *Criterios para mejorar la gestión y comunicación ambiental en la administración pública: una investigación mixta en la ciudad de Madrid*. *Revista Universitas Psychologyca*, 14(4), 1459 -1471. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/13581>
- Moyer-Gusé, E., Riddle, K., Meseguer, C. (2012). *El impacto de los medios de comunicación en la infancia: guía para padres y educadores*. Universitat Oberta de Catalunya.

- Programa de las Naciones Unidas. (2018). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://bit.ly/3uHGSDI>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2011) *Comunicación para el desarrollo: fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas*. Recuperado de <https://bit.ly/3d8caDF>
- Puig, M. (2019). *El cociente agallas. Sé valiente, cambia tu vida*. Grupo Planeta.
- Quinteros Poquet, M. (2017). *Estrategia de comunicación para la implementación del Plan Director de Gestión de Residuos Sólidos del Campus de la Uncuyo*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Cuyo de Argentina]. Recuperado de <https://bit.ly/3tfEhYg>
- Rentería Sacha, J. M y Zevallos Villareal, M. E. (2014) *Propuesta de mejora para la mejora estratégica del panorama de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos domiciliarios en el distrito de los Olivos*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <https://bit.ly/3a45817>
- Santiago, N. (2018). *Formulación de presupuesto*. Ambato. Recuperado de <https://bit.ly/3xKt96v>
- Sala, C. (2017). La comunicación para el cambio social: una mirada participativa al concepto de desarrollo. *Revista Janus* 104-105. Recuperado de <https://bit.ly/3gPwGuR>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social: Una visión general. *Revista de Información y Comunicación*, 17, 18-40. Recuperado de <https://bit.ly/3g89jN1>
- Solano, D. (2014). *Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible*. Chile. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura. Recuperado de <https://bit.ly/3g4rpQe>
- Untiveros Céspedes, Y. T. (2019). *Propuesta de la creación de una Oficina de Paradiplomacia para promover la Internacionalización de la Municipalidad Provincial de Chiclayo*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Perú]. Recuperado de <https://bit.ly/3g2aptA>
- Viteri Aguirre, B. J. (2019). *Identificación de los problemas socio-ambientales del Barrio Colinas del Norte como aporte a la planificación territorial* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Recuperado de <https://bit.ly/3tc9UkB>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Propuesta

#### **Estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru**

La estrategia de comunicación para el desarrollo es un proceso para fortalecer la incidencia social y política con la finalidad de empoderar a las personas para impulsar la participación y el cambio social, a través de los diferentes métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las nuevas formas de las tecnologías de la información (Cosude, 2014).

En la presente estrategia, se utiliza la comunicación para desarrollo, porque utiliza el vínculo y el discurso como elemento principal para conectar con el público beneficiario o participantes, con las familias y con las entidades involucradas.

La propuesta de la estrategia de comunicación para el desarrollo tiene como lugar de ejecución el pueblo joven Túpac Amaru del distrito de Chiclayo, departamento de Lambayeque (Perú). El propósito de esta estrategia es que los niños entre 10 y 11 años de edad adopten acciones de participación, diálogo, debate y compromiso en relación con la separación de los residuos sólidos. Además del diálogo, se han considerado como herramientas de comunicación las dinámicas de inducción, las charlas, los talleres, que permitirán implementar las actividades como juegos lúdicos, ferias y campañas. Con estas herramientas y/o actividades, se generarán -a su vez- actividades de capacitación (adquisición de conocimientos), se reforzarán las habilidades y modificarán sus hábitos respecto a una mejor utilidad de sus residuos orgánicos e inorgánicos. De esta manera, podrán contribuir al cuidado de su comunidad y del medio ambiente.

Por tal motivo, la presente propuesta se realiza por la urgente necesidad de atender la mala gestión y separación de residuos sólidos por la que atraviesa la ciudad de Chiclayo y, en particular, el pueblo joven Túpac Amaru. En dicho lugar, la mayor contaminación se da en el parque principal en donde juegan niños de diferentes edades y, en efecto, transitan también jóvenes, adultos y adultos mayores. Se observó también que los pobladores del lugar sacan la basura de sus casas a cualquier hora del día dejando estas afuera, en la puerta de sus casas y en las esquinas de la zona donde viven.

#### **Herramientas de acercamiento social**

Se han considerado actividades de acercamiento social como una forma de conocer al público y generar vínculos con ellos.

##### ***Primer focus group***

El primer grupo focal estará conformado por 25 integrantes (niños entre 10 y 11 años de edad), a quienes se los agrupará en cinco equipos de cinco integrantes cada uno. Con cada grupo, la dinámica se desarrollará durante veinte minutos. Esta se realizará en un ambiente (salón) del

colegio Juan Tomis Stack, lo que permitirá realizar actividades para generar el diálogo entre los integrantes. Asimismo, se contextualizará la situación en que se desarrolla el proyecto, además, permitirá reconocer el problema y la necesidad de comunicación. Se explica la metodología a emplear en el primer *focus group*.

#### - Metodología

Se trabajará con una guía de preguntas abiertas, estas estarán relacionadas con su manera de pensar, sus costumbres, sus valores, sobre cuál es la situación actual de los residuos sólidos en el lugar donde viven, qué medios de comunicación y redes sociales utilizan y cuáles son sus espacios de comunicación; todo esto, con la finalidad de obtener información, escuchar y aprender a profundidad del público meta, quienes tendrán la opción de plasmar las respuestas mediante dibujos en papelotes reciclados y aquellos que no sepan dibujar, tendrán la alternativa de expresar sus ideas a través de la escritura, para luego manifestarlas mediante el diálogo. En ese sentido, se realizará la actividad «Dibujando tu comunidad», en donde cada integrante de los respectivos grupos responderá a dos de las preguntas del cuestionario respecto al problema de los residuos sólidos en su comunidad.

#### *Segundo focus group*

En este segundo grupo focal, se utilizará la misma metodología empleada en el primer *focus group*. Estará conformado por los restantes 25 niños participantes para completar el grupo de 50 niños. La realización de este *focus group* permitirá emplear dinámicas que generen el diálogo entre los integrantes.

Después de realizar las actividades de acercamiento social se procederá a entregar la tarjeta de invitación a los padres de familia del público beneficiario.

#### *Tarjeta de invitación*

Se utilizará este medio, porque los niños del público meta, en su mayoría, no tienen acceso a un celular personal y no usan redes sociales. La invitación estará dirigida a los niños, pero se entregará personalmente a los padres o apoderados de los participantes para que puedan otorgar el permiso correspondiente y así formen parte de este proyecto. Para ello, deben confirmar dicha participación firmando la tarjeta donde corresponda. Las tarjetas se repartirán considerando el tiempo disponible de los apoderados o padres de familia. Por ello, se cree conveniente repartirlas todos los sábados (porque existe la posibilidad de que algunos padres no se encuentren en sus hogares y; se regresará el siguiente sábado hasta entregar todas las invitaciones) durante un mes por la mañana y la tarde.

## Tarjeta de invitación

### Portada



### Elaboración propia

Esta invitación será impresa en papel reciclado, asimismo, diseñada con el logotipo que identifica el proyecto, este estará acompañado del eslogan y una frase motivadora. En el centro de la portada de la tarjeta, hay una figura geométrica circular que tiene líneas en curva donde se ubica el logotipo; en esta figura se observa la ausencia de color para realzar los elementos empleados en el logotipo. El color de fondo empleado en la tarjeta es verde, porque connota a la naturaleza, la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.

### Interior

Estimado Sr (a) .....

Reciba un cordial saludo. Es grato dirigirnos a usted para hacer de su conocimiento que en su localidad se llevará a cabo el proyecto de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru, el cual será dirigido a los niños de su comunidad, por tal motivo, se invita a su menor hijo(a) para que pueda formar parte de las actividades que se desarrollarán. Para ello, es importante su colaboración otorgándole a su menor hijo el permiso correspondiente.

*Para confirmar la participación de su hijo(a), el niño debe colocar su huella dígita en el siguiente círculo con su firma y número de DNI.*

<p>Nombre y apellidos del padre o madre: Firma DNI:</p>	<p>Deja aquí tu huella verde</p>	<p>Nombre y Apellidos del participante: Firma DNI:</p>
---	----------------------------------	--

Gracias por su participación.


### Elaboración propia

En el interior de la tarjeta de invitación, también, se solicitará la huella digital del participante, la que debe colocarse en la opción: «Deja aquí tu huella verde», además de colocar los nombres y apellidos del padre o madre y del participante, la firma y el número del documento nacional de identidad (DNI).

### ***Cartilla «Huella verde» para la participación ambiental***

Antes de empezar las actividades se les entregará a los niños una cartilla de asistencia; denominada «Huella verde», en la que se verificará su constante participación. La cartilla se utilizará con la finalidad de hacer un seguimiento de la participación a cada uno de los integrantes; según el día, el mes y la hora en que estén programados los eventos. A continuación, se muestra la cartilla «Huella verde»:

#### **Cartilla «Huella verde»**

 HUELLA VERDE			
PARTICIPANTE:			
EDAD:			
DÍA	HORA	MES	DEJA AQUÍ TU HUELLA VERDE
LUNES			
MARTES			
MIÉRCOLES			
JUEVES			
VIERNES			
SÁBADO			
DOMINGO			

Elaboración propia

Esta cartilla estará conformada por los nombres y apellidos de los participantes, edad, días de la semana, hora y mes. En la cartilla, las asistencias serán registradas con la huella digital de cada participante en el espacio denominado «Deja aquí tu huella verde», lo que validará su presencia y participación en las diferentes actividades. Para la elaboración de la cartilla, se usarán hojas recicladas.

#### ***Mensajes***

A continuación, se especifica los mensajes que sugirieron los especialistas y los que se utilizarán para el público meta. Ya que dicho público sugirió el contenido que desea aprender de los mensajes, estos son los siguientes: beneficios de la separación de los residuos, la importancia de la limpieza en los ambientes comunes, conocimientos para separar los residuos y el impacto negativo del mal manejo de los residuos en el medio ambiente.

#### **✓ Comunicación+educación=cambio individual y social**

El diálogo y la capacitación son elementos importantes para incentivar la participación, el debate y el compromiso de la población del pueblo joven Túpac Amaru. Esto con la finalidad de que adquieran actitudes y conocimientos necesarios para generar costumbres y hábitos que fomenten

el cuidado de la zona donde viven y del medio ambiente. Asimismo, esta debe complementarse con la educación ambiental.

✓ **Diálogo+emociones+buenas prácticas=participación**

El diálogo es un proceso esencial para solucionar los problemas que suceden dentro de una sociedad, esto permite que los integrantes de una comunidad puedan conversar, y llegar a un acuerdo y compromiso para el desarrollo de su localidad; así también, este diálogo tiene que generar emociones en los participantes para, así, lograr buenas actitudes que permitan que los pobladores se involucren y participen.

✓ **Conciencia+separación+reutilizar=reciclaje**

De este modo, resulta necesario concientizar al público meta por medio de un proceso de diálogo y la capacitación con la finalidad de generar una adecuada gestión y separación de los residuos y, con ello, motivar el reciclaje.

✓ **Reaprovechar+residuos orgánicos=compostaje**

El manejo de residuos debe tener como base el reaprovechamiento sostenible. Para esto, es importante transformar aquellos residuos orgánicos que se generan en la fuente de compostaje, ya que es el porcentaje más alto de los residuos que se generan a diario.

✓ **Reaprovechar+residuos inorgánicos=reutilización**

Los hábitos de consumo del público meta o participante deben mejorar y apuntar a una reutilización de los residuos que generan día a día. El reaprovechamiento de los residuos inorgánicos genera sostenibilidad, porque al reciclar se les da una vida útil con la finalidad de mejorar la zona y fomentar la economía circular, a través del reciclaje y reutilización.

Los mensajes elaborados se emplearán en las actividades de la propuesta de la estrategia de comunicación con el propósito de fomentar una participación sostenible, por medio de la toma de conciencia del público meta. En este sentido, considerando los mensajes sugeridos por los especialistas y por el público participante, se detalla dos conceptos que servirán para elaborar el logotipo y el eslogan del proyecto para que identifique las actividades de la estrategia de comunicación:

**1. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN Y SEPARACIÓN  
DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA  
COMUNIDAD**

Esta propuesta toma como referencia los mensajes sugeridos por los entrevistados y por el público meta para elaborar el concepto que se plasmará en el logotipo. Lo que se busca con el logotipo es que el público participante lo reconozca y se identifique con los elementos que lo conforman, asimismo, que cada uno de estos elementos genere el valor agregado ambiental a las actividades que se proponen en la estrategia de comunicación para promover la separación de los

residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo y, así, los participantes puedan tomar acciones en beneficio del medio ambiente de su comunidad. A continuación, se muestran los elementos tomados en cuenta para el logotipo:



Elaboración propia

A continuación, se detalla la descripción de los elementos que conforman el logotipo,

- En la creación de la imagen, se utilizó el elemento de las flechas, que indican una dirección a seguir.
- Se emplearon tres flechas en forma circular para que, a nivel connotativo, el público meta pueda discernir lo siguiente:
  - De que se puede cuidar al planeta tierra, a través del reciclaje.
  - De que todo está en una constante transformación y movimiento.
  - De que la dirección en la que deben de apuntar es el cuidado sostenible de su comunidad y todo lo que les rodea.
- En el centro, lo que encierran las flechas, se aprecia el gráfico de una niña, un niño y dos adultos parados sobre unas gradas y estos ascienden tomados de la mano.
- En el significante, se hace referencia a la palabra familia.
- A nivel connotativo, la imagen en el público meta puede sugerir que:
  - Es una familia de una comunidad que da prioridad, en primer lugar, al cuidado de su hogar y del barrio donde vive.
  - Van tomados de la mano, porque necesitan de la colaboración y participación de cada uno de los integrantes del hogar y de la comunidad.
  - Los niños encabezan la cúspide del gráfico, porque está en sus manos hacer posible la sostenibilidad del lugar donde viven.
- Y, en la figura inferior, la forma de las manos unidas por medio de las muñecas significa el poder que poseen estas para la representación e identificación del ser humano.

- A nivel connotativo, esta imagen sugiere lo siguiente:

- Cuidado y protección
- Ponerse en acción
- Apoyo
- Unidad
- Soporte
- Integración y comunicación

Ahora bien, se muestra el concepto que permitirá definir el eslogan:

## 2. MI BARRIO CONSCIENTE SEPARA Y REPARA

El eslogan describe las acciones que debe realizar el público meta en su comunidad, respecto a la gestión y separación de los residuos sólidos desde el hogar, las cuales deben replicarlas para hacerlas sostenibles. Para esto, se ha elaborado lo siguiente:

▪ Eslogan:



Elaboración propia

*Actividades de la estrategia de comunicación para promover la separación de residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo*

### *Capacitación*

Las dinámicas, los talleres, las charlas, las ferias y las campañas estarán dirigidas y coordinadas por las responsables del proyecto. Para iniciar la capacitación con el público meta es fundamental que conozcan cuatro leyes importantes, dos de las cuales corresponden a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las otras dos a la Ley General de los Residuos Sólidos. Se les mencionarán los derechos que tiene cada ciudadano para exigir un ambiente saludable; asimismo, se les indicará cuáles son los deberes que le corresponde a cada ciudadano para contribuir con sus acciones a mantener el medio ambiente en óptimas condiciones. Considerando la edad los niños

participantes, estas leyes se darán a conocer en mensajes emotivos y atractivos por medio de las siguientes dinámicas.

A continuación, se muestra el contenido de las cuatro leyes que sirvieron de base para la elaboración de los mensajes que se utilizarán en la dinámica del rompecabezas

- Dos leyes de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

Art. 25

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure a su familia la salud y el bienestar.

Art. 29

Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que solo en ella puede desarrollarse libre y plenamente su personalidad.

- Dos leyes de la Ley General de los Residuos Sólidos del Perú:

Art. 9

La política nacional ambiental tiene por objetivo mejorar la calidad de vida de las personas, garantizando la existencia de ecosistemas saludables, viables y funcionales en el largo plazo y el desarrollo sostenible del país, mediante la prevención, protección y recuperación del ambiente y sus componentes, la conservación y el aprovechamiento sostenibles de los recursos naturales, de una manera responsable y congruente con el respeto de los derechos fundamentales de la persona.

Art. 10

El causante de la degradación del ambiente y de sus componentes, sea una persona natural o jurídica, pública o privada, está obligado a adoptar inexcusablemente las medidas para su restauración, rehabilitación o reparación según corresponda o, cuando lo anterior no fuera posible, a compensar en términos ambientales los daños generados, sin perjuicio de otras responsabilidades administrativas, civiles o penales a que hubiera lugar.

Para la dinámica del rompecabezas, se ha considerado trabajar con dos leyes de la Declaración universal de los derechos humanos y con dos leyes de la Ley General de los Residuos Sólidos (las que ya se mencionaron anteriormente), las que se convertirán en frases que llamen a la acción, mediante mensajes emotivos y reflexivos. Estas imágenes estarán recortadas en fragmentos, para

luego, ser armadas correctamente por los niños participantes. Los mensajes no se recortarán, cada uno estará en su respectiva pieza. La duración de esta dinámica será de 60 minutos y los materiales a utilizar son: un limpiatipo, cinco cajas pequeñas y afiches cortados en formas de rompecabezas. A partir de estas leyes se elaborarán, una serie de mensajes.

### *Desarrollo de la actividad*

La dinámica se desarrollará con 25 participantes, agrupados en cinco equipos de cinco integrantes cada uno (entre niñas y niños). A cada equipo, se le entregará una pequeña caja que contendrá las piezas fraccionadas de las imágenes que deberán armar; conforme vayan descifrando a qué imagen le corresponde cada información deberán ir armándolos y pegándolos en la pizarra o la pared hasta completar cada imagen con el respectivo mensaje (tendrán veinte minutos); cada integrante del grupo, cuando los mensajes estén armados, deberá exponer el por qué consideró que las imágenes corresponden con los mensajes seleccionados; el grupo que esté participando, cuando termine su intervención, lanzará una pelota de lana al grupo que considere que debe participar para que los integrantes de dicho grupo indiquen que modificarían de los rompecabezas ya armados por el grupo anterior y por qué. Esto se hará con la intención de generar el diálogo y el debate. Y, así sucesivamente, se trabajará con cada grupo para hacerlos participar a cada uno de ellos.

Aquí se muestran dos ejemplos de cómo serían los mensajes:



Elaboración propia



Elaboración propia

### *Bingo ambiental*

La dinámica del bingo ambiental se jugará con una cartilla tipo bingo enumerada del uno al 25. A este juego, se le adicionará el dibujo del mapa del Perú, el que se dibujará en un papelote y al dibujo se le denominará «Mapa ambiental». A cada departamento del mapa, le corresponderá, de forma aleatoria, la numeración del uno al 25. El juego será complementado con 25 mensajes que servirán de respuestas a las preguntas que se encuentran en el mapa. Estos mensajes estarán ubicados en la pizarra y las paredes del salón. El contenido de los mensajes guardará correlación con cada una de las preguntas del mapa ambiental. La duración de la dinámica del bingo ambiental es de 45 minutos y los materiales a utilizar son cartillas de bingo, una caja, 25 afiches tamaño A3 y un mapa ambiental.

### *Metodología del juego*

Los mensajes estarán plasmados en afiches tamaño A3, los que serán pegados en la pizarra y las paredes del salón; estos estarán cubiertos con papelotes reciclados y serán develados, según el número del bingo que le corresponda a cada niño. Luego, se procederá a formar cinco grupos de cinco integrantes cada uno; posteriormente, se le entregará a cada uno de los participantes una cartilla de bingo ambiental; y se les explicará en qué consiste la dinámica, bastará con que un número de la cartilla del bingo ambiental coincida con la sílaba correspondiente para que cada integrante pueda iniciar el juego. En una caja, se colocarán veinticinco bolillas y cada bolilla tendrá las sílabas de la palabra bingo ambiental y el número que corresponda. Después, una de las responsables del proyecto procederá a mover la caja de izquierda a derecha e irá sacando al azar cada bolilla y, es así, como iniciará el juego. Al iniciar el juego, se indicará la sílaba y el número que corresponda y los niños tendrán que verificar lo expresado en sus cartillas. La persona que ubique el número indicado con la respectiva sílaba de la cartilla tendrá que decir en voz alta «Bingo ambiental» entonces, el número que le permitirá conocer la pregunta lo encontrará en el «Mapa ambiental» y, a la vez, ese número le servirá para encontrar en el mensaje, la respuesta.

A continuación, se muestra el bosquejo de cómo será la cartilla del bingo y el mapa ambiental

BIN	GO	AM	BIEN	TAL
3	4	6	8	1
11	16	2	5	7
21	10	12	15	13
23	9	24	14	18
20	19	17	22	25

Elaboración propia

Será suficiente con que cada participante ubique el número indicado con la respectiva sílaba para decir «Bingo ambiental»

BIN	GO	AM	BIEN	TAL
3	4	6	8	1
11	16	2	5	7
21	10	12	15	13
23	9	24	14	18
20	19	17	22	25

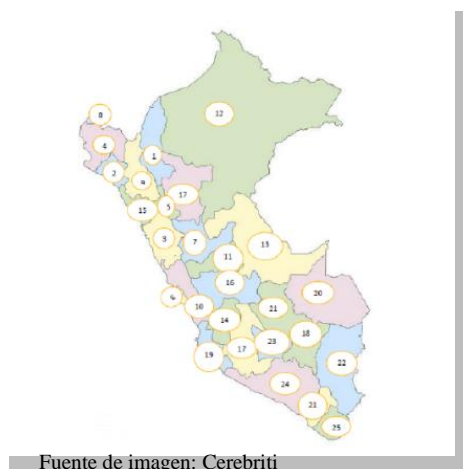
Elaboración propia

BIN	GO	AM	BIEN	TAL
3	4	6	8	1
11	16	2	5	7
21	10	12	15	13
23	9	24	14	18
20	19	17	22	25

Elaboración propia

En la presente dinámica del bingo ambiental, cada participante ubicará en su cartilla el número que indique una de las responsables del proyecto con la respectiva sílaba para, luego, decir «Bingo ambiental» e iniciar así el juego.

### Boceto del mapa ambiental



Fuente de imagen: Cerebriti

El «mapa ambiental» es un complemento de la dinámica «Bingo ambiental», porque permitirá que los participantes puedan interactuar y dialogar constantemente. Se emplea como referencia al mapa de Perú, porque se quiere lograr que los participantes se identifiquen con el territorio nacional y se genere el compromiso de cuidado de los recursos naturales del propio país. A continuación, se muestra dos ejemplos de los mensajes ambientales que corresponden a la dinámica del bingo ambiental:



Elaboración propia



Elaboración propia

### CUADRO DE LAS ACTIVIDADES DE INDUCCIÓN

Meses	Entrega de invitación/permiso	Dinámicas de inducción	
		Rompecabezas	Bingo ambiental
<b>Enero</b>			
<b>Febrero</b>			
<b>Marzo</b>			
<b>Abril</b>			
<b>Mayo</b>			
<b>Junio</b>	<b>x</b>		
<b>Julio</b>		<b>x</b>	
<b>Agosto</b>			<b>x</b>
<b>Septiembre</b>			
<b>Octubre</b>			
<b>Noviembre</b>			
<b>Diciembre</b>			
<b>Notas</b>	<p>Para esta actividad, las invitaciones serán entregadas los días viernes, sábado y domingo de cada semana del mes de junio.</p>	<p>El sábado de la tercera semana de julio se iniciará con el primer grupo, conformado por 25 participantes. Se continuará con el segundo grupo de veinticinco integrantes el sábado de la quinta semana del mismo mes. Se han considerado estas fechas, ya que las dos primeras semanas del mes de julio se harán las respectivas coordinaciones.</p>	<p>Con el primer grupo de veinticinco participantes se trabajará en la segunda semana del mes de agosto. Y, en el tercer sábado del mismo mes con los siguientes veinticinco participantes.</p>

## ***Charlas y talleres***

A continuación, se han elaborado charlas que irán acompañadas de talleres para que los participantes las pongan en práctica. Se trabajará con los primeros 25 niños y, en otra fecha, con el siguiente grupo de 25 integrantes.

### **Desarrollo de las actividades de las charlas y los talleres**

#### **Charla «Conociendo y separando los residuos sólidos»**

En esta charla, se explicará la definición de residuos sólidos, los distintos tipos que existen y se generan en la ciudad y en la comunidad. Como también, el riesgo que supone cada uno de estos residuos para el medio ambiente y la salud. Asimismo, de cómo se puede minimizar y reducir su uso, el tiempo de degradación de cada material, las diferentes formas de separación y cuáles son los residuos que se pueden reciclar.

**Duración:** 45 minutos.

#### **Materiales**

*Laptop*, proyector, plumones, limpiatipo, papeles reciclados.

#### **Desarrollo de la actividad**

- Se explicará lo referente a residuos sólidos (definición, tipos, tiempo de degradación, riesgos, formas de separación y lo que se puede reciclar).
- La temática se desarrollará mediante videos, fotografías y material dinámico (diapositivas).
- Se les mencionará sobre la importancia de las cuatro erres (reducir, reciclar, reutilizar y reparar) se utilizará, para ello, diapositivas cargadas de contenido visual (imágenes) en las que se explicará en qué consiste cada una de esas cuatro erres. Además, se mostrará que tipo de objetos o instrumentos se pueden elaborar empleando el reciclaje.
  - Por otro lado, se compartirá información sobre la importancia de sacar los residuos a la hora que corresponda para evitar el desorden, la acumulación y los focos infecciosos. Todo esto se realizará mediante material fotográfico proyectado en las diapositivas.
  - También, se les compartirá, de manera clara y sencilla, sobre los residuos peligrosos, por medio de mensajes, con la finalidad de que conozcan los riesgos que suponen cada uno de ellos para el medio ambiente y la salud. Después, se procederá a realizar el taller para reforzar los conocimientos aprendidos en la charla.

#### **Taller «Residuos clasificados serán mejor utilizados»**

**Duración:** 60 minutos.

#### **Materiales**

- Se utilizarán cajas medianas, las cuales se les asignará el color que corresponda, según el material que contenga.

- A la vez, se emplearán residuos reales, como: hojas de papel *bond*, plástico, cartón, y algunos residuos orgánicos.
- También, se usarán cinco temperas de distintos colores y pinceles.
- Papel reciclado y plumones para el trabajo en grupo.

### **Desarrollo de la actividad**

- El taller se realizará con 25 participantes, quienes formarán cinco grupos de cinco integrantes cada uno. Luego, se les entregarán cuatro cajas a cada grupo y deberán pintarlas de acuerdo al color que le corresponda a cada residuo. Para este trabajo, utilizarán las temperas.
- A todos los participantes, se les entregarán hojas *bond* y se les pedirá que escriban una lista de algunos residuos orgánicos e inorgánicos.
- Cada participante indicará -en voz alta-lo que ha escrito en su lista. Después, se acercarán a los diversos recipientes colocados alrededor del salón, en donde encontraran todos los residuos mezclados para, luego, seleccionarlos y ubicarlos en las respectivas cajas que pintaron. Cada grupo se hará responsable de las cajas con las que trabaje.
- Luego, a los integrantes de cada grupo se les formulará dos preguntas de algún elemento que se encuentre en las cajas para, posteriormente, responder todo lo que aprendió respecto a ese residuo. Las preguntas serán: ¿qué tipo de residuo es?, ¿cuál es el tiempo de degradación de este residuo? y ¿qué utilidad se le podría dar a ese residuo?

### **Charla- video y debate «Por la ruta de los residuos sólidos»**

El objetivo es reforzar en los participantes el conocimiento sobre la situación actual de los residuos sólidos, las causas y consecuencias, empleando como instrumento al video para originar un debate, con la finalidad de mostrar la realidad y fomentar desde la niñez la toma conciencia para que incorporen buenos hábitos y acciones en su vida diaria.

**Duración:** 45 minutos.

### **Materiales**

Proyector, carpetas, hojas *bond*, plumones

### **Desarrollo de la actividad**

- Los participantes se agruparán en cinco grupos de cinco integrantes cada uno.
- Luego, se mostrarán fotografías en plano detalle, gran plano general y en plano general de la comunidad para dar a conocer el problema ambiental en el que se encuentra la comunidad y la ciudad. Asimismo, visualizarán un video sobre la situación actual del botadero, ubicado en las Pampas de Reque.
- Las coordinadoras del proyecto harán una invitación a los niños para comentar sobre la situación presentada y, así, puedan expresar sus opiniones.
- Luego de la situación presentada, los participantes realizarán el análisis de lo observado para contribuir con ideas, alternativas de solución y compromisos de participación con la finalidad de mejorar la situación.

- Las ideas, alternativas de solución y compromisos de participación serán plasmadas en una hoja; acto seguido se las entregarán a las responsables del proyecto para conocer las opiniones. A continuación, se presenta el taller que complementará a la charla mencionada.

### **Taller «Creando arte en tus residuos»**

Este taller tiene como fin desarrollar la creatividad en los niños mediante las manualidades. Para ello, se desarrollarán capacidades y talentos para que puedan expresar sus ideas y emociones. Se motivará al arte por medio de la reutilización de los diferentes residuos. Esto para que les den un mejor uso a lo que utilizan diariamente. Por consiguiente, el día en que se desarrolle la actividad los niños llevarán los materiales que han reciclado en sus hogares.

**Duración:** 60 minutos.

#### **Materiales**

Todos los residuos reciclables y reutilizables (cartón, botellas de plástico, chapitas, retazos de tela, hojas *bond* recicladas, revistas, periódicos, botellas de vidrio, etc.), goma, hilos, tijeras, lápices, colores y plumones.

#### **Desarrollo de la actividad**

- Se formarán cinco grupos de cinco integrantes cada uno.
- Cada equipo asignará un nombre a su grupo.
- Una vez divididos los grupos, podrán elegir, según los materiales que hayan traído de sus hogares, el tipo de objeto desean elaborar. Para ello, se les enseñará una serie de muestras de lo que pueden elaborar como, por ejemplo: porta lapiceros, elaboración de instrumentos musicales, mini macetas para plantas, accesorios etc.
- Y, por último, cada uno de los integrantes elaborará una tarjeta con materiales reciclados, en donde indicarán el aprendizaje que se llevan de cada taller.

### **Charla «Cineando ambiental»**

Dentro de esta charla, se empleará la herramienta de comunicación del cine-forum, que estará acompañado de dos talleres lúdicos.

En esta actividad, se proyectarán películas, documentales y cortometrajes acerca de los residuos sólidos y el medio ambiente. Esto con la finalidad de conocer otros contextos para que se tenga una amplia visión del tema y, asimismo, fomentar la observación y la reflexión. De esta manera, se logrará que los niños se involucren y sean ellos el presente y futuro que el planeta necesita para la sostenibilidad y el cuidado.

**Duración:** 60 minutos.

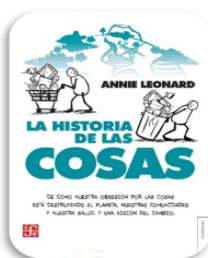
## Materiales

proyector, lapiceros y hojas *bond* recicladas.

## Desarrollo de la actividad

- Se realizará la proyección de las películas, documentales y cortometrajes, de acuerdo a las fechas establecidas.
- Se reunirá a los primeros 25 participantes. A cada uno se les encargará describir al personaje que más llamó su atención y al personaje con el que se identifican y qué lección rescatarían para llevar a cabo en sus vidas.
- Y, por último, describir o dibujar la escena que consideran más importantes e indicar el por qué llamó más su atención.

A continuación, se muestran dos ejemplos de documentales que se consideran en la actividad:



### Documental *La historia de las cosas*

**Duración:** 21 minutos

El documental *la historia de las cosas* nos cuenta todo sobre la economía de materiales y presenta una perspectiva muy crítica del sistema consumista, así como también enseña que muchos problemas sociales y del medio ambiente están interrelacionados. Finalmente, se insta a toda la humanidad a crear un mundo sostenible y justo.

Fuente: Ecoembes



### Documental *Antes de que sea tarde*

**Duración:** 1 h 36 m

El documental presentado por Leonardo Di Caprio, muestra los desastres medioambientales que están produciéndose en la actualidad en muchas partes del globo, debido al uso indiscriminado que se ha hecho durante mucho tiempo de los combustibles fósiles. El carbón, el petróleo y sus derivados dejan su huella en la salud de la tierra y de los humanos que la habitamos. DiCaprio cree que ha llegado el momento de tomar una decisión.

Revista: Esfinge

## **Talleres lúdicos «Innovarte por medio del reciclaje»**

Esta actividad forma parte de la charla «Cineando ambiental» y consiste en la elaboración de juegos con materiales reciclables.

Se les enseñará a los niños a elaborar sus propios juegos. Mediante esto se fomentará el aprendizaje para que adquieran los conocimientos y habilidades de comunicación necesarios para que, ellos mismos, fabriquen sus instrumentos de entretenimiento y, de esta manera, los residuos reciclables tengan una vida útil.

A continuación, se mencionan los siguientes:

### **Juego de bolos**

Este juego permitirá que los participantes puedan realizar movimientos que le permita ejercitarse.

El juego se realizará del siguiente modo: cada niño lanzará la pelota con fuerza en dirección hacia los bolos hasta que se caigan.

#### **Materiales**

Botellas de plástico de yogur o de gaseosas: grande y mediana, envases de *tetra pack*, retazos de tela, goma y tijeras.

#### **Metodología**

- Para la elaboración de los bolos, se utilizarán las botellas de yogur, gaseosas y envases de *tetra pack*.
- Los envases serán forrados con retazos de tela.
- Además, cada uno elaborará con retazos de tela una pelota para que acompañe al juego.

### **Juego de anillos**

Es un juego, especialmente de puntería. Ello permitirá desarrollar ciertas destrezas.

Cada uno de los niños tendrán que lanzar el anillo con la finalidad de que caiga dentro del tubo y, así sucesivamente, hasta completar la altura del mismo.

#### **Materiales**

Cartón, tela o hilos de lana, platos descartables, la parte interna de cartón de la cinta *masking tape*, tijera, goma y tubos de cartón de papel toalla.

#### **Metodología**

- Se cortará el cartón en forma circular para que sea la base y el soporte de donde se colocarán los tubos de cartón.
- Asimismo, se procederá a unir con pegamento los tubos de cartón hasta completar una altura de treinta centímetros.
- Luego, se forrará con hilos de lana los tubos de cartón para hacerlos más consistentes.

- Después, a los platos descartables se les hará un corte en el centro.
- Los platos descartables y la parte interna de cartón de la cinta *masking tape* serán forrados con tela para darles más durabilidad y resistencia.

### **Juego de memoria**

Los niños, a través de este juego, pondrán en actividad sus conocimientos, creatividad y habilidades. Se emplearán las cartas que se utilizan para jugar casino como un instrumento para desarrollar la memoria del público meta.

### **Materiales**

Cartas y pequeños dibujos de diferentes objetos reciclables.

### **Metodología**

- Cada niño hará un dibujo sobre cualquier objeto reciclable: orgánico e inorgánico.
- Luego, pintará su dibujo y procederá a recortarlo para, después, pegarlo en el interior de la carta.
- Para empezar el juego, primero se colocarán las cartas en cinco filas de 10, donde los participantes procederán a voltear una carta al azar y encontrarán un dibujo; luego, tendrán que adivinar-en el resto de las cartas-donde se encuentra la misma imagen.
- Igualmente, el resto de participantes aplicará el mismo procedimiento.

## CUADRO DE ACTIVIDADES DE CHARLAS Y TALLERES DE COMUNICACIÓN

Charlas	Conociendo y separando los residuos sólidos	Video y debate	Cineando ambiental	<b>Monitoreo y evaluación</b>
Talleres	Residuos clasificados serán mejor utilizados	Creando arte en tus residuos	Innovarte por medio del reciclaje	
<b>Enero</b>				
<b>Febrero</b>				
<b>Marzo</b>				
<b>Abril</b>				
<b>Mayo</b>				
<b>Junio</b>				
<b>Julio</b>				
<b>Agosto</b>				
<b>Septiembre</b>	<b>x</b>	<b>x</b>		<b>x</b>
<b>Octubre</b>			<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Noviembre</b>				
<b>Diciembre</b>				
<b>Notas</b>	Las charlas serán complementadas con su respectivo taller de comunicación			
	El primer sábado del mes de setiembre se trabajará con el primer grupo de los veinticinco integrantes. Y, con el segundo grupo, se trabajará el segundo sábado de dicho mes.	Con el primer grupo integrado por veinticinco participantes, estas actividades se desarrollarán el tercer sábado del mes de setiembre. Y, el cuarto sábado de dicho mes, se trabajará con los siguientes veinticinco integrantes.	En primer sábado del mes de octubre se desarrollarán estas actividades con el primer grupo de 25 participantes. Y, el segundo sábado del mismo mes, se trabajará con el segundo grupo de 25 participantes para completar el total de los cincuenta integrantes.	La ficha de monitoreo se aplicará al finalizar cada una de las actividades ya mencionadas.

### ***Ferias en la comunidad***

El profesor Pérez del Campo de la Universidad Complutense de Madrid (España), observa que las ferias son unas herramientas de comunicación que convocan a una cantidad de interesados en algún tema en específico para generar conocimientos e intercambiar ideas que potencien, en el público meta y el público secundario, el interés para adoptar acciones positivas de cambio. Estas ferias deben realizarse en espacios estratégicos de comunicación para garantizar el fácil acceso de los interesados (Baamonde, 2012). Las ferias se realizarán tomando en cuenta los días festivos celebrados a lo largo del año, y se considerarán las siguientes: Día de la Tierra (22 de abril), Día del Reciclaje (17 de mayo), Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio), Día Mundial de la Educación (24 de enero) y Día Internacional de la Limpieza y Gestión Integral de los Residuos Sólidos (21 de setiembre). Se realizarán dos ferias por año, pero se tomará en cuenta como prioridad a una celebración en específico: el Día Internacional de la Limpieza y Gestión Integral de los Residuos Sólidos (21 de setiembre), la que se realizará con otro día festivo como, por ejemplo, el Día Mundial de la Educación (24 de enero). O, de ser el caso, se podría trabajar en la feria, el Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio) con el Día Internacional de la Limpieza y Gestión Integral de los Residuos Sólidos. Y así sucesivamente.

Esto se realizará para captar el interés de los participantes y también el de otros niños que viven en la misma localidad; del mismo modo, se pretende llamar la atención de aquellos interesados que vivan en otras comunidades, pero, sobre todo, para afianzar la integración y el compromiso del público meta. Las ferias se realizarán con la finalidad de mostrar lo que se trabaje en las actividades y talleres.

- Fechas para la realización de la feria

Se realizarán dos ferias por año. El 22 de abril se realizará la primera feria por el Día de la Tierra y el 21 de setiembre se ejecutará la segunda feria por el Día Internacional de la Limpieza y Gestión de los Residuos Sólidos.

### ***Canales y/o medios a utilizar***

Las ferias se darán a conocer al público secundario por medio de *spots*, los que serán compartidos en Radio Exitosa y por Radio Programas del Perú (*RPP*), pero también por medio de un voceador móvil, el que recorrerá todo el pueblo joven para invitar a los pobladores interesados a asistir a dichas ferias. Las ferias, asimismo, se darán a conocer por medio de tres banderines grandes, elaborados con materiales reciclables, en los cuales se utilizarán telas de tres colores (verde, celeste y amarillo), los que servirán como base para colocar los mensajes; estos serán elaborados por los niños, bajo la guía de las responsables del proyecto. Las letras para los mensajes serán hechas con cartulina reciclada e imágenes con temática ambiental en referencia a los días festivos que se vayan a celebrar en las ferias. Los banderines se colocarán en zonas estratégicas: en la Av. Fernando Belaúnde, en la calle Piura y en la Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer con el propósito de invitar a participar a toda persona interesada en el tema.

### *Alianzas estratégicas*

- Municipalidad Provincial de Chiclayo

Se elaborará un oficio dirigido al área de Imagen Institucional, por medio del cual se solicitará el permiso respectivo para la realización de las ferias.

Además, se redactará otro oficio para solicitar el permiso para colocar los tres banderines.

- Con los pobladores del pueblo joven

Se conversará con tres pobladores que viven en las zonas estratégicas (uno por zona) para que otorguen un espacio disponible de la fachada de su hogar para colocar los banderines.

### *Etapas de la feria*

#### ***Preferia (organización y planificación)***

##### *Coordinación general*

Las responsables de la propuesta de la estrategia de comunicación serán las encargadas de la coordinación y organización de las ferias. Se conversará con la Sra. Rosa Cornejo, presidenta del pueblo joven Túpac Amaru y también con los padres de familia de los menores participantes para comunicarles de las actividades que se desarrollarán en las ferias programadas. Esto con el fin de que acompañen a sus hijos durante el desarrollo de dichas actividades. Así, también, se solicitará a la Municipalidad Provincial de Chiclayo su apoyo con algún personal de serenazgo para garantizar la seguridad de las ferias. Posteriormente, se coordinará con los productores de las emisoras *Exitosa* y *RPP* para establecer los costos, los horarios en los que se darán a conocer los *spots* y las fechas en las que se compartirá el anuncio. Las coordinadoras del proyecto elaborarán el protocolo de cómo se desarrollarán las actividades.

##### *Planificación*

La planificación ayudará a establecer -de manera ordenada- todo lo que se desea lograr en el evento.

#### **Logotipo de la feria**



Elaboración propia

### **Público objetivo**

1. Niños entre 10 y 11 años del pueblo joven Túpac Amaru.

### **Público secundario**

2. Niños del pueblo joven Túpac Amaru que no estén participando del proyecto.
3. Jóvenes del mismo lugar y de otras localidades.
4. Padres de familia de la misma zona.
5. Padres de familia de otros lugares interesados en el tema.
6. Adultos mayores.
7. Y cualquier persona interesada en el tema.

Considerando que la ejecución del proyecto se desarrollará a largo plazo, se cree conveniente que, para el desarrollo de las ferias, es necesario invitar a Instituciones Educativas que trabajan temas ambientales y también a ONG ambientalistas peruanas y extranjeras, a instituciones estatales como el Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Salud y a jóvenes emprendedores que hayan desarrollado proyectos sociales para el cuidado del medio ambiente, con la finalidad de que cooperen en el fortalecimiento de las capacidades de los participantes. Estas instituciones presentarán talleres vivenciales para que los beneficiarios-participantes conozcan y participen en ellos y aprendan de otras experiencias. Como, por ejemplo, para la ejecución de las dos primeras ferias se sugiere la participación de representantes de la ONG «Conservamos por naturaleza», «Prisma» de Perú, y «EcoCiencia» de Ecuador.

### **Lugar**

El lugar donde se desarrollarán las actividades será el parque principal del pueblo joven Túpac Amaru.

### ***Ejecución de la feria (desarrollo)***

La feria estará conformada por cinco *stands*. Contará con la presencia de una mascota, la que será utilizada en cada uno de estos eventos. Se ha elegido como mascota al Oso de anteojos, porque es propio de la región Lambayeque y, también, como una forma de revalorizar y recordar a esta especie que se encuentra en peligro de extinción. Asimismo, permitirá que el público meta y el público en general conozca sobre la especie, la cual habita en las Pampas de Chaparri, departamento de Lambayeque. Esta mascota llevará por nombre «Wasi» palabra quechua que significa «hogar».

### Mascota: «Wasi»



Elaboración propia

### Desarrollo de la feria

#### Primer *stand* de color celeste: «**La tiendita del reciclaje**»

En el *stand*, se mostrarán las manualidades hechas con distintos materiales reciclables por los en los diferentes talleres. Asimismo, se mostrarán los instrumentos musicales que fueron hechos por los menores participantes. Cabe resaltar que los niños explicarán cómo realizaron las distintas manualidades.

#### Segundo *stand* de color rojo: «**Microteatro del reciclaje–Teatrorecicla**»

Los niños que muestren habilidades para la actuación, serán convocados para actuar en el micro teatro del reciclaje; en la actuación se escenificará lo que se puede originar al botar residuos en las calles, es decir, las causas y consecuencias. El teatro tendrá como finalidad mostrar, de manera dinámica, las enseñanzas sobre cómo reciclar los residuos sólidos. Del mismo modo, con el material reciclado se decorará el escenario y se utilizará en la vestimenta de los actores.

#### Tercer *stand* de color verde: «**Aprendiendo a reciclar**»

Los niños mostrarán a los asistentes (padres de familia y público interesado en el tema) cómo se debe reciclar y separar los residuos sólidos. Esto lo hará utilizando los recipientes con los colores adecuados (verde, marrón, rojo y negro) para el reciclaje; luego, los asistentes podrán concursar colocando los residuos en los recipientes donde corresponde. Esto con la finalidad de que empiecen a adquirir conocimientos y mejoren sus hábitos de consumo e incorporen estas prácticas a su estilo de vida.

#### Cuarto *stand* de color amarillo: «**Juega reciclando**»

Se mostrarán los juegos (juego de anillos, juego de bolos y juego de memoria) en donde se elaboraron distintas manualidades con material reciclado. La finalidad es que los diferentes públicos asistentes interactúen entre ellos y conozcan todo lo que se puede elaborar con los diferentes materiales reciclados.

Quinto *stand* de color marrón: «**Vistiendo con reciclaje**»

Se exhibirán los distintos objetos reciclables que son utilizados para la confección de ciertos trajes; posteriormente, se hará un mural con fotografías en donde los niños mostrarán lo que se utiliza en la elaboración de cada producto reciclado. Y, para finalizar, este evento será clausurado por dos participantes (niño y niña) del público meta quienes agradecerán e indicarán lo aprendido en dicho evento.

***Postferia (evaluación y monitoreo)***

Posteriormente, una vez concluida la feria se realizará una evaluación de los resultados producto del desarrollo del evento. Esto llegará a conclusiones y recomendaciones a considerar para las próximas ferias; asimismo, las responsables de la actividad deberán clasificar los resultados, detallar las experiencias obtenidas y las reacciones positivas y negativas del público meta y del público en general, especialmente su participación. Se elaborará un documento con las observaciones correspondientes para posteriormente elaborar un plan de mejora para los próximos eventos; la información de este documento contendrá los siguientes apartados: objetivos planteados y resultados, estrategias, actividades, comisiones responsables, conclusiones y recomendaciones. Y, por último, se capturará en fotos y videos un registro del antes y durante del evento. Los medios por donde se compartirán el evento de las ferias serán por el canal de *Youtube* y *Facebook*.

### CUADRO DE ACTIVIDADES DE LA FERIA

Meses	Preferia (organización y planificación)	Comunicación de las actividades (promoción)	Ejecución de la feria (desarrollo)	Postferia (evaluación y monitoreo)
<b>Enero</b>			<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Febrero</b>				
<b>Marzo</b>				
<b>Abril</b>			<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Mayo</b>				
<b>Junio</b>				
<b>Julio</b>				
<b>Agosto</b>				
<b>Septiembre</b>				
<b>Octubre</b>				
<b>Noviembre</b>	<b>X</b>	<b>X</b>		
<b>Diciembre</b>	<b>X</b>	<b>X</b>		
<b>Notas</b>	Esta servvirá para coordinar las distintas alianzas estratégicas con los diversos actores tanto públicos como privados.	La promoción de la feria se hará con dos meses de anticipación. En el mismo mes en el que se desarrollará la actividad, el anuncio tendrá mayor incidencia.	Para la ejecución de esta feria, se considerarán los siguientes días festivos: el 24 de enero por ser el Día Mundial de la Educación y, también, se ha considerado el 22 de abril por celebrarse el Día Mundial de la Tierra. Las ferias se realizarán dos veces al año, pero si el día festivo cae un día laborable, la feria se realizará el sábado que corresponde a esa semana.	El desarrollo de las dos primeras ferias serán monitoreadas el mismo día de la actividad. Esto para acopiar de primera mano, todos los acontecimientos e incidentes y, así, no alterar los resultados.

## *Campañas*

Después de haber consultado a algunos autores, se puede decir que una campaña es un método de comunicación que es utilizado para llegar a grandes grupos de personas que manejan un tema en específico, considerándola -de esta manera- como una herramienta de comunicación que se comparte en diversos medios. Las campañas ayudarán a que los participantes entre en acción, compartan lo aprendido con sus padres y, también, para que toda la comunidad se entere, conozca y, a la vez, participe de lo que se motive de la campaña. Por eso, queda clara la importancia de tener en cuenta las campañas de comunicación social dentro de las actividades de la estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos del pueblo joven Túpac Amaru del distrito de Chiclayo.

Las fechas de realización de las campañas se llevarán a cabo dos meses después de haber realizado la primera feria. El público objetivo son niños entre 10 y 11 años de edad del pueblo joven Túpac Amaru; y el público secundario son los padres de familia de los niños del público meta del pueblo joven y todas las personas interesadas en el tema. El lugar seleccionado, en el que se llevará a cabo esta actividad, es el parque principal y la plataforma deportiva del lugar en mención. Asimismo, los afiches se colocarán en los lugares ya mencionados. Y, por último, las campañas se darán a conocer a toda la comunidad mediante *spot* radial.

### **Descripción de la primera campaña**

*«Tus residuos separados serán mejor utilizados»*

- Para la realización de esta actividad, se contará con la presencia de la mascota del proyecto.
- En esta campaña, se trabajará con los niños participantes y con sus respectivos padres de familia.
- La campaña se llevará a cabo en la plataforma deportiva del pueblo joven Túpac Amaru en donde se colocarán estratégicamente los mensajes de «¿Sabías qué ...?»
- Los mensajes «¿Sabías qué ...?» contendrán información sobre los problemas que causan los residuos al ser arrojados a cielo abierto, el tiempo de degradación de cada material inorgánico y los beneficios de reciclar.
- A los niños participantes se les informará, en el último taller denominado «Innovarte por medio del reciclaje», los residuos reciclados que deben llevar para esta primera campaña: papel, vidrio, plástico, cartón y latas. Cada uno de estos residuos serán pesados y la familia que haya llevado mayor cantidad recibirá un producto elaborado de materiales reciclados. Por ejemplo, una manta polar (en cuya elaboración se utiliza botellas *PET*).
- Todo el material recaudado será entregado a un representante de alguna empresa recicladora que estará presente en la campaña. Todo ello, se realizará con la finalidad de que las familias de los niños participantes entreguen sus residuos sin necesidad de hacerlo por interés económico, sino porque están comprometidos en participar y colaborar con el cuidado del medio ambiente.
- Se utilizará una mesa, una balanza para pesar los residuos y cinco cajas grandes de cartón, estas estarán pintadas de color verde e indicarán el material que debe ser depositado en ellas. Para esto, las cajas tendrán las siguientes medidas: 1.70 cm de largo y 30 cm de ancho.
- Asimismo, se elaborará un *spot* radial para dar a conocer a la población sobre dicha actividad. Para la grabación de este *spot* se contará con la participación dos niños participantes

- Para la elaboración de los afiches, se utilizarán materiales reciclados.

**Alianzas estratégicas.** Se invitará a participar de esta campaña a una empresa acopiadora de residuos inorgánicos y a una empresa que elabore productos con el reciclaje. Se solicitará el apoyo de la Municipalidad Provincial de Chiclayo para que entreguen las constancias.

**Medios.** La campaña podrá, además, seguirse en vivo en la red social *Facebook*.

### Afiche de la primera campaña



**CAMPAÑA**

**TUS RESIDUOS SEPARADOS SERÁN MEJOR UTILIZADOS**

**¡Tus acciones reparan el medio ambiente!**

**RECUERDA:**


- Deberás llevar tus envases de plástico, vidrio, cartón, latas y papel.
- Entregar los residuos limpios sin ningún resto de líquido, empaque o alimentos.
- Enjuagar los residuos y también aplastar las botellas de plástico y envases de *tetrapack*.

**DÍA: domingo. HORA: 10:00 a.m. LUGAR: plataforma deportiva del pueblo joven Túpac Amaru.**


fuentes de imagen: Allbiz y Ecoembas

Elaboración propia

## Mensajes ¿Sabías que?



¿Qué puede ocasionar el plástico?




Fuente de imágenes: Medio ambiente en acción y Montsalaz  
Fuente de texto: Encuentros

**RECICLA  
TU PLÁSTICO**


**¿SABÍAS QUÉ...?**

- Las botellas de plástico demoran **500 años** en degradarse.
- Las botellas de plástico se reciclan para elaborar materiales útiles como: zapatillas, mantas polares, mochilas, ropa, accesorios, etc.
- En Perú todos los días se deshechan **85 toneladas** de botellas plásticas y gran parte de ellas son abandonadas.


### Elaboración propia



¿Qué pasa si no se recicla el papel?



Pérdida de árboles



Mayor CO2 en el ambiente

Fuente de imágenes: Pinterest y Educaplay  
Fuente de texto: Papeirito

**TU PAPEL ES IMPORTANTE...  
¡RECÍCLALO!**

**¿SABÍAS QUÉ...?**

- Al reciclar papel se ahorra un **80% de agua**.
- Se reduce el **74% de las emisiones de gases** y el **35 % de las emisiones** que contaminan el agua.
- Al reciclar, se evita la tala de **12 árboles**. Por ello, si una persona recicla todo el papel que produce durante un año, se evita la tala de un árbol.
- Se ahorra **4.000 Kilovatios (KWh)** de energía.

### Elaboración propia



¿Qué puede ocasionar las pilas?



Fuente de imágenes: Tecnogy y Pinterest  
Fuente de texto: Fundaciónque

**¡SEPARA Y RECOPILA TUS PILAS!**

**¿SABÍAS QUÉ...?**

- Las pilas son altamente contaminantes y peligrosas para el medio ambiente y la salud.
- Comienzan a degradarse en distintos componentes luego de **50 años** al aire libre.
- Tardan aproximadamente: **1000 años** para desintegrarse en el medio ambiente.
- Una pila de reloj (mercurio) contamina **600 mil litros de agua**, cantidad que consume una familia en año y medio.

### Elaboración propia

### BENEFICIOS DE RECICLAR VIDRIO



- El vidrio es reciclable al **100%**, por ello, no pierde sus propiedades físicas.
- Reciclar una tonelada de vidrio, se ahorra **130 kilos** de combustible y **1200 kilos** de materia prima.

Fuente de imagen: Dreamstime  
Fuente de texto: Econoticias

Elaboración propia

### BENEFICIOS DE RECICLAR EL CARTÓN



#### ¿SABÍAS QUÉ...?

- Reciclar cartón es importante porque se ahorra **140 litros de petróleo**.
- Reciclar el cartón ayuda ahorrar: **5000 litros de agua**, y **900 kilos de dióxido de carbono**.

Fuente de imágenes: Revista Tinglar y 123RF  
Fuente de texto: Trupal

Elaboración propia

## Descripción de la segunda campaña

### ¡Si a tu comunidad quieres ayudar tus residuos debes separar!

- Esta campaña también contará con la presencia de la mascota del proyecto.
- En la campaña, se trabajará con los niños y con los padres de familia del público meta para limpiar las zonas críticas del pueblo joven Túpac Amaru como el parque principal, las principales calles y las cuadras donde viven los niños participantes.
- A la vez, cinco de los niños participantes del público meta, en compañía de la mascota del proyecto, comunicarán lo que aprendieron en las charlas y talleres mediante mensajes específicos por medio de un megáfono.
- Asimismo, interactuarán con las personas que transiten por el lugar donde se realizará la campaña preguntándoles lo siguiente: ¿Cómo contribuyes a cuidar el medio ambiente?, ¿qué acciones realizas para mantener limpia la zona dónde vives?, etc.
- La campaña de limpieza estará acompañada de un fondo musical instrumentalizado.
- Lo recolectado en la limpieza se colocará en las cajas adecuadas, según corresponda. Y los materiales que sean reciclables serán llevados a una empresa de acopio. Se utilizará un *spot* radial, el que será grabado con las voces de dos niños participantes del público meta, para dar a conocer esta campaña al público en general.
- Para la elaboración del afiche, se utilizará material reciclado.

## Incentivo

Se premiará el esfuerzo de las familias de los niños participantes entregándoles dos plantas para su respectivo cuidado.

## Medios

La campaña se compartirá por *Facebook* a través de una transmisión en vivo.

## Afiche de la segunda campaña

Algunos residuos separa y recicla

**CAMPAÑA**

**¡SI A TU COMUNIDAD QUIERES APOYAR  
TUS RESIDUOS DEBES SEPARAR!**

Participa de la campaña

- .Calles limpias.
- Parques limpios.
- Incentivo al mejor colaborador.

**¡Te esperamos en la plataforma deportiva del  
pueblo joven Túpac Amaru!**

Fuente de imagen: Freepik

DIA: sábado. HORA: 10: 00 a.m.

Elaboración propia

### CUADRO DE ACTIVIDADES DE LAS CAMPAÑAS

Meses	Alianzas estrategicas	Promoción de las actividades	1era campaña	2da campaña
<b>Enero</b>				
<b>Febrero</b>				
<b>Marzo</b>				
<b>Abril</b>				
<b>Mayo</b>	x			
<b>Junio</b>		x		
<b>Julio</b>			x	x
<b>Agosto</b>				
<b>Septiembre</b>				
<b>Octubre</b>				
<b>Noviembre</b>				
<b>Diciembre</b>				
<b>Notas</b>	En el mes de mayo, se emplearán los días que sean necesarios para coordinar con las respectivas emisoras el contrato para la publicidad de los <i>spots</i> .	Los dos <i>spots</i> de estas campañas se darán a conocer durante un mes de forma frecuente, se promocionarán tres veces al día (mañana, tarde, noche) y durante cuatro días a la semana cada uno. Se promoverán en el mes de junio, porque las campañas se llevarán a cabo en el mes de julio.	La primera campaña se realizará el primer sábado de julio y la segunda campaña, el tercer domingo del mismo mes.	

### ***Sistema de monitoreo***

Esta fase de monitoreo es de vital importancia, porque permite evaluar el desarrollo y cumplimiento de los objetivos. Por medio del monitoreo, se evaluará, se hará seguimiento a las distintas actividades, herramientas, medios y mensajes para conocer si lo que se desarrolló resulta efectivo o no. Para ello, se aplicará una ficha de evaluación mensual con el propósito de medir si los resultados se están logrando de acuerdo a lo esperado. Esta labor está bajo la responsabilidad de las encargadas del proyecto de investigación. Así, se han diseñado dos fichas como instrumentos de monitoreo. La primera será utilizada para evaluar las charlas y los talleres con la finalidad de obtener resultados que permitan medir los conocimientos y grado de participación que adquiera el público meta. La segunda ficha corresponde a las ferias y campañas. Para esto, se han definido los siguientes indicadores: objetivos planteados, actividades desarrolladas, presupuesto utilizado, objetivos alcanzados, información adicional.

#### ***Ficha de monitoreo de charlas y talleres***

En la ficha de monitoreo de las actividades de las charlas y los talleres se emplearán indicadores como «participación», «diálogo», «debate», «compromiso», «logística», «observaciones», «información relevante» y «presupuesto», los que servirán para evaluar y medir el cumplimiento de los objetivos planteados en dichas actividades de la estrategia. Este instrumento contará con un puntaje de valoración del uno (1) al tres (3), en donde uno (1) equivale al menor puntaje e indica que no se está cumpliendo con el objetivo esperado y tres (3) es el máximo puntaje y refiere que sí está alcanzando el objetivo trazado.

#### ***Ficha de monitoreo de ferias y campañas***

En la ficha de monitoreo de las actividades de las ferias y las campañas también se emplearán indicadores como «participación», «diálogo», «debate», «compromiso», «logística», «observaciones», «información relevante» y «presupuesto», los que permitirán evaluar y medir la ejecución de los objetivos planteados en cada una de ellas. Esta ficha contará con un puntaje de valoración del uno (1) al tres (3), en donde uno (1) equivale al menor puntaje e indica que no se está cumpliendo con el objetivo esperado y tres (3) es el máximo puntaje y refiere que sí está alcanzando el objetivo trazado.





## **Presupuesto**

La propuesta de una Estrategia de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Túpac Amaru-Chiclayo debe estar acorde con cada requerimiento que exija la estrategia para que se lleve a cabo de manera viable y consistente. Para esto, la entidad o institución que decida llevar a cabo este proyecto debe priorizar el presupuesto consignado para su correcta y progresiva realización. Se ha detallado un presupuesto anual aproximado, que deberá tenerse en cuenta para la realización de la estrategia. Para más detalle, ver el presupuesto.

### CUADRO DEL PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA

COD.	ítem	Tiempo	Cantidad	Precio unitario	Precio total en soles	Total ítem en soles
<b>RECURSO HUMANO</b>						
	Especialista en fotografía y audiovisuales	6 meses	1	S/ 200.00	S/ 1,200.00	
	Animador (vestirá de mascota)	2 meses	1	S/ 200.00	S/ 400.00	
					TOTAL MENSUAL	S/ 400.00
					TOTAL ANUAL	S/ 1,600.00
<b>ACTIVIDADES Y PROYECTOS</b>						
	<b>DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total en soles</b>	<b>Total ítem en Soles</b>
	Cintas de colores	Dos veces al año	100	S/ 0.30	S/ 30.00	
	Pelota de lana	Dos veces al año	2	S/ 5.00	S/ 10.00	
	Papelotes reciclados	Dos veces al año	100	S/ 0.40	S/ 40.00	
	Caja de colores	Dos veces al año	2	S/ 24.00	S/ 48.00	
	Estuche de plumones	Dos veces al año	2	S/ 24.00	S/ 48.00	
	Limpiatipo	Dos veces al año	3	S/ 4.00	S/ 12.00	
					TOTAL MENSUAL	S/ 57.70
					TOTAL ANUAL	S/ 188.00
<b>PLANIFICACIÓN</b>						
	<b>Capacitación comunicacional</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total en soles</b>	<b>Total ítem en soles</b>
	Cajas	Única vez	14	S/ 0.50	S/ 7.00	
	Limpiatipo	Única vez	3	S/ 4.00	S/ 12.00	
	Afiches con mensaje	Una sola vez al año	29	S/ 6.00	S/ 174.00	
	Hojas <i>bond</i>	Cuatro veces al año	400	S/ 0.10	S/ 40.00	
	Tijeras	Una vez al año	100	S/ 2.00	S/ 200.00	
	Goma	Una vez al año	8	S/ 9.00	S/ 72.00	
	Lápices	Cuatro veces al año	100	S/ 1.00	S/ 100.00	
					TOTAL MENSUAL	S/ 22.60
					TOTAL ANUAL	S/ 605.00

	<b>Ferías</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total en soles</b>	<b>Total item en soles</b>
	<i>Spots</i>	Dos veces al año	4	S/ 700.00	S/ 500.00	
	Voceador móvil	Seis veces al año	1	S/ 1.50	S/ 900.00	
	<i>Stands</i>	Dos veces al año	5	S/ 200.00	S/ 2,000.00	
	Sonido	Dos veces al año	1	S/ 300.00	S/ 600.00	
					TOTAL MENSUAL	S/ 1,201.50
					TOTAL ANUAL	S/ 4,000.00

	<b>Campañás</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total en soles</b>	<b>Total item en soles</b>
	<i>Spots</i>	Dos veces al año	4	S/ 713.66	S/ 2,854.64	
	Afiches	Dos veces al año	2	S/ 0.40	S/ 80.00	
	Sonido	Dos veces al año	1	S/ 300.00	S/ 600.00	
	Traje de mascota	Dos veces al año	1	S/ 100.00	S/ 200.00	
	<i>Banners</i>	Dos veces al año	2	S/ 50.00	S/ 100.00	
	Cajas	Dos veces al año	5	S/ 10.00	S/ 50.00	
	Balanza	Dos veces al año	1	S/ 70.00	S/ 140.00	
					TOTAL MENSUAL	S/ 1,244.06
					TOTAL ANUAL	S/ 4,024.64
						<b>S/ 10,417.64</b>

## Anexo 2

## Selección de los participantes

ESPECIALISTAS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL				
	NOMBRES y APELLIDOS	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO O RED SOCIAL	NÚMERO DE CONTACTO
1	Hugo Aguirre Castañeda	Jefe de Departamento de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú	<a href="mailto:haguirre@pucp.edu.pe">haguirre@pucp.edu.pe</a>	
2	Adolfo Chávez	Docente y especialista en Comunicación para el Desarrollo y Responsabilidad Social	<a href="mailto:angelavalotr@gmail.com">angelavalotr@gmail.com</a>	976278795
3	Alfonso Gumucio Dagrón	Especialista en Comunicación para el Cambio Social y Participación Comunitaria. Referente internacional en la materia	<a href="mailto:mvega@eltiempo.es">mvega@eltiempo.es</a>	969621971
4	Angela Valverde Órtiz	Comunicadora Social del Fondo de Población de las Naciones Unidas (Unfpa)	<a href="mailto:adolfofyanace@gmail.com">adolfofyanace@gmail.com</a>	965041424
5	Margarita Rosa Vega Arámbulu	Directora del suplemento Semana del diario <i>El tiempo</i> de Piura	<a href="mailto:Gumucio.alfonso@gmail.com">Gumucio.alfonso@gmail.com</a>	

<b>NIÑOS DEL PUEBLO JOVEN TÚPAC AMARU DEL DISTRITO DE CHICLAYO, LAMBAYEQUE (PERÚ)</b>				
	<b>SIGLA</b>	<b>OCUPACIÓN</b>	<b>EDAD</b>	<b>NÚMERO DE CONTACTO DEL APODERADO (A)</b>
<b>1</b>	VMR	Estudiante	10 años	941993395
<b>2</b>	ZVP	Estudiante	11 años	925220982
<b>3</b>	JPMM	Estudiante	11 años	941149127
<b>4</b>	GFPS	Estudiante	11 años	945963389
<b>5</b>	YAC	Estudiante	10 años	996346218
<b>6</b>	ASA	Estudiante	10 años	948207156
<b>7</b>	WFO	Estudiante	11 años	916073039

\*Por ser menores de edad, se ha creído conveniente usar la sigla correspondiente a las iniciales de sus nombres y apellidos.

<b>NIÑOS DEL PUEBLO JOVEN TÚPAC AMARU DEL DISTRITO DE CHICLAYO, LAMBAYEQUE (PERÚ)</b>				
	<b>SIGLA</b>	<b>OCUPACIÓN</b>	<b>EDAD</b>	<b>NÚMERO DE CONTACTO DEL APODERADO (A)</b>
<b>8</b>	TMR	Estudiante	10 años	974433825
<b>9</b>	CEC	Estudiante	11 años	980498278
<b>10</b>	NMR	Estudiante	10 años	982572310
<b>11</b>	GUB	Estudiante	10 años	974136843
<b>12</b>	JVP	Estudiante	10 años	925220982

\*Por ser menores de edad, se ha creído conveniente usar la sigla correspondiente a las iniciales de sus nombres y apellidos.