



FACULTAD DE HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL FOTOGRAFICA
DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL EN LAS
INMEDIACIONES DE LA AV. CHINCHAYSUYO Y CL.
LOS AMARANTOS,
2016 – 2017**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Autor:

Bach. Davila Patnoll Hillary Brigitte

Asesor:

Dra. Vidaurre Nieto Cecilia Lourdes

Línea de investigación:

**Producción audiovisual, videografía y otras tecnologías
comunicacionales.**

**Pimentel – Perú
2018**

**PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL FOTOGRÁFICA DE
SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL EN LAS INMEDIACIONES DE LA
AV. CHINCHAYSUYO Y CL. LOS AMARANTOS, 2016 – 2017**

Aprobación de tesis

Bach. Davila Patnoll Hillary Brigitte
Autora de la tesis

Dra. Paredes Delgado Sharon Soledad
Presidente del jurado de tesis

Mg. Cabrejos Pita Zoila Nelly
Secretario del jurado de tesis

Dra. Vidaurre Nieto Cecilia Lourdes
Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios. A mi madre por su compañía, por creer en mí y en todo lo que puedo lograr.

La autora

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al docente Erick Aquino Montoro, porque a través de su excelente enseñanza pude descubrir mi verdadera vocación profesional y pude encaminarme por el gusto de la fotografía.

A los asesores especialistas en el tema investigado, por los conocimientos que me brindaron, por el seguimiento y por la paciencia hasta la culminación de dicha tesis.

La autora

RESUMEN

La investigación basada en la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017.; nace con el fin de protestar y generar un cambio social respecto a la problemática de la contaminación ambiental. El objetivo principal fue diseñar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojamiento de residuos urbanos en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos. Para la fundamentación de la situación problemática se utilizaron instrumentos: tres guías de entrevistas; dirigida a los líderes de juntas vecinales, a ocho pobladores y a tres especialistas en el área de fotografía, realizados en el año 2017. Los resultados finales concluyen que la participación ciudadana frente al problema de contaminación ambiental es escasa, como la falta de compromiso sobre el reciclaje y el manejo de residuos urbanos. La campaña social fotográfica es un recurso necesario para sensibilizar a la población sobre la contaminación de residuos urbanos, fomentando el cuidado del medio ambiente y dando a conocer las repercusiones que este problema puede causar sino se actúa de inmediato.

Palabras claves: campaña social fotográfica, sensibilización ambiental, pobladores.

ABSTRACT

The research based on the proposal of social photographic campaign of environmental awareness in the vicinity of Av. Chinchaysuyo and Cl. Los Amarantos, 2016 - 2017; is born with the purpose of protesting and generating a social change regarding the problem of environmental pollution. The main objective was to design the social photographic campaign proposal for environmental awareness on the urban waste stream in the vicinity of Av. Chinchaysuyo and Cl. Los Amarantos. For the foundation of the problematic situation, instruments were used: three interview guides; directed to the leaders of neighborhood councils, to eight residents and to three specialists in the area of photography, carried out in the year 2017. The final results conclude that citizen participation in the face of the problem of environmental pollution is scarce, such as the lack of commitment to recycling and the management of urban waste. The social photographic campaign is a necessary resource to sensitize the population about the pollution of urban waste, promoting the care of the environment and making known the repercussions that this problem can cause if we do not act immediately.

Keywords: photographic social campaign, environmental awareness, residents

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	8
	1.1. Introducción	8
	1.2. Realidad Problemática	9
	1.3. Antecedentes de Estudio.....	11
	1.4. Teorías relacionadas al tema	20
	1.5. Formulación del problema	53
	1.6. Justificación e importancia del estudio	53
	1.7. Objetivos	53
II.	MATERIAL Y MÉTODOS	55
	2.1. Tipo y diseño de investigación.....	55
	2.2. Participantes	57
	2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	58
	2.4. Criterios éticos.....	63
	2.5. Criterios de rigor científico.....	63
III.	RESULTADOS	64
	3.1.Resultados en figuras	64
	3.2.Discusión de resultados.....	82
	3.3.Aporte práctico.....	86
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
	REFERENCIAS.....	106
	ANEXOS.....	116

I. INTRODUCCIÓN

La presente campaña social fotográfica de sensibilización ambiental tiene como principal objetivo utilizar la fotografía para sensibilizar sobre la contaminación de residuos urbanos en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos. Un problema social que no sólo sucede en el área de estudio, sino en todos los lugares de la ciudad de Chiclayo e incluso en el mundo entero. En la muestra de fotografía documental del paseo Yortuque, ubicado en las inmediaciones, se refleja los daños que las personas ocasionan en el medio ambiente, su falta de educación ambiental, poco conocimiento sobre el reciclaje y el mal manejo de residuos urbanos.

Para lograr realizar la campaña se entrevistó a presidentes de juntas vecinales y pobladores para describir la situación ambiental de las inmediaciones, para saber sus perfiles, sus intereses y aspiraciones respecto a la contaminación de residuos urbanos y al cuidado del medio ambiente.

El objetivo principal de la campaña es que sea de interés social para los pobladores y a través de la fotografía se sensibilicen al observar cómo está contaminado por residuos urbanos el Paseo Yortuque día tras día por sus malas conductas. Asimismo, para que alcen la voz por hacer cumplir las leyes ambientalistas, para que realicen actividades sobre el cuidado del medio ambiente empezando por sus hogares y cuidando el atractivo turístico de sus inmediaciones.

Cada fotografía da a conocer las consecuencias que puede causar este problema social que crece en mayor magnitud. Si esta propuesta es aplicada por municipalidades u organizaciones para las inmediaciones, para otras ciudades o en distritos de Chiclayo, las personas realizarán acciones, se generaría protestas y ya no será un problema social ignorado o comentado, sino un problema que debemos enfrentar todos los ciudadanos si decidimos autoreflexionar y autorregularnos sobre las malas conductas que hacen daño a nuestra hábitat.

1.2 Realidad problemática

Desde que el ser humano dejó de ser errante y adquirió la capacidad de vivir en grupos de personas para formar tribus, aldeas, pueblos y ciudades; la relación del ser humano y su entorno (medio ambiente) presentó inconvenientes para mantener un desarrollo sostenible.

La carencia de educación para vivir en un espacio limpio y la influencia del entorno social pasivo contribuye a que el ciudadano adopte actitudes negativas en su medio ambiente, y estas se ven reflejadas en su conducta.

Hemos podido observar a nivel mundial grandes esfuerzos de organizaciones (ONG's), compañías, organizaciones gubernamentales y grupos de estudiantes realizar programas de concientización social, sin embargo, aún no se ha reflejado el cambio de actitud de las personas ante este problema.

En Latinoamérica, en Managua capital de Nicaragua, diversos sociólogos, municipalidades y el director de Iniciativas Políticas Ambientales, Ortega Hegg; coinciden que la higiene se debe incluir en la educación formal e informal. Consecuentemente, esta comunidad llevó a cabo campañas de limpieza de ciudades, no obstante, la basura siguió perenne en las calles. Concluyendo, que los esfuerzos de autoridades no son esfuerzos sostenidos, ya que no realizan un seguimiento a campañas.

El Perú creó una normativa nacional tardía en material ambiental en la década de los 90. La falta de rellenos sanitarios de seguridad en nuestro país ha desarrollado innumerables situaciones de contaminación ambiental, las personas colocan los residuos en lugares inadecuados. Según OEFA (2014) existen solo nueve rellenos sanitarios en Cajamarca; Carhuaz (Ancash); Huaycoloro, Modelo del callao, Zapallal, Portillo Grande, situados en Lima; Tarma y Santa Cruz en Junín; y en Mayna (Loreto); dos rellenos de seguridad Befesa (Lima) y Chíncha (Ica), siendo insuficientes para la cantidad de basura que genera el país.

En Chiclayo, la infraestructura no fue diseñada con la idea de que cada vivienda tenga un porta - cesto para colocar la basura. En consecuencia, las personas aún alojan sus

bolsas de desperdicios en las esquinas de la vía pública - antes o después que el camión de la basura recorra por sus viviendas -, de manera que, los transeúntes aprovechan esto para arrojar desechos en el mismo lugar y los recicladores informales desplazan lo bueno, generando más contaminación.

En el año 2014 se logró desarrollar un proyecto de Segregación en la Fuentes y recolección adecuada de residuos sólidos, sin embargo, fue cancelado por actos corruptos del alcalde de Chiclayo, Beto Torres y parte de sus funcionarios. Burga (2015)

Según INEI 2015, en el distrito de la Victoria la población es de 90,546 habitantes. El área de estudio donde se llevará la investigación, se ubica en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, alrededores del paseo Yortuque.

Su realidad problemática parte de la siguiente observación:

Las personas desechan basura fuera de sus casas, contaminando el paseo Yortuque, debido a que el aire arrastra los desechos de papel, bolsas, plástico, etc.

No cuenta con limpieza pública. Hasta el día de hoy el canal del paseo Yortuque sufre daños de contaminación, que genera un mal olor en la zona.

Hace falta papeleras urbanas, letreros o afiches visuales acerca del cuidado del medio ambiente o del horario del camión recolector.

La municipalidad del distrito de la Victoria no realiza programas ambientales, en cambio, la municipalidad de Chiclayo de la mano con el proyecto de Chiclayo Limpio llevan a cabo programas y proyectos ambientales para mejorar el manejo de residuos sólidos.

El motor para el cambio de nuestra realidad problemática en la presente investigación, es proponer una campaña social, utilizando la fotografía como medio de comunicación visual, porque en nuestro país como en nuestra ciudad no existe una voz de protesta por parte del gobierno, municipalidades y ciudadanos para cuidar el medio ambiente, así como también otros tipos de problemas sociales.

La fotografía ha demostrado un llamado de atención para un cambio social hacia situaciones preocupantes en el mundo como: desempleo, contaminación, desigualdad,

etc.; por ejemplo, campañas a nivel mundial como: La campaña para reforzar la Ley anti-tabaco en Chile; campaña contra la anorexia iniciada por Star Models en Brasil, creada por la agencia Revolución Brasil; campaña del Centro de Referencia para niños y adolescentes, Annie, contra la pedofilia, EuroRSCG Brasil: “Apaga la luces y ayuda a Annie a superar su miedo a la oscuridad. Pedofilia, Puedes no verla pero está sucediendo. El 70% de los casos sucede en sus propias casas”; campaña por la igualdad de género para Vahume, en el día de la mujer, realizado por la agencia Comunción del Rosario, Argentina. “¿Qué piensas? ¿Trabajaría ella en tu compañía por un salario menor, sólo porque es mujer? Por último ejemplo, la campaña por una conducción responsable, iniciada por VTR Comunicaciones con motivo del lanzamiento de su telefonía móvil. Porta, Chile. “No hay nada más importante que llegar”

La finalidad de este estudio es generar una propuesta de campaña social utilizando la fotografía, con el objetivo de que las municipalidades u ONG nacionales, distritales e internacionales interesados en esta investigación, lleven a cabo realizar este proyecto para emprender y generar un impacto en la sociedad. De esta manera se logrará que vean su realidad y su reflejo, hasta que limite pueden destruir la ciudad por el arrojo incorrecto de residuos urbanos o domiciliarios, su mala educación, su despreocupación e irresponsabilidad por el medio ambiente.

1.3 Antecedentes de estudio

Sierra Lemus (2016) desarrolló una campaña audiovisual para concientizar a pilotos y peatones sobre la importancia de respetar las señales de tránsito en el municipio de Cobán, A.V., ubicado en Alta Verapaz en Guatemala. Sus objetivos específicos fueron: Establecer el nivel de conocimiento de los ciudadanos sobre las señales de tránsito y respeto del peatón; definir los elementos de contenido necesarios en relación al conocimiento de señales de tránsito y educación vial e identificar los elementos sonoros y audiovisuales adecuados para la realización de los spot audiovisuales. Usó un método cuantitativo - descriptivo, con la técnica de encuestas desarrolló un instrumento de 12 preguntas a transportistas profesionales o pilotos, piloto particular y transeúntes. Entrevistó a expertos y profesionales realizando otro instrumento de 10 preguntas, para obtener información sobre las acciones de la Policía Municipal de

Tránsito dentro del municipio de Cobán y desarrolló una ficha técnica de formato televisivo. Se determinó las siguientes conclusiones: 1) El municipio de Cobán debe desarrollar un proceso de sensibilización a la población en el tema vial para lograr una mejor convivencia de los vecinos. Por lo tanto, se pensó en la realización de la campaña de sensibilización sobre las señales de tránsito y el uso dentro del área del municipio, con el fin de que los ciudadanos conozcan el reglamento vigente de tránsito y señalización; 2) los pilotos poseen una mala actitud hacia los transeúntes por diversos factores, incluyendo poca cultura vial y la falta de atención de las señales de tránsito, lo cual lleva a irrespetar; 3) la campaña de comunicación es el recurso necesario para despertar a la población, logrando que sea más responsable en el tema de educación vial en Cobán. Alta Verapaz, es la televisión por las ventajas audiovisuales que el medio suele tener. Asimismo esta campaña reforzó las señales de tránsito, su funcionamiento, su significado y el buen uso correcto. Elaborando siete spots publicitarios que se enfocan en la temática de la señalización vial que se encuentran en el área urbana de Cobán, las cuales fueron: señales generales, señales preventivas, señales restrictivas, señales informativas, señales verticales, señales horizontales y señales de alto.

Plua Villacreces (2013) creó una campaña de responsabilidad social para conocer la importancia del reciclaje de la Isla Trinitaria Cooperativa Polo Sur en Guayaquil – Ecuador, cuyo objetivo se basó en cambiar la conciencia de los habitantes estableciendo jornadas de limpieza en el sector, creando un lema “Ya es hora de reciclar”; ayudando a mejorar las situaciones de salud de los ciudadanos y concientizando sobre la importancia del reciclaje. Usó un método cuantitativo, con la técnica de encuestas y sondeos para estudiar el grado de interés de la población de las Islas Trinitaria por mantener limpio el sector libre de contaminación. La selección del sector poblado fue de 88.695 habitantes en la Isla Trinitaria y 2.786 habitantes en la Cooperativa Polo Sur, en la que se obtuvo como muestra 349 personas. Como conclusión final se obtuvo: 1) Desconocimiento sobre el tema de reciclaje y su importancia; 2) escaso compromiso de las personas con el medio ambiente; 3) analizar los consumos excesivos de las personas logrando evitar comprar empaques o productos que son basura excesivamente y preferir optar comprar productos hechos de

materiales que se puedan reciclar; 4) las personas estuvieron de acuerdo que los niños deben aprender a reciclar, dándole importancia al planeta y al lugar donde viven; 5) la campaña tiene como objetivo dar a conocer la importancia de reciclar y trabajar en conjunto con la comunidad, generar conciencia con los moradores del sector al recoger desechos de la calle, colocar las botellas del suelo en un contenedor; 5) comprometer e informar al barrio acerca de las consecuencias que generaría no recoger los desperdicios de las calles, incentivar a todos y autoevaluarse.

Aragón, Jiménez & González (2013) estudiaron la fotografía como formato de educación ambiental, cuyo objetivo general consistió en que los niños y niñas conozcan e interpreten la realidad, otorgándole significado, formulando ideas, estableciendo relaciones de causa y efecto, las cuales se establecen en: a) si cortas los árboles, los animales perderán su hogar; b) de la madera de los árboles se hacen los muebles que están en casa; c) de la madera de los árboles se hace el papel; d) si utilizas mucho papel desaparecerán los árboles. Los objetivos de la propuesta didáctica consisten en aplicar la fotografía como herramienta para propiciar el estudio y comprenda actitudes, habilidades y conceptos medioambientales. Desarrollando estrategias cuyos objetivos específicos fueron: Comenzar a valorar la importancia de los bosques para la vida; nombrar y describir el lugar concreto escogido; identificar los elementos significativos de la fotografía; reconocer seres vivos presentes en el bosque que sean importantes; reconocer los seres vivos de un hábitat determinado (bosque); reflexionar sobre las acciones del ser humano que pueden ser dañinas para el medio natural; identificar algunas consecuencias de nuestras acciones; analizar los diferentes usos que se puede aplicar a los recursos naturales y reflexionar algunas de las consecuencias ambientales de las acciones del hombre sobre el medio. Su metodología se basa en el uso de fotografías en el proceso de enseñanza - aprendizaje. El docente debe reflexionar sobre los objetivos didácticos que pretende conseguir a través de las imágenes, ya que la propuesta estaría destinada para alumnos de la etapa infantil, partiendo de fotografías que representen entornos cercanos o conocidos de los niños y niñas donde aplicarían medidas apuntadas como necesarias. La colaboración e implicación de las familias, es importante para el logro de los objetivos de la investigación. La continuidad de las actuaciones fuera del ámbito escolar, ayudaría a

darle significatividad y funcionalidad a las decisiones tomadas. En consecuencia, mantendrían la motivación de los alumnos, en el sentido de conectar con sus vidas, sus aficiones y sus intereses. Concluyendo: 1) En la toma de fotografías, los niños deben ser los protagonistas poniendo en práctica y exponiendo al público de su escuela sus decisiones en anuncios, páginas webs o blogs; 2) la escuela debe estar implicada en la formación ambiental de los niños; 3) los niños desconocen el origen, la fabricación de los productos y las materias primas, debido a que sus capacidades de estructuración espacio – temporales, están todavía en proceso de construcción; 4) las escuelas deben trabajar valores de consumo responsable, que poco a poco sean conscientes de la relación de ese consumo con el respeto hacia el medioambiente.

Valdivia Pizarro (2012) estudió la metodología de la fotografía participativa para fomentar identidad local y evitar conductas que generen riesgos en la experiencia del proyecto Nuestra Mirada en el Callao – 2009, cuyo objetivo abarcó en qué medida los procesos de comunicación establecidos en el taller de fotografía facilitaron el pensamiento de los jóvenes sobre la relación con su ambiente, advirtiendo conductas de riesgo y fomentando identidad local. Su hipótesis consistió, que a través de la fotografía se lograba un cambio positivo entre los participantes y su entorno. Asimismo, los participantes tomarían conciencia sobre la problemática y el potencial de su localidad. De esta manera, se genera un insight sobre su entorno, con el fin de originar identidad local. Usó una metodología cualitativa desarrollando un taller de fotografía interactiva, a partir de ideas, emociones y experiencias de los jóvenes participantes del proyecto Nuestra Mirada – Callao, con el fin de reconstruir su localidad tal como ellos la perciben. Además se utilizó la técnica de encuestas y análisis de documentos. Concluyendo en lo siguiente: 1) El taller de fotografía estableció dos procesos de comunicación: el motor del taller y el desarrollo del proceso al realizar la fotografía, anunciando la mirada de los participantes sobre su localidad por medio de imágenes que ellos mismos producían; 2) la fotografía transmite un mensaje directo y claro, favoreciendo la comunicación de opiniones e ideas; 3) los adolescentes a través de la fotografía expresaron su identidad local, reconstruyéndola al momento de compartirla y mostrándola ante los demás; 4) la metodología de la fotografía participativa estableció la generación de insights en los participantes; 5) los

jóvenes tenían dificultad al escribir sus ideas, en cambio, con la fotografía fue atractiva, rápida, fácil de comprender y aprehender. Asimismo, no existían límites de lenguaje formal. Lo que permite la fotografía es trabajar con poblaciones que no tienen un proceso de educación escolar y de alfabetización convencionales, no sitúa límites de lengua, origen geográfico o situación socioeconómica; 6) Los insights generados por los jóvenes fueron: a) Un insight crítico sobre la situación y conductas de riesgo delincuenciales a las que se encuentran expuestos; b) un insight valorativo hacia su entorno, el Callao; y su posición como ciudadanos.

Tinoco (2012) diseñó una estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente” efectuado por el Ministerio de Salud, cuyo objetivo general fue analizar la estrategia comunicacional de la campaña para descubrir la eficacia y limitaciones en el diseño e implementación de la campaña en relación a los objetivos de comunicación. Sus objetivos específicos fueron: Describir y caracterizar e implementar la estrategia de la campaña: elementos de la campaña, descripción de enfoque de estrategias comunicacionales y producción de recursos gráficos y audiovisuales; describir las características psicosociales del público objetivo y describir el método de evaluación que posee la campaña. Con una metodología cualitativa, propositiva – descriptiva. La técnica que se utilizó fue la observación para el análisis de contenido acerca de los elementos de la estrategia: emisor, mensaje, destinatarios, objetos y materiales de comunicación para el plan de comunicación de la campaña elaborado por el MINSA; el análisis crítico del discurso de materiales de comunicación del enfoque comunicacional de la estrategia; la entrevista a profundidad al personal de la oficina de comunicaciones y al personal de la oficina de comunicaciones de Dirección de Salud para la implementación de la estrategia. También, realizó talleres participativos trabajados con los adolescentes. Concluyendo: 1) La campaña que establece el Ministerio de Salud anualmente emerge más como una acción aislada y no como parte de un plan de marketing social que satisfaga y refuerce la estrategia comunicacional; 2) el marketing sabe comprender que las personas toman el 80% de sus decisiones basadas en sentimientos o en entretenimientos, que es una herramienta conveniente de diversos fines, tienen mucho para producir y ofrecer; 3) las adolescentes reconocieron como causa principal del embarazo no deseado la

carencia de capacidades para tomar decisiones. Estas capacidades se ven afectadas por factores como la desintegración familiar, relaciones poco cercanas con los padres, así como vínculos amicales y sociales débiles; 4) las adolescentes identificaron en algunas piezas de comunicación de la campaña que el discurso en contra del embarazo a temprana edad es social y moralmente aceptado desde el mundo adulto y sienten que deben confluír con este discurso ante los ojos de la sociedad.

Quispe & Sánchez (2014) estudiaron el impacto de una campaña turística de Prom Perú “¿Y tú que planes? con jóvenes de 18 a 30 años de la ciudad de Trujillo, estableciendo los objetivos específicos como: Investigar el nivel de conocimiento de los beneficios de la campaña; determinar el nivel de recordación e identificar el nivel de participación turística del público en los jóvenes. Utilizaron una metodología cuantitativa, con la técnica de un instrumento de encuesta. Concluyendo: 1) El nivel de conocimiento sobre la campaña “¿Y tú que planes?” en los jóvenes es alto, porque se conoce medianamente el concepto vinculado de las ofertas y paquetes turísticos, están informados sobre los lugares de visita que se brinda en la campaña y las características del diseño del logo; 2) es alto el nivel de conocimiento respecto a la identificación de los personajes que representa la campaña. Es básico el conocimiento para la participación y recordación; 3) en la recordación de la campaña se evidencia que los jóvenes tienen un nivel alto, identifican los elementos propios de la campaña, más no recuerdan con exactitud las características de la misma y las actividades que podrían realizar durante la visita. En consecuencia, la recordación no fue necesaria para conducir decisiones a hacer uso de ofertas y beneficios que fueron diseñados para el público joven.

Montenegro Saavedra (2015) estudió la propuesta de material audiovisual sobre la protección del medio ambiente para sensibilizar a los alumnos del 1er grado de secundaria de la Institución Educativa Privada Nuestra Señora de la Puerta, Saltur - 2014. Esta investigación descriptiva - propositiva, propone un material audiovisual para sensibilizar a los estudiantes y se conviertan en agentes promotores del cambio social en nuestra ciudad. Sus objetivos específicos fueron: Definir contenidos e identificar conocimientos sobre la protección del medio ambiente que manejan los estudiantes y diseñar estrategias didácticas utilizando técnicas del proceso audiovisual

al realizar la propuesta. Desarrollo una hipótesis, que consistió en: si existiera la propuesta de material audiovisual sobre la protección del medio ambiente para la Institución Educativa Privada Virgen de la Puerta se lograría sensibilizar a los alumnos. Con un método cuantitativo, el estudio contó con una población de 20 alumnos de la sección “A” del 1er grado de secundaria del centro de estudios y dos expertas profesionales en Ciencias de la Educación e Investigación. Se utilizó la técnica de encuesta con 10 preguntas que permitió evaluar el nivel de aprendizaje en temas de protección ambiental, un estudio de focus group dirigida a los mismos estudiantes y se empleó un instrumento de ficha de evaluación para los expertos en temas de producción audiovisual. La conclusiones fueron las siguientes: 1) El estudio de los conceptos relacionados con producción audiovisual y cuidado del medio ambiente; 2) el nivel de conocimiento de los alumnos sobre la protección y cuidado del medio ambiente es un nivel alto de 55%; el 75% lo considera importante, sin embargo se evidencia que el 65% tiene una práctica inadecuada de la segregación y el reciclaje; 3) aplicando el focus group, se determinó la preferencia de elementos visuales. La mayoría de estudiantes tienen preferencia por los realitys show y se identificó que el género musical reggaetón era el que más les gustaba; 4) se diseñaron estrategias didácticas, desarrollando actitudes sociales sobre la protección del medio ambiente; 5) se ha desarrollado, producido, experimentado y evaluado la propuesta de material audiovisual; para ser insertado en un proceso de enseñanza, aprendizaje de forma creativa y forma dinámica.

Alcalde & Tito (2011) diseñaron la propuesta audiovisual para concienciar sobre el medio ambiente en los niños de 2° y 4° grado de primaria de la Institución Educativa Virgen de la Medalla Milagrosa del Distrito de José Leonardo Ortiz. Sus objetivos específicos fueron: Estudiar conceptos relacionados con producción audiovisual y cuidado del medio ambiente; realizar un diagnóstico de la situación de la Institución Educativa sobre el abordaje y la promoción de prácticas para el cuidado del medio ambiente; determinar los elementos visuales de los niños e identificar los principales elementos visuales de la producción. Se hipótesis consistió en: si se diseña la propuesta utilizando los elementos caracterizados en uso de personajes animados, musicalización, como ritmos de moda, mensajes y tiempo de duración cortos, sí se

lograría concienciar a los niños de 2° y 4° grado de primaria. Se utilizó una metodología cualitativa – exploratoria y un estudio descriptivo propositivo. El estudio contó con 420 alumnos que conforman los grados de 2°,3°y 4° grado de primaria eligiendo al azar dos alumnos por aula e incluyendo a los que participaron en el focus group. Utilizando las siguientes técnicas: a) Un focus group mediante un instrumento de preguntas para tener conocimiento sobre los gustos y propuestas de los estudiantes, para determinar qué elementos visuales se utilizarían en la propuesta; b) entrevista a expertos sobre la especialidad de producción audiovisual, incluyendo a docentes y tutores para que aporten sobre las preferencias visuales y comunicacionales. Las conclusiones se determinaron de la siguiente manera: 1) El diagnóstico de la situación actual de la Institución Educativa “Virgen de la Medalla Milagrosa” relacionado con las prácticas del cuidado del medio ambiente, permitió saber que los docentes aplican métodos tradicionales de aprendizaje, sus actividades son afines y como resultado no da frutos positivos, no llaman la atención al alumnado; 2) en el centro educativo no implementan tachos correspondientes para que los alumnos aprendan a segregarse, originando malos hábitos en los niños, como: arrojar desechos dentro y fuera del aula y botar desperdicios en el inodoro; 3) el conocimiento es escaso sobre la temática del cuidado del medio ambiente, no hay motivación por parte de docentes y padres de familia; 4) una cantidad de alumnos tienen buenos hábitos, siembran plantas, evitan arrojar desechos, muestran incomodidad cuando los demás ensucian manifestando su molestia al docente; 5) los docentes motivan a sus alumnos mediante incentivos emocionales o calificaciones frente a sus actitudes ambientalistas. A pesar de ello, no generan conciencia en otros niños; 6) a través del focus group se puede determinar la preferencia de los elementos visuales en los alumnos, sus preferencias son producciones con personajes reales y dibujos animados; 7) elementos visuales: el plano general, americano y primer plano son la preferencia de los niños; en el sonido: determinado en voz en off de un niño; el género musical: reggaetón es la propuesta musical que a los niños les gustaría escuchar; 8) los colores preferenciales son el amarillo y verde; 9) los niños se inclinan por videos llamativos que muestran colores vivos y dibujos animados, 10) los niños eligieron el tema del cuidado del agua como propuesta.

Quinteros Vélez (2011) estudió la realidad de los discapacitados en la ciudad de Chiclayo, a través de la fotografía documental, cuyo objetivo general fue determinar la realidad de estas personas en una investigación fotográfica documental analizando tres dimensiones: legal, física y social. Sus objetivos específicos fueron: Revisar la bibliografía vinculada a las variables de discapacidad y fotografía documental; observar y analizar la forma de vida de las personas con discapacidades; fotografiar a individuos con discapacidades dentro de su entorno familiar, social y laboral; analizar las fotografías documentales obtenidas y realizar una descripción mediante la observación, exponiendo de forma fotográfica la real dimensión de la realidad de las personas discapacitadas. La investigación descriptiva – analítica contó con una muestra de personas con discapacidad en el Censo Nacional del año 2007. En Chiclayo, habitan 257,016 personas con una dificultad física o mental. La selección de la muestra fue no probabilística por SUJETO – TIPO. La variable independiente como definición operacional, contó con dimensiones e indicadores: legal (salud, empleo, educación, actividad deportiva); física (áreas y acceso a instalaciones públicas y privadas, reservación de asientos preferenciales en los vehículos, parqueo y señalización en la ciudad, vivienda y condiciones de vida) y social (relaciones personales). La variable independiente como definición conceptual, parte desde la fotografía documental con la dimensión de un estudio fotográfico documental con los siguientes indicadores: veracidad de la imagen, temporalidad y fotográfica. El estudio se realizó en diferentes etapas: Documentación, entrevistas a expertos, observación directa, realización y análisis fotográfico y entrevista libre a los personajes fotografiados. Las conclusiones determinan: 1) La atención de las personas discapacitadas en la ciudad de Chiclayo, en el entorno legal presenta una inadecuada atención, no se proporciona una oportuna afiliación en el sistema de salud; 2) no hay profesionales capacitados en atención a estas personas, no existen infraestructuras para el tránsito de individuos en sillas de ruedas; 3) en la promoción de empleo, son pocas las organizaciones y empresas que facilitan el acceso laboral; 4) los empleados con discapacidad tienen poco espacio y acceso a su trabajo; 5) la falta de empleo de las personas con discapacidad genera la venta ambulatoria; 6) son pocas las instituciones educativas que brindan facilidades de acceso de estudiantes con discapacidad; 7) el Instituto Peruano del Deporte tiene como principal obligación fomentar la actividad

deportiva de las personas con discapacidad, pero esto no se cumple. Los discapacitados son los que crean sus propias asociaciones deportivas, sostenida económicamente por ellos mismos; 8) muchas edificaciones y calles de la ciudad de Chiclayo no cuenta con rampas, accesos y áreas para el desplazamiento de las personas con discapacidad motora. Solo las rampas están distribuidas en el centro de Chiclayo; 9) algunos centros comerciales no cuentan con rampas, ni baños para discapacitados, lo mismo se pudo observar en sus viviendas; 10) las personas con discapacidad manifestaron sentir una disminución en las conductas discriminatorias, esto deteriora su relación personal.

1.4 Teorías relacionadas al tema

1.4.1 Teoría de la comunicación

Las teorías de comunicación aplicadas en la propuesta de campaña social fotográfica, aportan definiciones teóricas conceptuales que permiten explicar el proceso de comunicación, su contenido e intencionalidad.

Serrano (2007) señala que la teoría de la comunicación estudia una clase determinada de interacciones, donde dos o más comunicantes llevan a cabo actividades indicativas que consisten en producir, enviar y recibir información que se refiere a algún objeto de referencia. Siendo la comunicación un tipo de integración que está al servicio de las necesidades biológicas y su evolución se descubre cuando los seres humanos pueden poner la comunicación al servicio del conocimiento.

Arcila & Sosa (2013) desarrollaron una fuente de elementos: el emisor, mensaje y público.

Si el mensaje de la propuesta de la campaña social fotográfica aspira llegar a los pobladores, Lasswell considera que se debe tener muy claro su intencionalidad y el modelo establecido en los ámbitos del análisis de los actos comunicativos, los cuales podrían ser descriptos si se responde a las cinco interrogantes establecidas Spá (1985): ¿Quién dice? El emisor es el que tiene el control, el que inicia y guía el acto de comunicar el mensaje; ¿Qué dice? Es el contenido del mensaje; ¿Por qué canal? Medio físico por

el que se envía el mensaje; ¿A quién dice? El receptor que recibe el mensaje; ¿Con qué efecto? Lo que el emisor quiere que entienda o capte.

1.4.2 Teoría conductista

La teoría conductista permite entender los procesos de aprendizaje de las personas que contribuyen con la contaminación de residuos urbanos y cómo enfrentan este problema social. Basándonos en la relación de estímulos y respuestas que permiten modificar el comportamiento de las personas.

Vila (2007) expone que la teoría conductual se fundamenta en el condicionamiento operante que recae en la conducta y en las consecuencias de sus acciones, es decir, si una acción recibe un refuerzo positivo, la acción se repite si ocurre en la misma situación.

Según Skinner (como se citó en Loredo, 2002) la atención recae en la utilización del refuerzo o un castigo para modificar la conducta.

La obra de Albert Bandura, señala la teoría de aprendizaje observacional que consiste en que las conductas son aprendidas por medio de la observación de otros, controlado por fuerzas ambientales, es decir, toda conducta es aprendida, no es innata y es asociada por estímulos y respuestas. Considerando que el ser humano es un delegado reflexivo e intencional, con capacidad vicaria, capacidad de previsión, capacidad de autorreflexión y autorregulación. (Cueva, 2002)

Com, Ackerman & Morel (2011) dicen que el conductismo se sustenta en la observación del comportamiento del ser que se estudia, definiendo a la conducta como la respuesta de un estímulo, produciendo un efecto cuyo resultado es explícito y tiene altísima probabilidad. Harold Lasswell, preocupado por las conductas de las audiencias y cómo se puede influir sobre ellas. Describe que la comunicación social tiene funciones como

generar espacios comunes entre los sujetos, transmitir cultura, tradiciones, herencia social y el control.

1.4.3. Campaña

1.4.3.1. Concepto

Según Oxfam (como se citó en Castañeda, 2017) la define como un conjunto de actividades de acciones informativas y formativas, de sensibilización y movilización social que generan cambios de ideas y prácticas que aquejan a una comunidad o país, etc.

Calderone (2009) establece que son estrategias que se planifican y coordinan en un determinado tiempo. Además, indica que el mensaje se realiza en diferentes medios durante un período específico, en un corto plazo, es decir, durante un año o menos.

Frenette & Reyes (2011) señalan que es una estrategia que tiene propósitos, objetivos y metas. Asimismo, expresa una identidad o marca; contiene un mensaje; se programa en un determinado tiempo; se precisa un plan de medios; y se dirige a receptores o a un público.

Por lo tanto, se recuerda que una campaña puede tener como objetivo una venta lucrativa de un producto o una ideología de interés social sin fines de lucro.

1.4.1.1. Tipos de campaña

1.4.1.1.1. Campaña publicitaria

El centro universitario de mercadotecnia y publicidad (2016) la define como un conjunto de acciones colectivas e individuales en el tiempo y creadas para publicitar un producto, una compañía, un concepto o una causa.

Publirecta (2012) determina que es un programa que consta de la creación y el establecimiento de anuncios, manejados con los objetivos de mercado y comunicación.

Guzmán (2003) precisa que es un plan de publicidad para una serie de anuncios diferentes, publicados en diversos medios durante un periodo específico, diseñada para lograr un grupo de objetivos para resolver algún problema. En un plan de campaña se resume la situación en el mercado, las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios. Así, como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas.

Según Guzmán (2003) la campaña publicitaria se clasifica en campañas no comerciales y comerciales.

No comerciales

Campaña propagandística: cuando no hay un interés económico explícito de por medio, se habla de la propaganda, es decir, es el tipo de campaña que promueve ideas, personas, ideologías, credos, cuyo objetivo es denunciar o generar una transformación en la sociedad.

Cívica o de bien público: estas campañas son realizadas por entidades sin ánimo de lucro o por empresas que se colocan en un papel similar. Con frecuencia, los gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas u otras asociaciones buscan cambiar actitudes masivas mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, rehabilitación de minusválidos, patriotismo.

Comerciales

Institucional o de imagen: las empresas desean que la gente tenga de ellas una imagen favorable para obtener actitudes positivas hacía las mismas o hacia sus productos. Invitan a creer en valores empresariales, bien sea directamente (nuestro credo es la calidad) o por asociación con obras

socialmente apreciadas (respaldo a la cultura, patrocinio de parques infantiles, etc.) Obedecen, entre otros, a motivos políticos, económicos, sociales y/o de mercadeo, entre otras.

1.4.1.1.2. Campaña social

Varela (2012) conceptualiza la campaña social como una iniciativa comunicacional, cuyo objetivo es influir en la conducta de las personas, sensibilizar y concienciar una problemática social ofreciendo una solución, por ejemplo : la igualdad, la no violencia, denuncia del racismo, incentivar la lectura, contaminación ambiental. Este tipo de campaña promueve valores y actitudes al bienestar de la sociedad.

Frenette & Reyes (2011) determina que representan la puesta en práctica de estrategias de comunicación en los medios por parte de los poderes públicos y de organizaciones sin fines de lucro que se preocupan por las causas sociales.

Philip (2003) define que la campaña social es un esfuerzo organizado, dirigido para un agente de cambio que intenta persuadir a otros para que admitan, transformen o renuncien a determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas. Destacando, que el marketing social emplea campañas de cambio social para la transformación de conductas.

a. Elementos de una campaña social

Según Philip (2003) menciona los siguientes elementos claves para desarrollar una campaña social:

Causa: un objetivo social que los agentes de cambio consideran que ofrecerá una respuesta acertada a un problema social.

Agente de cambio: un individuo u organización que intenta generar una campaña para un cambio social.

Destinatarios: individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo del cambio.

Canales: vías de comunicación y distribución, de las cuales se intercambian y transmiten hacia atrás y hacia delante la influencia y respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios.

Estrategia de cambio: la dirección y el programa adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conductas de los destinatarios.

b. Elementos del mensaje de la campaña

Mujeres (2012) establece los conceptos de cada elemento que se debe incluir en el mensaje de una campaña.

El pedido: exposición breve de lo que la campaña desea cambiar o contra lo que protesta, cuyo pedido tiene como fin un cambio social frente a una problemática, siendo positivo e inspirador.

La razón: se genera la interrogante del por qué la campaña propone a lograr esto, por qué algo debe cambiar o cuál es la razón de la protesta.

Que hay en juego: significa que sucederá si la protesta no se escucha o no genera un cambio.

Medidas que deben adoptarse: indica a los destinatarios lo que la campaña pide hacer.

1.4.2. Fotografía

1.4.2.1. Origen

Pacheco & Paredes (2010) en el libro de Curso de fotografía y cine, describen el origen de la fotografía. A continuación, un resumen de ello:

La historia de la fotografía está ligada por grandes genios como Aristóteles, quien fue el primero en observar la imagen del sol sobre el piso de un patio. Estudiada por Leonardo Da Vinci en el siglo XV, quien descubrió el fenómeno de la cámara oscura inventada por Bruneleschi en 1445. Desde el siglo XVII ya se usaban lentes en una de las caras de las cámaras de cajón, cuya medida incierta era 0,60 cms, así como también las placas de vidrio lechoso y un espejo colocado a un ángulo de 45°.

Un viaje al pasado, en 1727 Johann Heinrich descubre la sensibilidad de la luz de las sales de plata. En 1816 y 1829, Niepce obtiene imágenes negativas, llamadas heliografía. Al conocer a Louis Daguerre, se asociaron y empezaron a trabajar juntos, consiguiendo imágenes positivas que llamaron daguerrotipos. El tiempo de exposición era cerca de 30 minutos y para sacar copias tenían que repetir un largo proceso basado en yodo, platas metálicas y planchas de cobre.

En 1839, Fox Talbot facilitó el proceso negativo – positivo en papel, hasta hace pocos años del siglo XX cuando las fotografías eran análogas y la mayoría de personas aficionadas utilizaban las cámara portable Kodak inventada por George Eastman en los 90's. Poco utilizadas a partir del siglo XXI con la aparición de la fotografía digital. Actualmente los fotógrafos profesionales trabajan con cámaras cuyas marcas conocidas son Canon y Nikon.

Langford (2003) cuenta que en 1960 la fotografía se convirtió como parte importante de la cultura de los “alegres sesenta”. Las cámaras réflex, el flash electrónico, los procesos de revelado, la fotografía de moda captó la imagen del público. En seguida, todos tenían una cámara propia y con ella se expresaban. Los fotógrafos nacientes no tenían interés por

agrupaciones, sociedades, ni reglas anticuadas de misterios estéticos. Esto resultó ser positivo y la fotografía comenzó a ser un medio de comunicación, usada actualmente para otros fines como propagandísticos y de expresión personal.

García (2016) escribió el regreso de las cámaras fotográficas rusas de los 70 s, cámaras instantáneas como la Polaroid y la Instax que tienen colores pasteles. Señalando, que la fotografía analógica ha despertado el interés de las nuevas generaciones.

1.4.2.2 Concepto

Präkel (2013) define a la fotografía como una forma de expresión artística con el objetivo de perfeccionar una visión personal, es decir, crear la imagen más hermosa, conmovedora o comunicativa posible. Asimismo, la describe como un lenguaje con vocabulario y una gramática, de modo que, los fotógrafos crean una iconografía que sea expresiva y comunicativa para el observador.

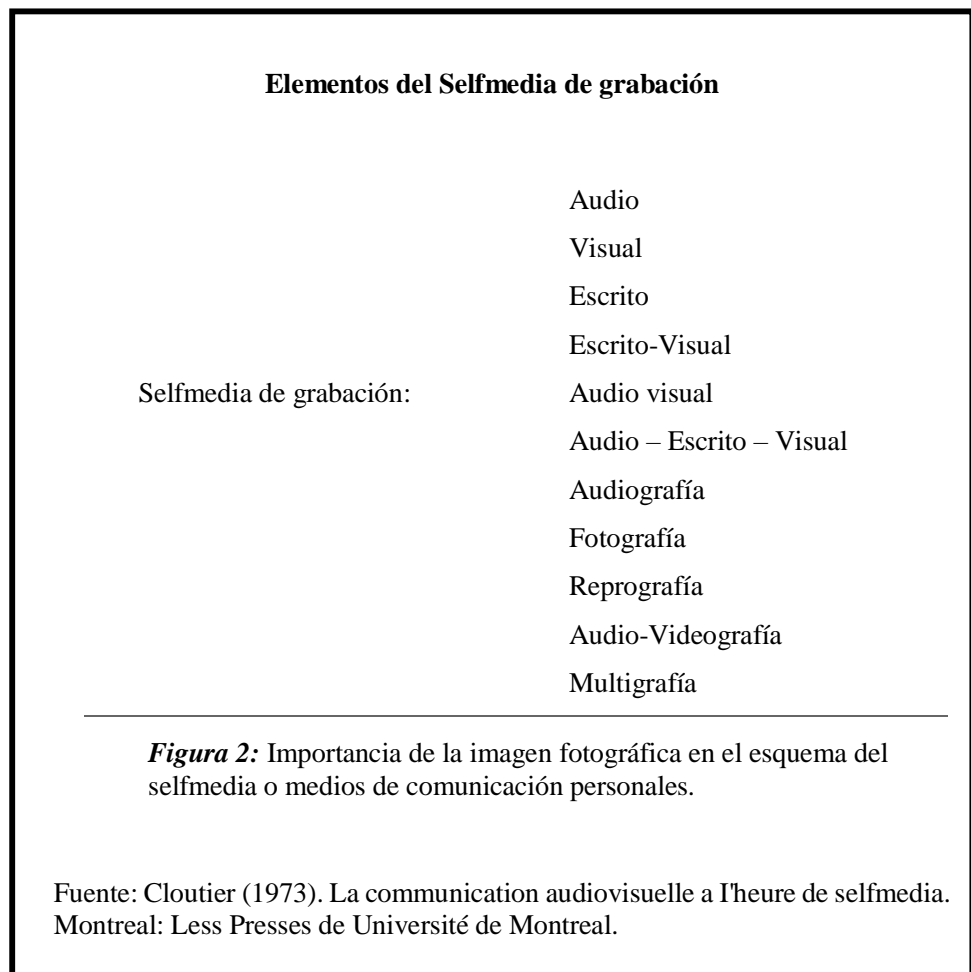
Felici (2011) señala que la imagen fotográfica es considerada como un medio de comunicación caracterizado por ser una representación verosímil de la realidad, es decir, la fotografía es un documento fiel, porque es un proceso mecánico de producción de imágenes, es percibida por el público que hacen uso de la cámara de bolsillos como una prueba que certifica lo acontecido en el pasado, historia personal y cotidiana de todos.

Salked (2011) especifica que la fotografía es el medio de herramienta científica que aporta evidencia y anticipa claramente su papel como documento.

Gubern (como se citó en Susperregui, 1987) desde el punto de vista de transmisión subdivide a los medios de comunicación en dos grandes grupos: de transmisión temporal y de transmisión espacial. Determinando, que la fotografía queda emplazada en el subgrupo de los mensajes icónicos

estáticos de transmisión temporal, es decir, la fotografía no sólo es una imagen fija o una imagen en un papel, sino que cumple la función como medio de comunicación, con la gran diferencia de que esta perdura. Es un archivo que se mantiene con el tiempo, una función que no cumple los otros medios, porque desaparece y nos lleva al olvido.

Susperregui (1987) concreta que la fotografía es un medio mecánico de producción de imágenes originales de carácter estático y apto para permanecer un largo período. Enlazando a Jean Cloutier con la imagen fotográfica en el esquema del selfmedia o medios de comunicación personales, determina que estos medios nacidos de la mano de la tecnología moderna permiten a cada individuo convertirse en emisor y receptor de sus propios mensajes. Concluyendo, la fotografía como medio de comunicación siempre será una herramienta de evidencia y de fidelidad para todos los medios.



1.4.2.3 Tipos de fotografía

1.4.2.3.1 Fotografía documental

Präkel (2013) presenta que ese tipo de fotografía comparte una idea de “verdad” y aporta un testimonio de los acontecimientos donde documentar significa “registrar”. La fotografía documental es parte del fotoperiodismo y en el ensayo fotográfico.

José María Casasús (como se citó en Pariente, 1990) establece en la teoría de la imagen, que lo documental presenta testimonios como las fotografías familiares, históricas, actuales, imagen del mundo geográfico y sobretodo genera identidad.

Villaseñor (2015) describe fenómenos estructurales y sociales más allá de la noticia. Es informativa, pero su objetivo principal es transformar y concientizar. Su público es restringido.

1.4.2.3.2 Fotografía periodística

Villaseñor (2015) define a la fotografía periodística como un medio de comunicación que trasmite mensajes, noticias, opiniones o motiva actitudes y respuestas en el lector, cuyo objetivo claro es salir en un medio impreso o digital.

Es llamado también fotoperiodismo o fotografía de prensa, tiene presencia y un contenido en las publicaciones de los periódicos.

Erausquin (1995) indica que es un foco de atracción, orientada en contacto inmediato con la atención del leyente e influye en la noticia.

Acevedo & Orozco (2013) consideran que este género expresa hechos noticiosos publicados en un medio de comunicación, acompañados de un título, un pie de foto o un texto. Asimismo, es construida a partir de acontecimientos verificables o de contratación analítica.

1.4.2.3.3 Fotografía publicitaria

Präkel (2013) la define como el arte de hacer que un producto aparezca mostrando sus cualidades físicas, por ejemplo, el color o la textura. Teniendo como objetivo, transmitir las con la intención de hacer que las personas deseen el producto e impulse a comprarlo.

Vargas (2014) especifica que la fotografía publicitaria es utilizada para resaltar las características de un producto. Presenta la realidad, pero es construida de acuerdo a la visualización del publicista, siendo exigente a los intereses comerciales que tiene el objetivo de promover la acción de compra, aumentando las ventas o servicios.

Eguizábal (2001) menciona que lo que categoriza a una fotografía como publicitaria, no es su uso, sino su significado. No es una distinción funcional (artística, periodística, científica, publicitaria), ni mucho menos referencial (paisaje, retrato, naturaleza muerta, desnudo, etc.), sino una variedad de estilos como pictorialistas, objetivas y fotomontajes.

1.4.2.3.4 Fotografía promocional

Präkel (2013) en su libro es llamada también como trabajo promocional, cuyo fin es vender un concepto, no un producto. Realizada en campañas solidarias, por lo cual es corriente que los presupuestos sean limitados, que se prime la claridad expresiva y las ideas visuales fuertes. Entonces, la fotografía promocional vende ideas, programas u organizaciones.

Laverde (2013) recalca que la fotografía promocional es una evidencia respecto a la realidad, documentando el medio en el que se desenvuelve el hombre en forma individual y social. Siendo su objetivo concientizar o denunciar para producir un cambio.

Colorado (2013) se refiere a la fotografía promocional como el medio capaz de conducir mensajes de las preocupaciones colectivas o sociales. Con el fin, de revelar la verdad y promover la justicia social.

1.4.2.4 Composición de la fotografía.

Lanford, Fox & Sawdow (2008) señalan que la composición es aquella que da a conocer los elementos con total independencia del sujeto y que es importante al igual que su calidad técnica. Implica uso de líneas, formas y áreas de tono dentro de la imagen. Asimismo, contribuye en gran medida al estilo y originalidad de las fotografías, es decir, la composición ayuda a leer la imagen que propone el fotógrafo, sobre todo el propósito de su idea.

Fier (2010) indica que la composición consiste en elegir conscientemente los elementos visuales, señalando tres factores claves: detalle a través de

la cámara; el tiempo, siendo la fotografía un documento histórico; y la visión monocular que es la técnica que consiste en aprender a ver igual que la cámara para predecir en el ojo de nuestra mente el aspecto de la imagen final.

Lanford (2003) dice que la composición es la construcción de una fotografía que comienza por reconocer las cualidades visuales básicas del sujeto y las necesidades de la imagen. Es aquel que realiza, suprime y compone la imagen. La apariencia del sujeto debe traslucirse por medio de su significado y su propósito, mediante expresiones, relaciones y el modo en que leemos las cosas en objetos y situaciones.

1.4.2.4.1 Motivo

Se le denomina centro de interés o punto de interés al motivo.

Freeman (2012) define que es el elemento central de una fotografía.

Colorado (2013) indica que en una fotografía destaca un sujeto u objeto como punto de interés, no siempre el motivo es centrado y debe tener en cuenta no utilizar tantos elementos innecesarios.

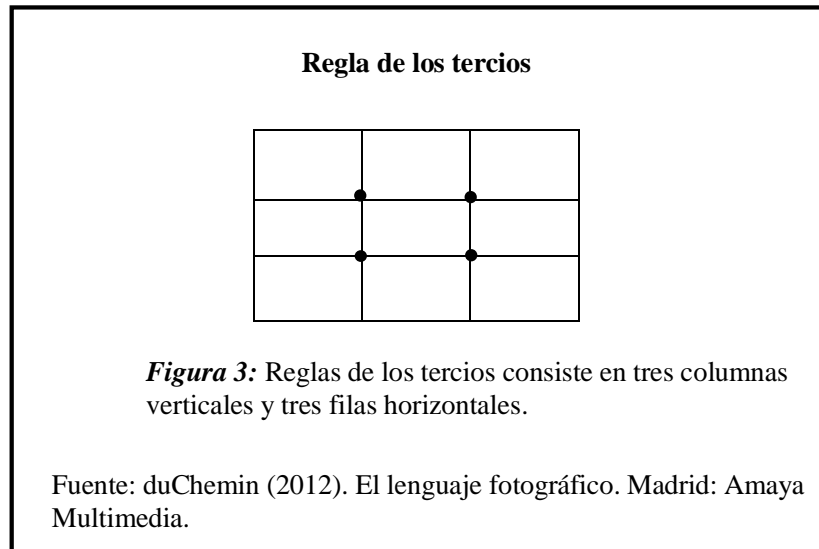
La escuela de fotografía Caborian Lab (2009) menciona que es el valor de centro de atención del conjunto de elementos que forma una imagen. De tal manera, que las variaciones de tamaño, forma, contraste, situación, color, tono, etc., modifica el valor en la imagen.

1.4.2.4.2 Regla de tercios

DuChemin (2012) establece:

Si dividimos el encuadre en tres columnas verticales iguales y tres filas horizontales idénticas, es importante porque cuando la aplicamos nos obliga a equilibrar los elementos de forma dinámica en el encuadre.

Por lo tanto, la regla de tercios determina que elementos de la fotografía es más importante que otros.

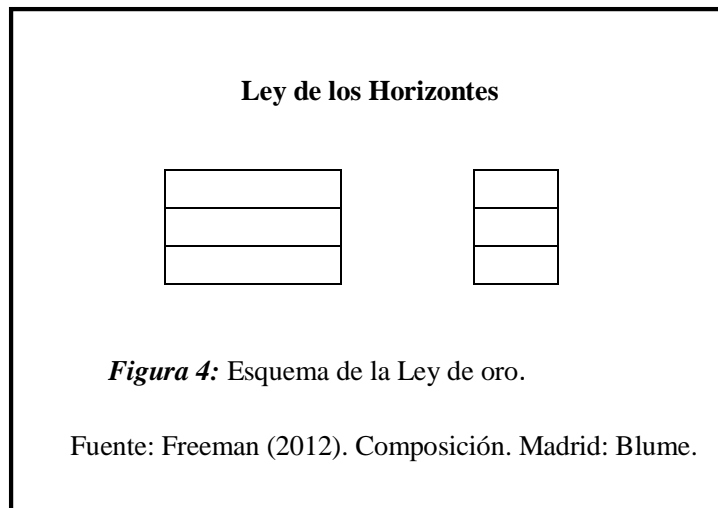


Pariante (1990) indica que esta regla se basa en la división en tercios de los lados de un rectángulo utilizado en formatos de cuadrados horizontales o verticales. En los cuatros cruces que se producen al trazar líneas rectas por esos puntos, podemos encontrar los lugares donde el sujeto principal de la fotografía provoca mayor atención en el espectador.

López & Durante (2015) recomiendan que para obtener una fotografía que exprese fuerza y armonía, se debe tener en mente esta regla, encuadrar y colocar los elementos más importantes en estos puntos, ya que la mirada de cualquier persona se dirige de forma natural hacia la intersección de estas líneas que forman los tercios horizontales y verticales.

1.4.2.4.3 Ley de los horizontes

Considerada como la primera regla fotográfica. Pachecos & Paredes (2010) explican que en el recuadro fotográfico se debe trazar imaginariamente líneas horizontales, dándole los 2/3 a la parte donde se encuentra el motivo principal.



Vidal (2006) menciona que esta posición es un elemento importante para marcar la perspectiva de la fotografía. Colocar el horizonte en un punto u otro puede ofrecer más o menos profundidad en la imagen que estamos realizando.

Arango (2013) añade que esta regla es aplicada para las fotografías horizontales como verticales. Logrando apreciar con nitidez detalles de expresiones faciales del rostro de las personas, objetos en general o planos detalles.

1.4.2.4.4 Enfoque

Arango (2013) puntualiza que el enfoque es la creación de una composición correcta donde el centro de interés es el protagonista, destacando por encima de los demás objetos de la composición. Para ello,

la abertura del diafragma y la velocidad de obturación deben tener un buen balance.

Rodríguez (2008) explica que el enfoque es dejar nítido aquello que está a una distancia concreta. Recomendando, que en el caso de que el sujeto se mueva antes de disparar debemos re-enfocar porque la distancia del sujeto cambia.

Lab (2009) detalla que la visión del espectador se ve irremediamente atraída por las partes de la imagen que aparecen más nítidas. Esta técnica se utiliza para una fotografía de retrato, deporte, o de detalle, de modo que, al eliminar por completo la información del fondo se le da prioridad al sujeto.

1.3.2.4.5 Encuadre

Strizinec (2006) el encuadre son los objetos que se incluyen para desarrollar la fotografía.

Freeman (2012) precisa que el encuadre es el espacio que se capta de la escena, según se ve mediante del visor o es rectificado más tarde en el proceso de postproducción.

DuChemin (2012) determina que el encuadre es lo que nos permite incluir o excluir diversos elementos a voluntad, ya que atrae la atención del espectador hacia todo lo que decidimos incluir en el encuadre formando parte de la historia, o sea, es la etapa durante la cual se narra la historia manteniendo la consistencia del contenido de la fotografía.

1.4.2.4.6 Simetría

Ang (2006) especifica que las composiciones simétricas reflejan solidez, estabilidad y fuerza, siendo efectiva para organizar imágenes que contienen detalles elaborados.

Freeman (2012) define la simetría como efecto y derecho, rechazando la técnica de motivo descentrado para crear imágenes gráficas e incisivas. Asimismo, como la alineación de elementos colocados en forma correcta en el encuadre, utilizada con moderación, pues en seguida puede resultar aburrida y vacía de contenido.

1.4.2.5 Planos y ángulos

1.4.2.5.1 Planos

Fier (2010) menciona que un plano de una fotografía debe estar definido, tener un límite claro o indefinido, ya que dirige la mirada y guían a los ojos por la fotografía. De modo que, es un conjunto infinito de líneas en dos dimensiones, resaltando los tipos de planos:

- a) Plano focal: superficie donde los puntos de luz enfocados están más nítidos.
- b) Plano enfoque: plano más nítido paralelo al sensor digital.
- c) Plano medio: retrato utilizado a una distancia media que normalmente incluye al sujeto con la parte superior del cuerpo.
- d) Primer plano: imagen desde una imagen inferior a la distancia de enfoque mínimo de un objetivo estándar, resaltando los detalles.

Pariente (1990), divide a los planos fotográficos en las siguientes categorías:

Plano general (Long Shot): vista panorámica, cuyo objeto o sujeto es apenas perceptible destacando el entorno, tiempo y lugar.

Plano entero (Full Shot): el objeto o el sujeto aparece completo y ocupa la mayor parte del área fotográfica.

Plano detalle (Extreme Close Up): muestra sólo un fragmento del objeto fotografiado ocupando toda la superficie de la imagen.

1.4.2.5.2 Ángulos

Es una de las técnicas de la fotografía utilizadas para resaltar un sujeto u objeto. Según Liarte (2010) los tipos de ángulos son:

- a) Normal: se realiza de pie, da la sensación de estabilidad y se hace a la altura de los ojos.
- b) Picado: se produce desde una altura superior a la de los elementos de la escena. Este punto de vista tiende a disminuir el peso visual de los sujetos u objetos fotografiados.
- c) Contrapicado: se toma desde una altura inferior a la de los elementos de la escena, ya que los objetos o personas bajas cobran altura.
- d) Nadir: la cámara es colocada completamente bajo el sujeto, de manera perpendicular al suelo. Consiguiendo una perspectiva central.
- e) Cenital: se coloca la cámara desde arriba, totalmente perpendicular al suelo. El ángulo cenital es usado en producciones cinematográficas o tomas desde helicóptero para grabar extensiones muy amplias.

1.4.2.6. Cámara

La cámara es el instrumento del fotógrafo, ya que con esta herramienta él puede crear una obra fotográfica según las técnicas de composición que aplique. Una fotografía se puede realizar con una cámara compacta, con una cámara réflex digital para un uso más profesional y con un Smartphone que hoy en día tienen cámara dual.

Lozano (2003) conceptualiza que la cámara es el dispositivo encargado de recoger un haz de luz proveniente de un objeto, capturando imágenes o fotografía de todos los objetos de su campo de visión.

Vilches (1997) expone que la cámara fotográfica se convirtió en una máquina maniobrable como el ojo; es decir, una extensión de nuestra vista; la maniobrabilidad de la cámara refuerza las posibilidades de ficción e

ilusión realista. Por ello, la cámara fotográfica produce sentido y significación a las cosas, es un instrumento semiótico como la escritura.

1.4.2.7. Luz

Hunter, Biver & Fuqua (2012) definen que la luz es la energía que se le denomina “radiación electromagnética”, ya que viaja a través del espacio en diminutos “haces” llamados “fotones”. Siendo así la iluminación el lenguaje de la fotografía, cuyos patrones de luz transmiten información clave y concisa.

Child & Galer (2008) definen a la luz como la esencia de la fotografía, sin luz la fotografía no existe. Asimismo, dice que deriva de la palabra fotografía, que significa “escribir con luz”. Indicando que el fotógrafo comienza sin luz y debe previsualizar que luz aplicará en el objeto y qué efecto tendrá esa luz sobre él.

Freeman (2012).- concreta que es técnicamente el blanco puro de una imagen o zona más clara de la imagen. Detallando los siguientes elementos de la luz:

Luz natural: luz del entorno

Luz artificial: luz proporcionada por el fotógrafo, mediante un flash.

Luz lateral: luz que llega a un motivo desde un lado, en lugar de desde una posición frontal o desde atrás.

1.4.2.8 Apertura de diafragma

Wignall (2010), describe:

La abertura ajusta la exposición moderando la cantidad de luz que llega al sensor. Si no tuviera abertura, todas las fotos serían negras porque no llegaría luz del sensor. Se describen mediante una secuencia numérica

“pasos f”. Cuando menos es el número f, mayor es la abertura y más luz entra en el sensor. Si mayor es el número del diafragma, menor será la abertura, es decir, menos luz entrará al sensor.

Long (2012) define que el número f es la medida entre el trayecto focal de la lente y la capacidad de la apertura. Se puede disparar en modo automático o manual. También, explica que cuando se dice “cerrar el objetivo” se refiere a la elección de menor apertura, por lo tanto el número f es mayor y cuando se dice “abrir el objetivo”, es la elección de mayor apertura y el número f es menor.

Valerio & Caballo (2014) añade que el tamaño de la apertura varía mediante el dial del cuerpo de la cámara o en el propio objetivo se logra decrecer o crecer. Además, ejemplifica que en una situación de mucha luz se debe usar menor aperturas de diafragma. Y al contrario, en situaciones de poca luz usaremos mayor apertura para conseguir obtener más luz.

1.4.2.9 Velocidad de obturación

Wignall (2010), agrega que la duración de la exposición es la que determina cuánto tiempo se expone el sensor a la luz. Cuanto más abierto, más luz ingresa en la cámara; cuanto menor sea, menos luz ingresa.

La velocidad de la obturación es la cortinilla que se abre en el momento de disparar y limita el tiempo que el rayo de luz penetra en la cámara. Ese varía desde segundos: 4, 2, 1, 1/2, 1/4, 1/8, 1/15, 1/30, 1/60, 1/125, 1/250, 1/500, 1/1000, 1/2000. Rodríguez (2008)

Long (2012) especifica que es la medida de la cantidad de la luz a la que el sensor de la cámara está expuesto durante el disparo. Si es alta, los detalles se perderán en las zonas blancas, si es baja los detalles se perderán en la zona oscura.

Por lo tanto, se entiende que la apertura de diafragma es la que controla el ingreso de luz y la velocidad de obturación es el tiempo de entrada de luz al sensor.

1.4.2.10. ISO

Considerada el tercer parámetro de exposición. Long (2012) señala las siglas ISO, cuyo término es Internacional Standards Organización (Organización internacional de estándares)

La teoría más recordatoria es cuanto más bajo sea el número del ISO, menos sensible es la luz; y mientras mayor sea, más sensible es la luz. El concepto de Wignall (2010), nos explica que el ISO constituye la sensibilidad relativa del sensor de la cámara digital, cuyo rango bajo es desde ISO 50 a 800 o 1600, hasta 6.400 en algunas cámaras profesionales.

Valerio & Caballo (2014) determina que si se aumenta el ISO, la calidad de imagen se pierde y generará ruido en la imagen, sobre todo a partir del ISO 800. Recomendando, trabajar con valores bajos y evitar así el ruido que provocan las sensibilidades altas. Para obtener la mejor calidad, lo ideal es un ISO entre 100 y 200.

1.4.3 Persuasión

Según el diccionario de la Real Academia Española, define persuadir como inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo.

Lakhani (2008) describe que la persuasión se da cuando una persona trata de convencer a alguien de alguna cosa. Siendo la práctica de un arte contemplada entre el persuasor y la persona a la que convence, comprendiendo sus necesidades y aspiraciones. Los persuasores crean una imagen que le permite interactuar con otros desde una posición de fuerza e influencia. Sin embargo la persuasión no sólo vende, sino consigue

aceptación y apoyo de dos personas que se unen según su forma de pensar y convicciones.

Conklin (1984) precisa que la persuasión se lleva a cabo ayudando a la gente a satisfacer sus necesidades.

Petty y Cacioppo (1986) entienden por persuasión cualquier cambio que ocurra en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una comunicación.

Kathtellen Reardon (como se citó en Barquero, 2014) resume que la persuasión no es algo que uno hace a otro, sino algo que uno hace con otro, es aquella que pretende “hacer”.

La persuasión de Aristóteles establece que es el arte de conseguir que la gente haga algo que normalmente no haría si no se lo pidieras. Observó que los seres humanos están llamados a persuadir a su congéneres casi a diario. Por lo tanto, todas las situaciones persuasivas buscan mover al oyente desde un punto inicial, es decir, el punto inicial A conformado por las personas o público, es indiferente y reacia a aceptar ideas o propuestas. Entonces, primero se tiene que comprender las ideas que uno piensa y creerse el mensaje. El único propósito es mover al oyente al punto B, siendo nuestro objetivo un discurso conmovedor, concluyendo que para ser persuasivo es esencial apelar a las emociones de los oyentes, empalizar. (Bord, 2007).

1.4.4 Sensibilización ambiental

Morant (2008) establece que tiene como objetivo concientizarnos de todo aquello que ocurre en nuestro alrededor, como las causas y efectos que ocasionan las personas en el medio que nos rodea.

En el manual de campañas de movilización social, Bordiú (2010) se encuentra diferentes definiciones de sensibilización:

El Código de conducta de la Coordinadora de ONG para el desarrollo España (CONGDE), lo conceptualiza como un proceso activo y creativo que promueve un cambio de actitudes y comportamientos en la sociedad, fomentando valores de justicia y solidaridad.

La estrategia de Educación para el Desarrollo de la Cooperación Española, señala que la sensibilización es una acción de corto plazo que alerta sobre una causa, rompiendo el círculo vicioso ignorancia – indiferencia – ignorancia. Además, que mediante la sensibilización se despierta la conciencia crítica y solidaria.

1.4.5 Educación ambiental

Novo (Como se citó en Chagollán & López, 2006) lo define como un proceso que consiste en acercar a las personas a una concepción global del medio ambiente, permitiendo adquirir conocimientos, desarrollar actitudes, elucidar valores y aptitudes que permitan adoptar una participación respecto al correcto uso de recursos, a la conservación y calidad de vida.

Unesco (1995) señala que es orientada hacia la solución de problemas, permitiendo a los individuos tomar conciencia, aclarar sus causas y determinando los medios adecuados para resolverlos. Incluso, ayuda a los ciudadanos discutir sus ideas falsas sobre los diferentes problemas respecto al medio ambiente.

El concepto sobre el término de educación ambiental del Programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente, señala que es una educación que prepara a individuos en organización formal e informal, para que tomen conciencia y se interesen por el medio ambiente y sus problemas asociados. Trabajando a favor de una solución ante problemas ambientales. (Chagollán Amaral & López Aguilar, 2006)

1.4.6 Conducta humana

Según Egg (2016) en el Diccionario de la Psicología, la conducta significa cualquier actividad, movimiento o reacción de un organismo o la respuesta que altera la posición del organismo en cualquier parte del mundo en el espacio.

Chertok (2006) precisa que la conducta es toda actividad desarrollada por un organismo vivo. De hecho, incluye todos y cada uno de los cambios que pueden ocurrir en un organismo o en cualquier parte de él.

Johnston & Packer (1981) definen conducta humana como la acción que implica movimiento en el espacio y en el tiempo.

La conducta humana es el objeto de la modificación de conducta, lo que la gente hace o dice, implicando las acciones de una persona, es decir, no sólo se puede mencionar la conducta si es buena o mala, sino describir cómo actúa, que dice o hace. De esta manera, la conducta puede ser descrita, observada y registrada por otros o por las mismas personas, también podemos detectarla a través de nuestros sentidos. (G. Miltenberger, Virués Ortega, & Nogales González, 2013)

1.4.6.1. Modelo integrador de la conducta.

Smith & Sarason (1984) establecen factores para entender la conducta del hombre, a través de la función de los elementos ambientales o personas que cumplen en las influencias mutuas:

1.4.6.2. Influencia entre persona - conducta y conducta persona

El comportamiento humano adopta el influjo de factores biológicos, motivacionales, cognoscitivos y psicodinámicos, influenciados por

nuestro comportamiento. Los autores, señalan que todo lo que aprendemos influye en la conducta, el concepto que asumimos de nosotros mismos y del mundo, la compostura para resolver problemas psicodinámicos. Entonces las características de los individuos influyen en la conducta y a la vez lo imita.

1.4.6.3. Influencia de ambiente - conducta y conducta ambiente.

Al ofrecer experiencias de aprendizaje, el ambiente influye en la conducta a través del control de la conducta por estímulos, fortaleciendo o debilitando las conductas con resultados negativos o positivos. El comportamiento moldea el ambiente. En consecuencia, personas amistosas generan un clima interpersonal agradable y positivo, los de carácter opuesto crean un clima desagradable para ellos mismos. El medio influye en la conducta y ésta a su vez influye sobre él.

Si se aspira cambiar las conductas de las personas con la campaña, el ambiente será por estímulos positivos o negativos, es decir los individuos según su estímulo realizarán una acción negativa o correcta.

1.4.6.4. Influencia de ambiente - persona y persona – ambiente.

En todos los rasgos de personalidad, el ambiente del sujeto tiene influencias; en factores biológicos, en el estilo cognoscitivo y en las destrezas, en el grado de autorrealización, en la personalidad; a su vez, los rasgos de su personalidad determinan el tipo de ambiente del sujeto.

1.4.7 Cultura ambiental

La cultura ambiental con el ser humano establece una relación. Según Bayón, P. & Morejón, A. (2005) esta relación del hombre y el medio ambiente abarca un conjunto de costumbres, estilos y condiciones de vida de una sociedad con una identidad propia, basada en tradiciones, conocimientos y valores.

La educación ambiental defiende y beneficia la diversidad cultural para garantizar que los pueblos e individuos realicen sus proyectos de construcción de sostenibilidad. Aunque tener una cultura ambiental no siempre garantiza un cambio en el comportamiento del ser humano en beneficio del ambiente. Varios estudios han mostrado que existe una relación positiva entre el nivel de cultura ambiental de una persona y la probabilidad de que realice acciones ambientalmente responsables. (Márquez , Salavarría, & Eastmond, 2011)

Schwartz y Bilsky (como se citó en Murillo, 2013) señalan que en la cultura ambiental los valores es un punto importante dentro de ella, se entienden como formas cognitivas que responden a las necesidad del ser humano. El humano es un organismo biológico que interactúa, busca su bienestar y su supervivencia grupal e individual.

Para estos autores, los valores tienen cinco características fundamentales 1) conceptos o creencias; 2) relacionan conductas deseables y el estado final del comportamiento; 3) trascienden a situaciones específicas; 4) guían la selección o evaluación de comportamientos; 5) son ordenados por su importancia relativa. Lo anterior hace evidente la importancia que los valores tienen en la vida del ser humano.

1.4.8 Medio ambiente

La Ley de las Bases Generales del Medio Ambiente, N° 19.300, publicada en el Diario Oficial de 9 de marzo de 1994, la define como:

El sistema global constituido por elementos naturales y artificiales de naturaleza física, química o biológica, socioculturales y sus interacciones, en permanente modificación por la acción humana o natural, que rige y condiciona la existencia y desarrollo de la vida en sus múltiples manifestaciones. (Fernández Bitterlich, 2004)

Rodríguez (2002) conceptualiza al medio ambiente como el conjunto de todas las condiciones externas que influyen sobre la vida, el desarrollo y la supervivencia de un organismo.

Hernández (2010) indica que es el conjunto de elementos físicos, químicos, biológicos y de factores sociales capaces de causar efectos directos e indirectos a corto o largo plazo sobre los seres vivos y las actividades humanas.

1.4.9 Contaminación ambiental

Costeau (1997) Indica que la contaminación altera al medio ambiente por las diversas acciones de agentes biológicos, físicos y químicos que se encuentran en reuniones y lugares fijos.

Se produce por la presencia de objetos que alteran las características del aire, del agua o el suelo. Estos invitados de piedra que se encuentran en el lugar equivocado y/o en cantidades superiores a los que la misma naturaleza puede depurar, provocan cambios en el medio en el que se han introducido. (Ruiz L. S., 1999)

Por lo tanto, cualquier tipo de materia, impureza o influencia física como los productos de radiación o ruido, químicos, basuras, causan un peligro o un daño en el sistema ecológico y sería correcto apartarlo de su equilibrio.

1.4.10 Impacto ambiental

Las acciones humanas motivadas por diversos fines causan efectos colaterales sobre el medio natural o social, cuyos efectos suelen ser positivos como negativos. “El impacto ambiental proviene del cambio de la valoración del medio, debido a los cambios en el ambiente producidos por una actividad humana.” (Garmendia & Crespo, 2005). Esto es evaluado para el análisis de las consecuencias de la acción, la declaración de impacto ambiental es la comunicación previa que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales por la evaluación.

1.4.11 Residuos urbanos

Moreno & García (2014) mencionan que la Ley de Residuos y Suelos 22/2011 define residuos a cualquier sustancia u objeto que su heredero deseche o tenga la intención o la obligación de desechar.

Orozco (2003) Manifiesta que es producido en un núcleo urbano, según factor cultural, económico, social; cuyos factores es el nivel y modo de vida de la población, la época del año, la situación respecto a los centros de trabajos y el movimiento de la población durante las vacaciones, fines de semanas o festivos.

a) Clasificación de residuos urbanos

Los residuos urbanos se encuentran en la categoría de sólidos urbanos en el cual se clasifican en domiciliarios, voluminosos viarios e inertes.

Orozco (2003) Presenta la clasificación de residuos y sus componentes.

Tabla 1:

Categoría principal	Clasificación	Componentes principales
Gaseosos	No contaminantes Contaminantes	Dióxido de carbonos, vapor de agua, nitrógeno, etc.
Líquidos	Industriales Urbanos Energéticos	Aguas de proceso Aguas residuales urbanas Aguas de refrigeración y de producción de energía.
Depuración	Lodos	Sólidos, líquidos y pastosos.
Sólidos urbanos	Domiciliarios Voluminosos Viarios Inertes	Materia orgánica, papeles, plásticos, metales, vidrios, etc. Muebles, enseres, vehículos abandonados, animales muertos. Restos de limpieza viaria, zonas verdes, playas, etc. Restos de reparaciones y obras menores en viviendas.
Industriales	Inertes Asimilables a urbanos Peligrosos	Cenizas, arenas, virutas metálicas, etc. Plásticos, papeles, cartones, vidrios, etc. Aceites industriales, cianuros, baños ácidos o alcalinos, baños de cromados, baños de sales metálicas, líquidos y lodos halogenados, etc.
Inertes	Construcción y reforma de viales. Construcción en general.	Tierras, rocas, restos de vegetales. Tierras, escombros, etc.
Mineros	Estériles Tratamiento de menas	Rocas, minerales, polvo. Sólidos, lodos y líquidos.
Agrícolas y pecuarios	Cultivos Estiércol Purines Agrícolas industriales	Cereales, frutales, etc. Deyecciones de animales. Deyecciones de animales Vinazas, alpechines, frutos secos, conservas.
Forestales	Entresacas Corte de madera Restos de incendios	Ramas, hojas, malezas. Serrín, virutas, ramas, hojas, cortezas. Madera quemada.
Hospitalarios	Asimilables a urbanos Sanitarios específicos	Papeles, plásticos, restos de comida, envases de bebidas, etc. Agujas, ampollas, gasas, fármacos, jeringas, etc.
Radiactivos	Alta actividad Media baja actividad	Neptunio-237, Plutonio – 239, Americio-241, etc. Estroncio- 90, Cesio- 137, Cobalto- 60, etc.

Figura 7: Clasificación de los residuos y componentes.

Fuente: Orozco (2003). Contaminación Ambiental. Madrid: Paraninfo

1.4.12 Gestión ambiental

Orozco (2003) conceptualiza la gestión ambiental como la disciplina asociada al control de la generación, almacenamiento, recogida, transferencia, transporte, procesamiento y evacuación de los residuos de acuerdo con los mejores principios de salud pública, de la economía, de la conservación, de la estética y de otras consideraciones ambientales. Estableciendo sus programas de actuación:

Reducción en origen: capaz de reducir la cantidad de residuos, los impactos ambientales derivan de la existencia de los mismos.

Reciclaje: implica la separación y la recogida de materiales residuales contenidos en los residuos urbanos, para ser transformados dentro de un proceso de producción y ser utilizados para su fin inicial o para otros fines.

Transformación de residuos: consiste en una alteración física, química o biológica de los residuos para mejorar la eficacia de las operaciones de su gestión, para recuperar materiales reutilizables y reciclables, para obtener productos de conservación y para conseguir energía térmica y biogás combustible.

1.4.13 Reglamento para el ordenamiento ambiental urbano.

Según el Plan de desarrollo urbano de Chiclayo (2016) presenta las normas ambientales y de seguridad física, en el cual hemos considerado las que estén relacionadas con la investigación.

Artículo 9º.- Área de Protección por curso de agua de Acequias.

Aguas conducidas por las acequias Cois, Pules y Yortuque que ingresan a la ciudad de Chiclayo.

a) Medidas de Tratamiento y Manejo Ambiental:

Prohibición de arrojo de RR.SS.

Prohibición de disposición de aguas residuales, de uso industrial, y/o demás efluentes provenientes de otras actividades que degraden y alteren el entorno.

Conformación de Barreras contravientos con especies arbóreas para protección en ambos lados en una franja de 15ml. Medidos desde el eje de la acequia.

Limpieza y mantenimiento de todas las acequias.

Capitulo III. Normas para mitigar la contaminación ambiental en el área urbana.

Artículo 10°.- No se permitirá en las áreas residenciales y en el centro de la ciudad:

Acumular o depositar desmonte, residuos sólidos y otros en la vía pública, en terrenos sin construir y en áreas verdes.

Preparar material de construcción en las vías públicas sin la autorización Municipal.

Podar o talar árboles del área pública sin permiso de la Municipalidad.

Arrojar desechos en canales de regadío.

1.4.14 Leyes ambientales

Ley N°27314 Ley General de Residuos Sólidos

Esta investigación ha considerado los puntos más importantes de los lineamientos de política. Según OEFA (2014), modificado por el Decreto Legislativo N° 1065, establece:

Artículo 4º.- Lineamiento de política

La ley es establecida por la política nacional ambiental y por los principios determinados en el Código del Medio Ambiente y los Recursos Naturales.

La gestión de residuos sólidos se rige en primer lugar en:

Desarrollar acciones de educación y capacitación para una gestión de los residuos sólidos eficaz y sostenible.

Establecer y usar tecnologías métodos, prácticas, procesos de producción y comercialización que favorezcan a la minimización o reaprovechamiento de los residuos sólidos y su manejo adecuado.

Promover la participación de la población, la sociedad civil organizada y el sector privado en el manejo de los residuos sólidos.

Fomentar la formalización de entidades o de las personas que se interponen en la administración de residuos sólidos.

Impulsar la creación de sistematización y difusión de la información para el mejoramiento del manejo de los residuos sólidos.

Artículo 10º.- Municipales provinciales

Las municipales provinciales tienen la responsabilidad de encargarse de la gestión de residuos sólidos de origen comercial, domiciliario, y de las actividades que la generen. Tienen el deber de elaborar programas para la formalización de los ciudadanos, entidades operadores, que actúan en el manejo de residuos sólidos sin las autorizaciones adecuadas:

Están obligadas a:

Planificar la gestión integral de los residuos sólidos de sus distritos y centros poblados menores, con las políticas de desarrollo local y regional.

Asegurar la adecuada limpieza de vías, espacios y monumentos públicos, la recolección y transporte de residuos sólidos en los distritos de las ciudades.

Aprobar los proyectos de infraestructura de transferencia, tratamiento y disposición final de residuos sólidos, así como autorizar su funcionamiento.

Artículo 17°.- Tratamiento

Todo tratamiento de residuos urbanos será ejecutado mediante tecnologías o métodos compatibles con la calidad ambiental y la salud, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 47° del Reglamento, queda prohibida la quema artesanal o improvisada de residuos sólidos.

Artículo 63°.- Fiscalización municipal

Los gobiernos locales en el marco de sus competencias en materia de saneamiento, salubridad y salud realizarán el control y fiscalización, en lo referido a la generación, transporte y disposición de residuos en el ámbito de sus localidades.

Artículo 71°.- Régimen de Sanciones

En el marco de las funciones establecidas en la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades y el presente Reglamento, las infracciones por acciones u omisiones, dará lugar a la aplicación de sanciones administrativas por parte de la autoridad municipal competente.

1.5 Formulación del problema

¿En qué consiste la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017?

1.6 Justificación e importancia del estudio

El estudio es importante porque a través de la propuesta de campaña social fotográfica se pretende generar un cambio en la sociedad, sensibilizando y persuadiendo el respeto y compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Su contribución de esta investigación servirá a entidades públicas como ONG's ambientalistas, municipalidades, entidades públicas e instituciones como un futuro proyecto social de sensibilización ambiental a nivel internacional, nacional o local.

En lo institucional beneficiaría a la universidad Señor de Sipán ya que cumple con la misión de base de investigación, promoviendo el emprendedurismo y contribuyendo con la sociedad.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Diseñar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojado de residuos urbanos en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 - 2017.

1.7.2 Objetivos Específicos

Definir los conceptos relacionados con campaña social, fotografía, sensibilización ambiental y residuos urbanos.

Diagnosticar la situación ambiental de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojamiento de residuos urbanos y promoción del cuidado del medio ambiente.

Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente.

Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas.

Diseñar la campaña social fotográfica.

II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación se fundamentó en el **paradigma naturalista**, porque es un estudio antropológico, debido a su naturaleza fotográfica. Desde la realidad observada del investigador y los presidentes de juntas vecinales, se investigó la situación ambiental de las inmediaciones y se procedió a la descripción de los datos hallados.

A partir de la descripción de perfiles, intereses y ambiciones de los pobladores, descritos de forma coherente y la determinación de los elementos visuales que se utilizará en las piezas fotográficas, se dio el paso para realizar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental como solución y cambio.

Según, Tomas Khun (como se citó en Ramírez, Arcila & Buriticá, 2004) define un paradigma como un esquema admitido y consensado por una comunidad para encarar, explicar y observar un fenómeno.

En el paradigma naturalista hay una realidad única sobre lo que puede llegar a influir el investigador. Este paradigma se lleva a cabo sólo cuando existe una real y efectiva posibilidad de lograr algo de forma inmediata. Cuba (1981) afirma:

Existiendo múltiples realidades, la investigación divergiría en lugar de juntar generando el avance del conocimiento y que todas esas partes de la realidad tenga una relación mutua, de tal manera, que el estudio de una parte influye necesariamente en todas las demás (p. 149).

Por lo tanto, se concluye que el investigador y las personas investigadas tienen una interrelación que producirá acciones de cambio respecto al arrojamiento de residuos urbanos en las vías públicas.

El estudio se basa en una **metodología cualitativa**, cuyo objetivo es explicar sobre lo que ocurre y en qué condiciones se encuentra la zona de estudio, que es afectada por personas que contaminan; la relación que tienen con el medio ambiente y los motivos que estimulan arrojar desechos urbanos. De esta manera podemos ir creando la campaña social fotográfica para lograr un cambio en la sociedad.

Según Prat Fairchild (como se citó en Cifuentes, (2011)) añade:

La investigación cualitativa es entendida como un sistema de representaciones sobre la realidad, ideas, conceptos; que abarca conocimientos y prácticas del ser humano en diferentes circulo de actividades, económica política, social, cultura, técnica y científica. Logrando una descripción holística, es decir, un análisis del asunto o actividad detallado.

La investigación cualitativa lleva consigo descripciones a través de la observación. Pérez (2002) dice:

“La investigación cualitativa no estudia la realidad en sí, sino como se construye la realidad, comprenderla.” (p. 213 – 226)

Tipo **fenomenológico**.

Al proponer la campaña social fotográfica de sensibilización ambiental, nos referimos a un método fenomenológico, debido a que las realidades a estudiar parte desde el mismo sujeto que realiza conductas que afectan al medio ambiente. De modo que para crear una propuesta se tiene que estudiar a la población que habita en la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos.

Pinero (2012) explica que el método fenomenológico propuesto por Edmund Husserl consiste en sondear los contenidos de la conciencia y estipular si tales contenidos son reales, imaginarios o ideales. Siendo para Husserl una ciencia descriptiva y concreta que permite estudiar al individuo como a sí mismo. De la cual pretende describir significados de experiencias vividas y percibidas por el hombre e intenta entender su realidad.

Maykut & Morehouse (1994) señalan que la fenomenología entiende al mundo como algo no acabado, en constante construcción. Por lo tanto, los sujetos que lo viven son capaces de modificarlo y darle significado.

Este método aplicado en la investigación permitió describir a las personas que viven en el área de estudio, obteniendo conocimiento de sus perfiles y comprender lo que

hacen según su estilo de vida diaria y su educación dentro de su contexto socio – ambiental.

2.2. Participantes

En la investigación, se entrevistó a 8 pobladores, 4 residentes de la Av. Chinchaysuyo y 4 residentes de la Cl. Amarantos en la Urb. Santa Victoria, contribuyentes o no con la contaminación. El público objetivo estuvo conformado por adultos – mayores, jóvenes, trabajadores, amas de casa y padres de familia.

Asimismo, se seleccionó a presidentes / coordinadores de juntas vecinales y expertos mediante una muestra no probabilística discrecional. Según Díaz (2006) los procedimientos no probabilísticos no conocen la probabilidad de un elemento de la población ya que la selección solo lo decide el investigador según su criterio y este método ayuda a calcular el error muestral que se comete.

El método discrecional, se realizó según la selección de aquellas personas que contribuyeron satisfactoriamente con la investigación. Díaz (2006) explica que el muestreo es apropiado si dentro de la población, existen sujetos que no queremos que no participen por utilizar un método totalmente aleatorio o de conveniencia.

En la Cl. Los Amarantos, antes de llegar se encuentra la Cl. Rio Chotano, la población es de nivel socioeconómico medio alto y alto, fuera de sus viviendas no se observa gran cantidad de basura, es muy escaso los portacestos en algunas viviendas. No obstante, fuera de las casas se observa bolsas de basura en la vía pública.

2.3. Validación y confiabilidad de los instrumentos

La investigación “Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en la inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos, 2016 – 20017” utilizó tres instrumentos de guía de entrevista de profundidad, los cuales fueron elaborados por la autora. Estos instrumentos fueron validados por juicio de expertos.

Credibilidad: Este criterio se basó en la confiabilidad y veracidad de los datos recibidos en las entrevistas, y en el isomorfismo entre la realidad y la información recibida, documentada en el matriz de resultados, en anexos.

Dependencia: Se fundamenta en el criterio de dependencia debido a la evolución de la fuente de datos y su variabilidad, la realidad debido a su naturaleza es inestable.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnicas de recolección de datos, validez y confiabilidad

En la investigación se usarán las siguientes técnicas:

Entrevista: Según Canales (como se citó en Bravo & García, 2013) **la entrevista** es el diálogo interpersonal establecido entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.

A través de la entrevista el investigador consigue descripciones de la información que proveen las mismas personas que actúan en la realidad social dada. Esta información contiene creencias, conceptos e ideas de los entrevistados. (Yuni & Urbano, 2006)

Siendo de tipo **fenomenológico**, se cumplió el objetivo del diseño de la campaña social fotográfica a través de entrevistas de profundidad, aplicada a los líderes de juntas vecinales para diagnosticar la situación ambiental de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente.

Se utilizó la entrevista de profundidad para describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. Asimismo, este instrumento se aplicó a expertos especializados en fotografía para determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas.

Se utilizó como instrumento tres guías de entrevistas **semi estructuradas** en la

investigación cualitativa. Según Flick (2007) considera que las entrevistas semi estructuradas son las que ofrecen un grado de aceptación, mantiene uniformidad para lograr interpretaciones acordes con los propósitos del estudio. Este tipo de entrevista despierta mayor interés, debido a que se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista de manera relativamente abierta y en libertad, que en una entrevista estandarizada o un cuestionario.

Guía de entrevista de profundidad: Se aplicó una entrevista de profundidad a los líderes de juntas vecinales para diagnosticar la situación ambiental de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojamiento de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente, que constó de 12 preguntas, que estuvieron conformadas por las siguientes categorías:

Categoría 1: Desecho de residuos urbanos.

Categoría 2: Promoción del cuidado del medio ambiente.

Asimismo, se designó una entrevista de profundidad a 8 pobladores, respondiendo 16 preguntas que estuvieron conformadas por las siguientes categorías:

Categoría 1: Perfil.

Categoría 2: Interés en relación al cuidado del medio ambiente.

Categoría 3: Recurso de contaminación de residuos urbanos.

Categoría 3: Propuesta de campaña social fotográfica.

Categoría 4: Aspiraciones.

Para determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas, también se utilizó la entrevista de profundidad elaborada por 15 preguntas, dirigida a expertos profesionales de fotografía y conformadas por la siguiente categoría:

Categoría 1: Realización fotográfica

Según Martínez (como se citó en Bravo & García 2013) para realizar una entrevista semiestructurada se debe seguir los siguientes pasos:

- a. Realizar una guía de entrevista, con interrogantes agrupadas por temas o categorías, con base en los objetivos de la investigación.
- b. Elegir un sitio adecuado donde se establezca un diálogo profundo e interactivo con el entrevistado, sin ruido que interrumpa con la entrevista y la grabación.
- c. Informar al entrevistado la función de la entrevista y solicitar autorización para grabarla o videograbarla.
- d. Escribir la mayoría de datos personales que sean apropiados para los fines de la investigación.
- e. El entrevistador debe ser receptivo y sensible, no mostrar desaprobación en los testimonios.
- f. Seguir la guía de preguntas de manera que el entrevistado hable de manera libre y espontánea, si es necesario se modifica el orden y el contenido de las preguntas acorde al proceso de la entrevista.
- g. No interrumpir el curso del pensamiento del entrevistado, facilitando la libertad de tratar otros temas que el entrevistador perciba relacionados con las preguntas.

2.5. Procedimiento para la recolección de datos

Aprobado la investigación por la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación, se provino recolectar datos utilizando métodos, técnicas e instrumentos cualitativos, con la finalidad de obtener información necesaria. A continuación, se detalla el siguiente procedimiento:

Pasos:

Paso 1. Se elaboró tres instrumentos a utilizar (Guía de entrevista de profundidad) dirigida a los presidentes / coordinadores de juntas vecinales, a los habitantes de las

inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos; y a los expertos especializados en fotografía.

Paso 2. Se validó los instrumentos por parte de tres especialistas en la investigación, por un comunicador especializado en producción de campañas, por un especialista en el área de fotografía y un metodólogo. La investigadora seleccionó a María Sánchez Quezada, Magister en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa; André Magallanes, docente en Toulouse Lautrec , Realizador visual y Director de Fotografía; y Gilbert Amador Espíritu García, Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la universidad Señor de Sipán.

Paso 3. Requerimiento del permiso para entrevistar a las 8 personas residentes en el área del estudio.

Paso 4. Se entrevistó a tres expertos especializados en fotografía.

Paso 5. Por último, se analizaron e interpretaron los datos.

Análisis y discusión de datos

Captura y obtención de información:

- a) Aplicación de instrumentos validados por juicios de expertos.
- b) Archivo de video, audio o fotográfico constatando la aplicación de entrevistas a los presidentes o coordinadores de juntas vecinales, a los ocho pobladores que residen en el área de estudio y a los expertos especializados en fotografía.
- c) Transcripción de las entrevistas en matriz, como Anexo.
- d) Se realizó un análisis de discurso, por medio de las respuestas de los presidentes o coordinadores de juntas vecinales ofrecidas en la entrevista, diagnosticando la situación ambiental de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente.
- e) Se elaboró una descripción de la información, a través de los resultados de la entrevista de profundidad dirigida a los 8 pobladores que residen en la Av.

Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos. Logrando describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente.

f) Se redactó un informe por medio de los resultados de la entrevista de profundidad dirigida a expertos especializados de fotografía, determinando los elementos para la realización de piezas fotográficas.

g) Obteniendo la información, se da el paso al análisis e interpretación de los resultados y al diseño a la campaña social fotográfica.

Codificación de la información:

Proceso de niveles:

a) En el primer nivel se reunió las unidades de la variable en pre – categorías (Campaña Social Fotográfica y Sensibilización ambiental).

b) En el segundo nivel se comparó las pre - categorías entre sí para agruparlas por temáticas y buscar posibles vinculaciones, con conceptos claves según matriz.

Integración de la información:

a) Se relacionó las pre - categorías con el fin de establecer una relación con los antecedentes y conceptos de diversos autores citados en el marco teórico.

b) Con la información se logró el objetivo general planteado en la investigación, para dar paso a la realización de la propuesta de campaña social fotográfica y como punto final la elaboración de las conclusiones.

Propuesta de campaña social fotográfica:

a) Se diseñó una propuesta de campaña social fotográfica, cuyo proyecto contiene situación problemática, objetivos, justificación, estructura de la campaña, público objetivo, etapas de la campaña y plan de medios.

4.1. Criterios éticos

La investigación “Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en la inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017” realizó una entrevista a los pobladores y requirió de los criterios éticos para la recolección de datos.

Todas las personas que participaron de esta investigación, estuvieron informados y su colaboración fue de manera voluntaria, cumpliendo el principio del consentimiento informado. Asimismo, se asumió con responsabilidad velar por la información obtenida de los pobladores para que sea utilizada sólo con fines de investigación, considerando el principio de libertad y responsabilidad como todo ciudadano que busca un bien común para la sociedad y como profesional desarrollar capacidades para la creación de esta propuesta, para que algún día nuestra ciudad tomé iniciativa de generar educación ambiental en su hogar y en su entorno social.

Respecto a los datos encontrados se guardará el criterio de inalterabilidad de éstos, resumiendo solamente las respuestas dadas por las personas que residen en el área de estudio, cuidando de no cambiar el sentido que quisieron expresar, algo que se documentará en la transcripción de las entrevistas, en el anexo 2.

4.2. Criterios de rigor científico

Se trabajó con 8 pobladores, 4 residen en la Av. Chinchaysuyo y 4 residen en la Cl. Amarantos, estuvieron en casa los días de la aplicación de instrumentos, siendo personas que contribuyen o no con la contaminación de residuos urbanos o sólidos. Contando con la participación de jóvenes y adultos mayores, jóvenes estudiantes, personas de nivel socioeconómico bajo y alto, amas de casa o personas jubiladas que estén interesados en la investigación, lo cual les da criterio para fundamentar sus respuestas.

Se excluyó en la investigación a personas que no tenían interés por la investigación, porque sus respuestas no serían sinceras y participarían por cumplir un compromiso; los menores de edad; las personas que viajan constantemente y están fuera de casa.

III. RESULTADOS

En el presente trabajo los resultados obtenidos de los participantes aportan datos profundos para la investigación. De estos resultados surge la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017. Se consideró en el Instrumento I a dos líderes/coordinadores de juntas vecinales de la Av. Chinchaysuyo y de la Cl. Amarantos, inmediaciones del Paseo Yortuque. Asimismo, la descripción de la información de los resultados del instrumento II, aplicados a ocho pobladores que residen en las inmediaciones y un informe del instrumento III aplicados a tres expertos especializados en el área de fotografía.

3.1. Resultados en figuras

Análisis crítico del discurso

Instrumento I

Se presenta el análisis crítico discursivo de los resúmenes de la entrevista a los dos presidentes de juntas vecinales que emitieron sobre las situaciones ambientales de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos.

Los hablantes son dos adultos, de sexo masculino y femenino, de 70 y 10 años de edad, miembros de grupos socioeconómicos bajo y alto. La entrevista semiestructurada fue directa y semiformal, grabadas en un audio y un video por la investigadora, cuya duración fue aproximadamente de 30 minutos. La temática fue de interés para ambos entrevistados, contando con una guía de entrevista conformada por dos categorías: Desecho de residuos urbanos y Promoción del cuidado del medio ambiente.

Análisis crítico

Entrevistado A: Gestor del paseo Yortuque, residente y presidente de junta vecinal de la Urb. Federico Villareal, 70 años, sexo masculino.

Entrevistado B: Residente y Coordinadora zonal de seguridad de la Av. Chinchaysuyo, 71 años, sexo femenino.

Categoría 1: Desecho de residuos urbanos

Entrevistado A: Presidente de junta vecinal de la Cl. Los Amarantos

En la Cl. Los Amarantos, el presidente de junta vecinal señala que la limpieza pública es escasa y obsoleta, debido que el sistema de recolección de basura en el Perú, no se moderniza. No tienen papeleras urbanas, ni portacestos fuera de sus viviendas.

La programación de limpieza no se cumple, es impuntual, otras veces no llega a su destino. En consecuencia, las personas ensucian la vía pública arrojando desechos fuera de sus viviendas antes y después de que el camión recolector pase por su residencia.

Después del fenómeno del niño costero 2017, hubo daños alrededor de la inmediación como empozamiento de agua. Asimismo, debido a la falta de educación ambiental, las personas siguen actualmente arrojando desechos.

La participación ciudadana es pobre, no tienen iniciativa, no protestan, tienen poco interés. Algunas personas que tienen interés, mayormente sus opiniones son aisladas y solo queda como comentario. Como ejemplo, el presidente de junta vecinal, narró que para realizar el Paseo Yortuque, que hace 10 años atrás era un muladar, sólo hablo con los pobladores y autoridades para iniciar ese proyecto arquitectónico.

Acerca del conocimiento de los horarios del camión recolector, las personas se informaron a través de una carta presentada por la municipalidad de Chiclayo, en la cual anunciaba que a partir de las 8:00 p.m. y 10:00 p.m. los pobladores tenían que sacar la basura de sus hogares. “Se cumplió un par de semanas y nada más. Existe el problema, de que muchos vecinos no tienen conciencia ecológica y las autoridades tampoco cumplen con su deber”, comentó el presidente.

El rol que realiza como líder, es de tipo estructural arquitectónico como el de tipo eco-ambiental. En el parque de las Naciones Unidas de la Urb. Villareal tiene pavimento en las pistas, áreas verdes que antes no existían y se han sembrado árboles.

Los viernes, sábados y domingos el presidente se reúne con un grupo de vecinos desde las 9:00 p.m. hasta las 2:00 a.m. Juntos han logrado eliminar el consumo masivo de alcohol y drogas a los largo de tres cuadras del parque, siempre dando la iniciativa el presidente. En el momento de la acción señala que únicamente asiste un grupo pequeño de la Urb. Federico Villareal “De 20 mil habitantes, solo asistieron 20 personas”, señaló el líder de junta vecinal de la Cl. Los Amarantos.

Respecto a la participación ciudadana, existe una lucha que aún no se enfrenta, con las autoridades insensibles y contra vecinos insensibles. Cuando recién se inauguró la obra del Paseo Yortuque, la municipalidad la cuidaba. Enviaban cuadrillas de obreros y de jardineros para que limpien. Actualmente, no le dan mantenimiento y las personas arrojan desechos de manera incorrecta en los puntos ecológicos ubicados en el Paseo Yortuque.

Entrevistado B: Coordinadora de seguridad de la Av. Chinchaysuyo

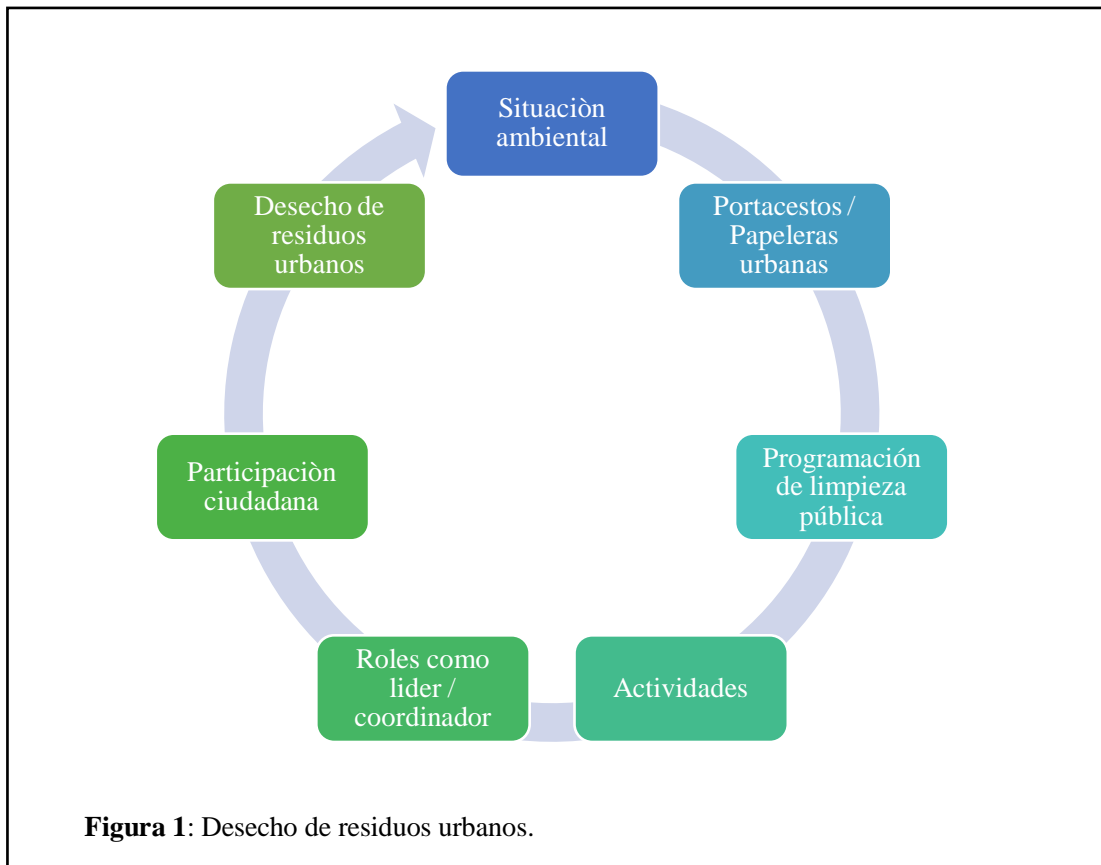
En la Av. Chinchaysuyo, no cuenta con portacestos y papeleras urbanas. No cuentan con limpieza pública, los ciudadanos toman la iniciativa de limpiar sus calles sólo algunos días.

El horario del camión recolector llega a sus viviendas todos los días por la mañana. No tiene horario fijo, llega aproximadamente a las 9:00 p.m, 10:00 p.m. o 11:00 p.m. Anteriormente, las personas no eran ordenadas, colocaban bolsas de desechos fuera de sus viviendas. “Ahora, como estoy al cuidado ya no ocurre esto frecuentemente. Aún hay personas que dejan su basura en la vía pública a cualquier hora y los recicladores informales, rompen las bolsas y las dejan desordenadas. El mismo poblador después que pasa el camión, tiene que recoger esa basura, entonces, esto no es correcto para mí.”, manifiesta la coordinadora zonal de la Av. Chinchaysuyo.

Después de los daños del fenómeno del niño costero 2017, algunas personas no desechan basura al suelo.

Los pobladores están informados del horario del camión recolector por el alcalde, quien les ha brindado charlas muchas veces. Sucede que, cuando los pobladores colocan la basura, como

ejemplo la coordinadora cuenta que le dicen lo siguiente: “Yo salgo temprano y el camión pasa más tarde, mejor dejo la basura en la vía.” Muchas veces de esa manera le responden los vecinos.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a presidentes / coordinadores de juntas vecinales.

Categoría 2: Promoción del cuidado del medio ambiente

Entrevistado A: Presidente de junta vecinal de la CI. Los Amarantos

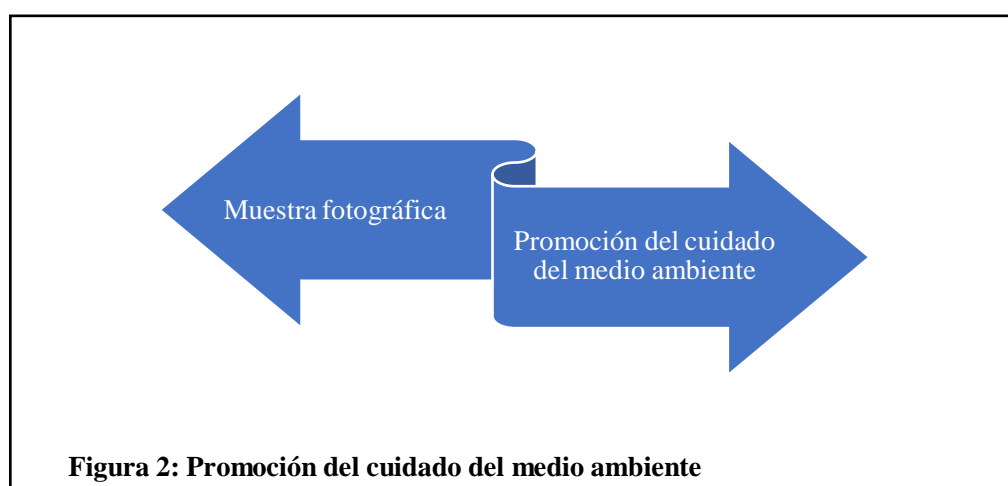
El presidente de junta vecinal de la CI. Los Amarantos, señala que la muestra fotográfica puede sensibilizar y sería una estupenda iniciativa, agregando un complemento, en el caso de que se convierta en realidad. “Esa idea junto con la fotografía, debe estar acompañado con un personal que verbalmente sensibilice a la población y si es posible repartir un pequeño volante,

explicando en forma concisa, algunos datos numéricos sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y de los peligros que implica no hacerlo.”, nos indicó. Asimismo, comentó que el paseo Yortuque es una clara muestra de que si es posible que los vecinos sin necesidad de tener ni un cargo tome la iniciativa y luche por hacer realidad un proyecto o una idea sobre el beneficio de la comunidad e inciten a las autoridades para que sea plasmado. “No hay que esperar todo de las autoridades, menos cuando son autoridades que tienen un nivel de indeficiencia en su trabajo, nosotros mismos como vecinos tenemos que asumir ese rol protagónico”, indica.

Entrevistado B: Coordinadora de seguridad de la Av. Chinchaysuyo - Distrito La Victoria

La coordinadora de seguridad de la Av. Chinchaysuyo, señala que las personas que tienen mascotas deben también aportar con el cuidado del medio ambiente y siempre llevar consigo una bolsa, debido que la materia fecal de estos animales en el parque y veredas, etc; se seca y se transforma en polvo, perjudicando la salud de los niños.

Por lo tanto, ambos líderes de junta vecinal comentaron de forma positiva que si les llamaría la atención una muestra fotográfica sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocioe la idea de cuidar el medio ambiente, porque puede contribuir para las autoridades y los ciudadanos.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a presidentes / coordinadores de juntas vecinal.

Instrumento II

Entrevista a ocho pobladores residentes de la Av. Chinchaysuyo y la Cl. Los Amarantos, teniendo en cuenta las siguientes categorías: Perfil, Interés en relación al cuidado del medio ambiente, Recurso de contaminación de residuos urbanos, Propuesta de campaña social fotográfica y Aspiraciones.

Descripción de la información

Categoría 1: Perfil

La presente categoría detalla los siguientes ítems: Personalidad, Expresión y Emoción de los pobladores de ambas inmediaciones, observados durante la entrevista.

Personalidad:

Los participantes de la Av. Chinchaysuyo, son personas participativas. Ante la entrevista se mostraron serios, serenos y son trabajadores. Unos que otro, eran mediadores, tímidos, introvertidos y leales.

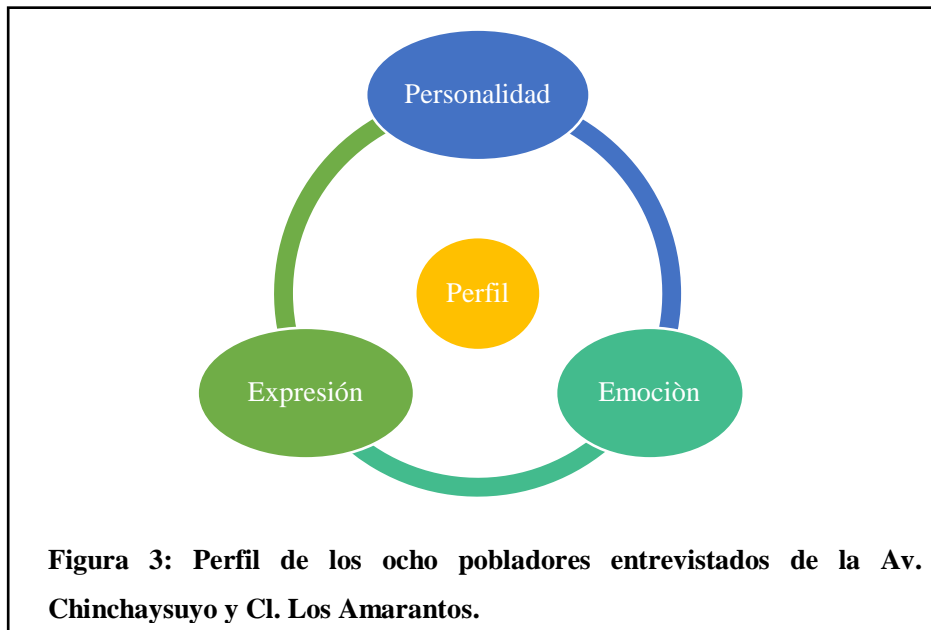
Los participantes de la Cl. Los Amarantos, al principio eran desconfiados porque durante la entrevista no permitieron ingresar a la autora a sus viviendas. Son personas serias, participativas y sinceras con sus respuestas.

Expresión:

Las expresiones de los participantes nos mostraban una sonrisa, preocupación y enojo durante la entrevista.

Emoción:

La mayoría mostró positivismo en su participación y en la idea de la propuesta. Sólo una persona no mostró positiva la propuesta, cree que hay otro mecanismo para lograr que la gente no arroje desechos al suelo.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a los 8 pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos.

Categoría 2: Interés en relación al cuidado del medio ambiente.

En esta categoría se presenta las respuestas de los pobladores de las inmediaciones de la Cl. Los Amarantos y la Av. Chinchaysuyo, a través de los siguientes ítems:

Valor y cuidado ambiental:

La mayoría de los pobladores manifiestan que valoran el medio ambiente realizando limpieza, evitando que sus vecinos coloquen en exceso desechos en los contenedores ecológicos de forma incorrecta. Manifiestan, que hay otros vecinos que en los puntos ecológicos ubicados en el paseo Yortuque lo han convertido en basureros, lo cual estos están destinados solo para pequeños residuos del transeúnte, mas no para que los vecinos coloquen sus bolsas de desechos. Asimismo, valoran ayudando a la conservación de plantas y el aseo del paseo Yortuque, cuidando que los vecinos en el momento de pasear a sus mascotas no dejen material fecal en las veredas y parques, transportando la basura cuando el camión recolector pase por sus viviendas y no contaminando el agua con los desechos. Un residente, señala que se debe colocar

los residuos en envases adecuados y que se debe evitar el consumo excesivo de papel y plástico, por ejemplo, señala que él no consume gaseosas, ni agua mineral, porque sus bebidas lo lleva en un propio envase. Y por último, que se debe guardar los desperdicios, así sea lo más mínimo en nuestros propios bolsos, hasta encontrar un lugar adecuado donde arrojarlos.

Noticias locales:

La mayoría de pobladores, señalan que son muy escasas las noticias en los medios respecto a la contaminación ambiental, debido a que le dan más importancia al tema de la seguridad ciudadana. Para ellos les hace falta este tipo de información, porque no todos tienen cultura de limpieza o del cuidado del medio ambiente.

Un poblador declara que si encuentra noticias en los medios, como en periódicos y en la televisión.

Grupo u organización ambiental:

Los pobladores no pertenecen a ni una organización o grupo, pero tratan de inculcar que se debe cuidar el medio ambiente, otros pobladores tienen amigos que son integrantes de grupos ambientalistas, pero ellos no pertenecen a ninguna organización. Otros desconocen.

Solo un poblador indica que pertenece a una fundación llamada Weloveyou, un grupo que realiza campañas de limpieza alrededor de todo el mundo.

Cuidado ambiental:

Los pobladores exponen que colaboran con el cuidado del medio ambiente reciclando y separando cartones, material de vidrio y plástico en los lugares correspondientes, no arrojando basura en la acequia y llamando a las personas que contribuyen con la contaminación.

Algunos pobladores de la Av. Chinchaysuyo señalan que el camión recolector llega a su residencia todos los días a las 10:00 a.m.

El poblador que pertenece a la fundación Weloveyou, manifiesta que realizan limpieza en los lugares sucios de Chiclayo.

Llamado de atención:

Los pobladores expresan que si llaman la atención a los vecinos que tienen esa mala costumbre de arrojar desechos cerca a sus viviendas, a veces terminan discutiendo, en otras ocasiones las personas que cometen esta acción, se ríen, contestan mal y siguen caminando.

Fastidio:

Los pobladores sienten fastidio cuando observan personas arrojar basura al suelo delante de ellos, todos en su mayoría si llaman la atención a las personas que realizan esta mala acción sin tener vergüenza. La reacción de estas personas muchas veces es negativa. Solo uno de ellos lo entiende, porque señala que hay otro mecanismo para evitar que las personas desechen basura al suelo.

Entorno social:

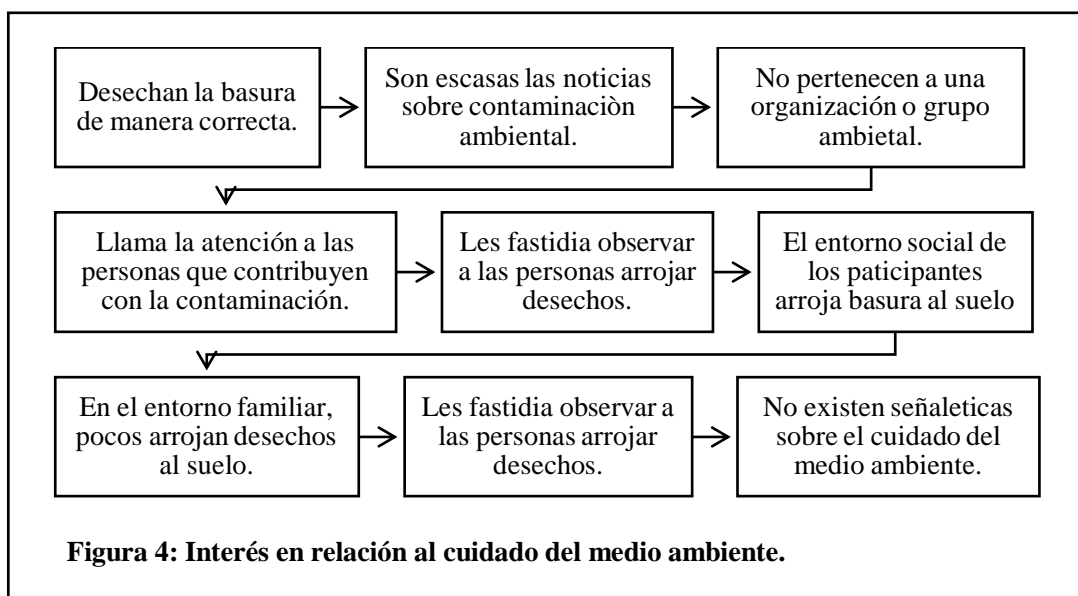
El entorno social de algunos pobladores, arrojan basura al suelo. En algunas ocasiones los participantes les llaman la atención por la falta de educación y falta de respeto.

Entorno familiar:

Algunos familiares de los participantes, arrojan desechos al suelo. Los participantes llaman la atención a sus familiares, pero para ellos es difícil cambiar de pensamiento a generaciones mayores. Sin embargo, aconsejan que a los niños se les debe educar desde pequeños en el hogar y en las escuelas.

Señaléticas:

No existen señaléticas del cuidado del medio ambiente alrededor de sus viviendas o en el paseo Yortuque.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a los 8 pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Categoría 3: Recurso de contaminación de residuos urbanos

En esta categoría podemos darnos cuenta que los pobladores que residen en ambas inmediaciones tienen conocimiento o no sobre el buen manejo de los residuos urbanos en sus hogares, sobre el reciclaje, sus reglas y cuáles de los objetos presentados en las imágenes pertenecen o no al grupo de residuos domiciliarios o urbanos.

Ámbito doméstico:

En el ámbito doméstico los participantes señalan que en casa se debe tratar de separar la basura de la manera correcta, como no arrojar desechos al desagüe. Una participante, aconseja que las madres de familia deben concientizar, educar a sus familias y a los niños desde muy pequeños.

Regla de las tres erres:

La mayoría de los pobladores no tienen conocimiento de cuáles son las reglas de las tres erres, las siguientes son: reutilizar, reciclar y reducir. Solo algunos conocen solo dos, reutilizar y reciclar.

Residuos urbanos o domiciliarios:

La mayoría de los pobladores no reconocen los alambres y materiales de construcción como residuos urbanos, porque señalan que no se reutilizan. Otros participantes afirman que todos son residuos urbanos.

Contaminación ambiental:

Las imágenes que más llamaron la atención de los pobladores, fueron la imagen 1 y 2. Sustentan que por las acciones de las personas los animales mueren y se lastiman por el arrojo de residuos urbanos. También, señalan que los niños son los más afectados de la contaminación, porque no es la calidad de vida que tienen que llevar.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a los 8 pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Categoría 4: Propuesta de campaña social fotográfica

En la presente categoría, los pobladores eligieron cuatro imágenes de banner publicitarios, lo cual nos ayudó a tener referencias para realizar la campaña social fotográfica de sensibilización ambiental.

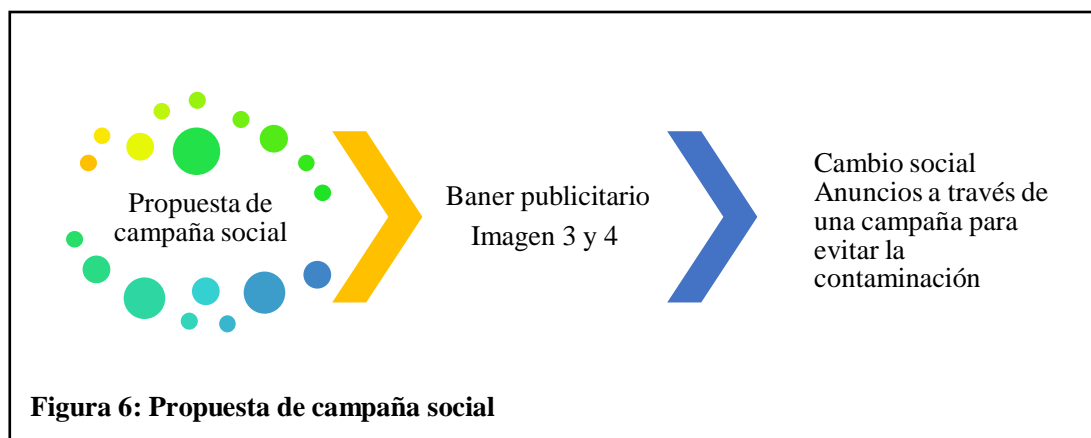
Banner publicitarios:

Los pobladores eligieron la imagen 3 y 4, porque creen que la cultura irá mejorando poco a poco estando libre de tóxicos y de residuos urbanos. Incentivando, educando a los pobladores a reciclar y valorar el trabajo de los recicladores, porque los niños son los más propensos a estar en peligro y el agua tóxica es un cultivo de bacterias.

Cambio social:

La propuesta para los pobladores si generaría un cambio social, porque se sentirían contentos que se fomente mensajes de protesta que promueva el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, creen que si hay un mensaje constante, inevitablemente llevaría a la acción y la gente constantemente reaccionaría conversando. Además, manifiestan que hace mucha falta un proyecto ambiental para el Paseo Yortuque, ya que es una atracción de miradas y debe mantenerse limpio.

Asimismo, indican que debería tener señaléticas de cuidado del medio ambiente. Sin embargo, carece actualmente de importancia, incluso, no tiene una buena iluminación siendo una inversión grande, siendo uno de los parques más grandes de Chiclayo. Otros pobladores expresan que se debe reconstruir, no reciclar, es decir, reconstruir la imagen del paseo Yortuque, porque no sólo llamando la atención dejarán las personas de arrojar basura, se necesita una base importante como la educación. Incluso, que es necesario un anuncio de una campaña fuerte para evitar la contaminación que afecta a todos los ciudadanos.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a los 8 pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Categoría 5: Aspiraciones

En esta última categoría, los pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos redactan una pequeña historia de cómo sería su mundo ideal.

Poblador 1:

Mi sueño sería que algún día cuando salgamos de casa, no vea por la calle residuos urbanos que den mala imagen a una ciudad y que todos deban estar involucrados en la limpieza. Para terminar “Una ciudad no es limpia porque la asean, sino porque no la ensucian.”

Poblador 2:

Me agradaría que en nuestra ciudad nuestras autoridades políticas invirtieran más en parques y jardines. De ellos depende el que tengamos mejor oxigenación y contrarreste los gases tóxicos de los autos y empresas. Que se pueda concientizar a la población, reeducarla para darle más prioridad al tema y me gustaría pertenecer a un grupo activo de ayuda para esta causa, ya que atraería miradas de turistas que aumentaría en la región y eso económicamente nos favorecería como ciudad para seguir creciendo como una ciudad limpia y podamos respirar mejor aire cada día.

Poblador 3:

Me gustaría que hubiera personas que visiten de manera permanente el paseo Yortuque evitando que la gente arroje desechos y multando aquellas personas que contribuyen con la contaminación ambiental. Que la municipalidad haga campañas de sensibilización de personas callejeras y evitar que las personas abandonen perros o gatos en las calles, así evitamos los perros vagos. Colocar paneles de concientizando para no contaminar el medio ambiente.

Poblador 4:

El ciudadano debe tener conocimiento del aseo. Que las autoridades (municipalidad) cumplan sus funciones que el pueblo les otorga. Teniendo la capacidad del cuidado del medio ambiente, entonces se lograría tener una ciudad sin contaminación y salud sana.

Los instrumentos que se necesitan es la reestructuración del reciclaje industrializado.

Poblador 5:

Un mundo ideal sería si la gente no contaminara, es decir, que no arrojen desechos, ya que mucha gente bota la basura por las ventanillas, en la vía pública o lava ropa u cosas en los ríos. Tenemos que tomar conciencia, ya que nuestro planeta está perdiendo esas partes bonitas que tiene.

Poblador 6:

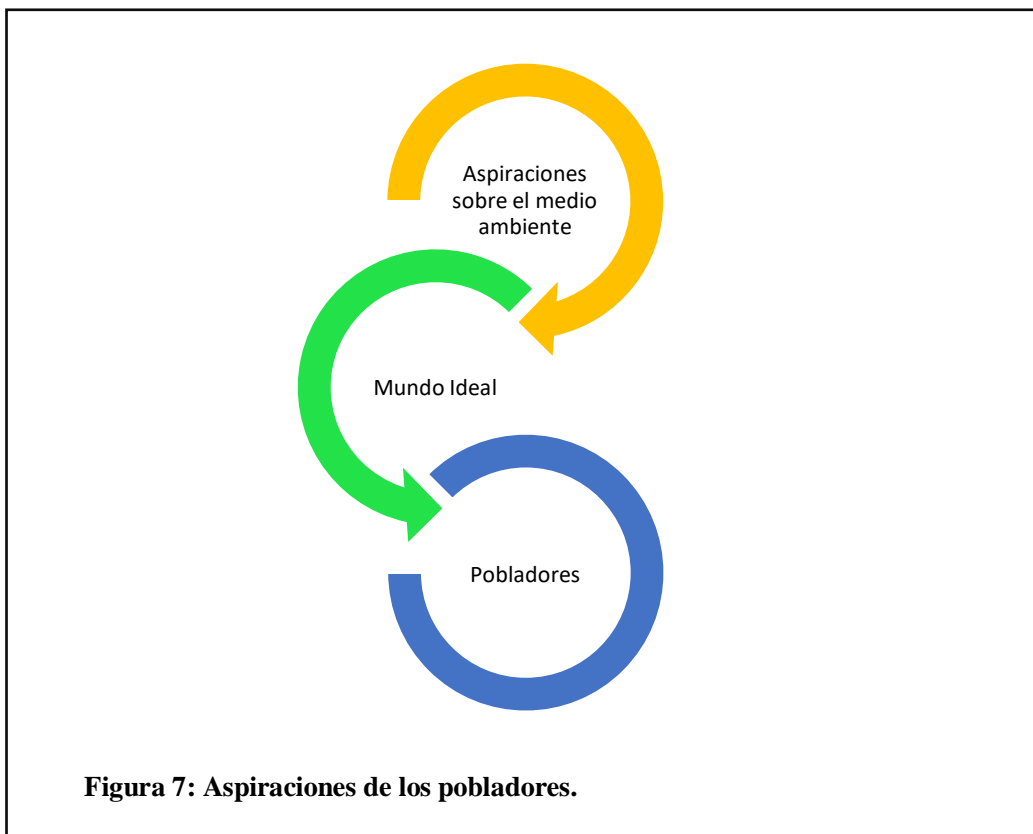
Empezando por la ciudad de vida que se merecen todas las personas, sería maravilloso el tener un futuro asegurado para nuestros hijos. Inculcando buenos hábitos desde el hogar, para así evitar catástrofes medioambientales. El saber reutilizar las cosas es una manera simple de ayudar y mejorar nuestro ambiente.

Poblador 7:

No redactó su aspiración y pertenece a un grupo ambientalista.

Poblador 8:

Hoy tuve un sueño, donde al despertar y abrir mi ventana, observé un gran parque con mucha área cubierta por plantas, con contenedores de basura siendo utilizadas de manera apropiada y separándola según el tipo, para aprovechar su reutilización o reciclaje. Además de una vía en mi ciudad para el paso únicamente de bicicletas, patines, skate; disminuyendo el tráfico, mejorando la salud al disminuir la contaminación ambiental, posibilitando realizar más ejercicio y disminuyendo la contaminación acústica al haber menos vehículos motorizados.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a los 8 pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Instrumento III

En este instrumento para determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas que servirán para la propuesta de la campaña, se entrevistó a tres expertos en fotografía: Juan Gil Salvatierra, fotógrafo y docente en la Universidad Santo Toribio de

Mogrovejo; Victor Contreras Bardales, fotógrafo documentalista y gastronómico y Mirko Solís Napanga, fotógrafo y docente en la Universidad Señor de Sipán.

Realización de fotografías

Especialista 1

Juan Antonio Gil Salvatierra, considera que la fotografía debe ser lo más objetiva posible, es decir, no alterarla y no utilizar algún programa de retoque para incrementar algunos elementos que modifique el discurso de la fotografía.

“En construcción del mensaje, manifiesta que para realizar una fotografía que tome conciencia, el mensaje ayuda a que la imagen sea directa.

Si busco un cambio en mi ciudad donde vivo y padece de un maltrato, de un olvido o es víctima de ciudadanos o vecinos irresponsables, es necesario hacer una denuncia a través de la fotografía.”; señaló.

Según Salvatierra, en la fotografía se trata de mostrar una realidad, conforme se encuentra. En el caso de utilizar personas para recrear la fotografía, es válido para una campaña, siempre considerando dentro de las reglas de composición, que el centro de interés este ubicado de manera adecuada para que el impacto visual surja con sólo una mirada en la fotografía. Se debe tener cuidado con la profundidad de campo, en la perspectiva, en nivel de visualizaciones y en la escena.

Para el manejo de fotografía hay dos posibilidades, que sea recreada o una fotografía encontrada. En la fotografía encontrada, con lo que haya el fotógrafo tiene toda la capacidad de utilizar eliminación del momento con la cámara con la que esté trabajando la técnica que domine para hacer la fotografía. Si es creada, depende de la hora del día, utilizar un reflector para colocar un poco de luz en zonas que puedan crear penumbras o hagan borroso o dificultoso la visualización.

Gil Salvatierra, personalmente elige realizar una fotografía encontrada, sin alterarla, sin utilizar equipos de iluminación, para evidenciar un acto que atente contra el medio.

El tipo de fotografía que recomienda es la fotografía documental, porque tiene un vínculo estrecho con la realidad. En cambio, la fotografía publicitaria es armada, es una ficción, es una realidad construida. En este proyecto se busca una necesidad de tomar conciencia de algo que realmente existe. Por lo tanto, el poder de la imagen es muy efectivo, trascendiendo cualquier barrera de idioma, incluso si esta muestra no solamente se lleva a galerías donde se acostumbra ver un trabajo artístico sino se hace una especie de muestra efectiva. “Yo pediría llevar esta muestra fotográfica a la intemperie, donde todo el mundo la pueda ver sin ninguna distinción de alguna clase social.”, señala Salvatierra.

La fotografía genera un poderoso impacto sobre los espectadores, el mensaje que emite llega de manera inmediata y de forma clara. Por último, indicó que la fotografía en si es un mensaje directo, despierta conciencia y cumplen un rol importante en la sociedad cuando uno necesita mostrar una causa y una lucha.

Especialista 2

Victor Contreras Bardales, señala que la fotografía debe ser fiel a la realidad, ya que para esta campaña lo que se busca es sensibilizar. Esto determina que no hay elementos ni concepto armados, siendo un trabajo de investigación y locación de situaciones o espacios que vayan de acuerdo con lo que se quiera mostrar.

Asimismo, recomienda realizar una fotografía de tipo documental. Utilizando el espacio real, transmitiendo fielmente, técnicamente obtener mayor profundidad de campo, un primer plano y encuadres angulares, porque deben mostrar a plenitud los espacios contaminados.

Utilizar perspectiva, aberrantes, líneas de fuerzas, diagonales, cenitales para favorecer la composición. La iluminación debe acomodarse al objetivo y estilo del fotógrafo, sea iluminación natural si se necesita priorizar amaneceres y atardeceres.

La fotografía como medio de comunicación o influencia social es importante, porque significa un recorte de tiempo y espacio, poder mostrar en múltiples plataformas un hecho coyuntural. Para este tipo de proyecto social, las herramientas a utilizar son espacios, persona, acciones y situaciones, concluyó Victor Contreras.

Especialista 3

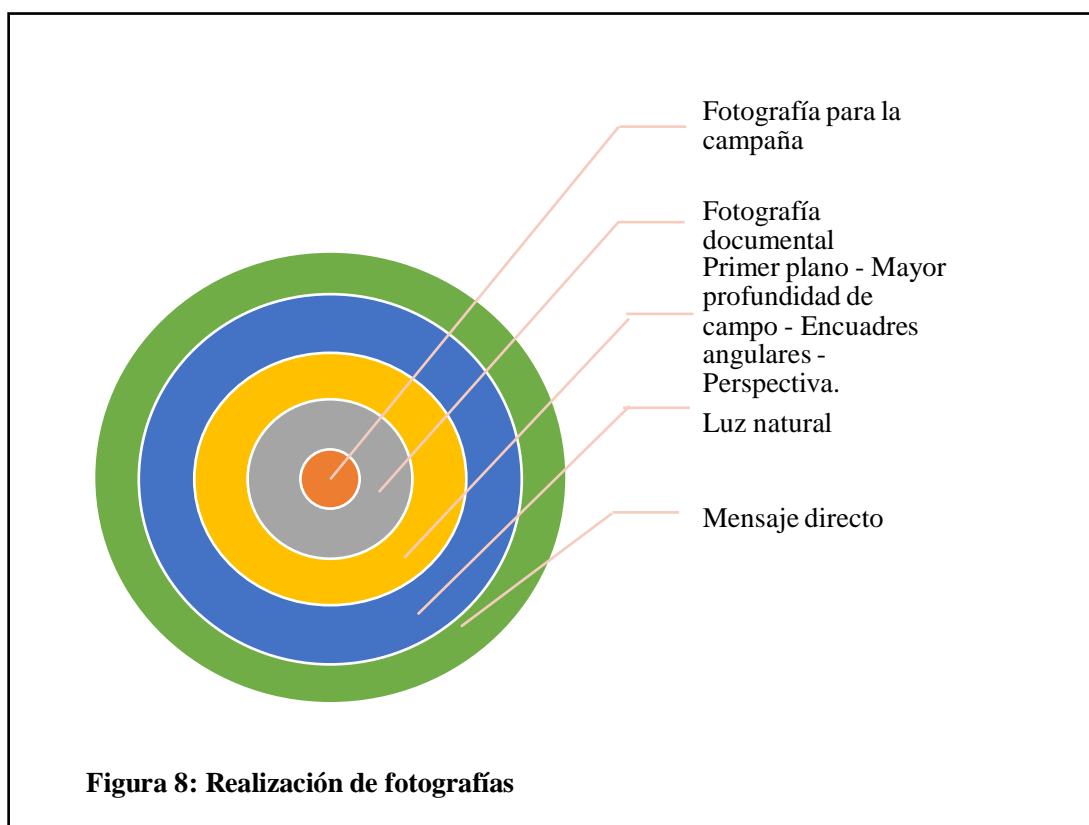
Mirko Solís Napanga, manifiesta que la fotografía debe describir la realidad si se busca generar una campaña para erradicar el tema de contaminación, dando un mensaje directo, claro, explícito y el texto solo debe redondear la idea que uno tiene al respecto de la fotografía y al mensaje.

Las reglas de composición ayudan a esquematizar, en este tipo de fotografía se utiliza la iluminación natural propia del lugar. Recomienda que la luz sea natural, debido que la luz artificial manipula la imagen.

La fotografía es un agente de cambio, es una herramienta muy importante de comunicación y una imagen dice más de mil palabras. El mensaje puede ayudar a redondear la idea, señala Solís.

Las herramientas a utilizar son una cámara y un trípode, utilizando lo mínimo el uso de programa como Photoshop o algún tipo de programa de edición fotográfica. Sólo darle un poco de contraste, sin alterarla, sin borrar ni agregar elementos de la imagen.

Se debe considerar que la fotografía considere una muestra que tenga impacto y alcance, a través de una promoción.



Fuente: Elaboración propia basada por la guía de preguntas de entrevista, realizada a tres expertos en fotografía.

3.2. Discusión de resultados

La propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017., tiene el propósito claro de sensibilizar a la población sobre el problema de contaminación ambiental que presenta el área de estudio y el paseo Yortuque; promover que se respete el medio ambiente; protestar que los vecinos como las autoridades cumplan con su deber con sanciones, medidas de tratamiento y manejo ambiental, que hasta el día de hoy son desapercibidas, como la prohibición de arrojo de residuos urbanos, la limpieza y el manejo de la acequia del Paseo Yortuque. El escaso desconocimiento sobre el reciclaje y la conciencia ecológica que los mismos líderes de juntas vecinales y pobladores emitieron en las entrevistas, logra el diagnóstico de la situación ambiental del área de estudio. Tal

y como lo indica, Oxfam, (como se citó en Castañeda, 2017) , una campaña es una actividad informativa y formativa, de sensibilización de ideas, valores y prácticas que afectan a una comunidad o país. Por lo tanto, la propuesta de campaña social fotográfica tiene un contenido e intención de comunicación a través de la fotografía y el mensaje que reflejará cómo se encuentra el lugar donde residen los pobladores frente a este problema ambiental, para que los residentes se sensibilicen. Incentivándolos a cuidar y a comprometerse con el medio ambiente.

Los líderes de juntas vecinales aceptan que se realice una muestra fotográfica sobre la temática de contaminación ambiental respecto al arrojado de desechos urbanos, porque puede contribuir para las autoridades y para los ciudadanos. Según, Serrano (2007) esta actividad comunicativa tiene una interacción de dos o más comunicantes, llevando a cabo iniciativas que consisten en producir y recibir información, siendo la comunicación un tipo de integración que está al servicio de las necesidades biológicas y su evolución se descubre cuando los seres humanos pueden poner la comunicación al servicio del conocimiento.

La fotografía será la herramienta principal que funcionará como medio de comunicación para que los ciudadanos reflejen a través de cada imagen los daños que generan por su mala conducta y la irresponsabilidad que conlleva contaminar con desechos urbanos el lugar donde residen y el paseo Yortuque como espacio público. Según, Gubern (como se citó en Susperregui, 1987) la fotografía, cumple la función como medio de comunicación, porque es de transmisión temporal y a diferencia de otros medios, la fotografía perdura, es un archivo que se mantiene con el tiempo.

Es importante resaltar que la propuesta de la campaña social fotográfica, busca promover la práctica de buenas conductas fomentando el respeto y el cuidado del medio ambiente respecto al arrojado de desechos de residuos urbanos que presenta ambas inmediaciones y hacer que el público asuma su responsabilidad ciudadana, tal como indica Varela (2012) la campaña social es una iniciativa comunicacional, con el objetivo de influir en la conducta de las personas y el propósito de sensibilizar, concienciar un problema social ofreciendo una solución. Reforzando que para Philip (2003) la campaña social dirigida

por un grupo es un agente de cambio que intenta persuadir a otros para que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas.

Este elemento se refuerza con la teoría de la conducta que permite entender como enfrentan los ciudadanos este problema social. Algo que refuerza, la obra de Bandura en Cueva (2002), al indicar que la teoría de aprendizaje observacional, consiste que las conductas son aprendidas por medio de la observación de otros controlado por fuerzas ambientales, es decir, toda conducta es aprendida, no es innata y es asociada por estímulos y respuestas. Considerando que el ser humano es agente intencional y reflexivo, con capacidad de previsión, capacidad vicaria, capacidad de autorregulación y autorreflexión.

Se logró describir de los pobladores, su perfil, interés e aspiraciones sobre el cuidado del medio ambiente. En los resultados, se concluye que los pobladores tienen interés en cuidar el medio ambiente de la manera de como ellos creen y pueden colaborar, no pertenecen a ningún grupo ambiental, realizan limpiezas en sus viviendas, se enojan y llaman la atención cuando observan a personas de otros lugares arrojar desechos en el paseo Yortuque, procuran que su entorno social y familiar no contamine, reclaman porque no existen señaléticas sobre el cuidado del medio ambiente, tienen poco conocimiento sobre las reglas de las tres erres y el buen manejo correcto de residuos urbanos. Los ciudadanos, consideran que las acciones de las personas perjudican a nuestras especies y a los niños debido a la contaminación y creen que la propuesta de esta campaña si generaría un cambio social, ya que manifiestan que se sentirían contentos que haya mensajes de protesta. Por lo tanto, señalan que hace falta un proyecto ambiental para el paseo Yortuque, que si hay un mensaje constante inevitablemente llevaría a la acción y la gente constantemente reaccionaría conversando. Reforzando que para Garmendia & Crespo (2005), las acciones humanas motivadas por diversos fines, causan efectos colaterales sobre el medio natural o social, cuyos efectos pueden ser positivos como negativos. El impacto ambiental proviene del cambio de la valoración del medio, debido a los cambios en el ambiente producido por una actividad humana.

La fotografía que los expertos recomiendan debe ser real y lo más objetiva posible, sin alteraciones. El fotógrafo no debe hacer uso de programas de retoque donde se inclemente elementos. La fotografía que se realice debe ser fiel a la realidad porque lo que se busca

es sensibilizar, siendo un trabajo de investigación y locación de situaciones o espacios que vayan de acuerdo con lo que se quiere mostrar, tal como establece Laverde (2013), la fotografía promocional es una evidencia respecto a la realidad, documentando el medio en el que se desenvuelve el hombre en forma individual y social. Siendo su objetivo concientizar o denunciar para producir un cambio.

La fotografía y un mensaje directo, es necesaria para una denuncia. El tipo de fotografía recomendada por los expertos Juan Gil Salvatierra, Mirko Solís Napanga y Victor Contreras Bardales, es de tipo documental, porque tiene vínculo con la realidad. Según Villaseñor (2015) , la fotografía documental describe fenómenos estructurales y sociales más allá de la noticia, es informativa pero su objetivo principal es transformar y concientizar.

Técnicamente en la fotografía, los expertos señalan que debe tener una mayor profundidad de campo, primer plano, encuadre y perspectiva para favorecer la composición. La iluminación a utilizar debe ser natural. Reforzando que para DuChemin (2012) , en el encuadre se incluye o excluye diversos elementos a voluntad, ya que atrae la atención del espectador hacia todo lo que decidimos incluir en el encuadre formando parte de la historia, es decir, mantiene la consistencia de la fotografía.

Considerando que la fotografía tenga un impacto y alcance, a través de una promoción. Termine analizando el aporte de Colorado (2013), la fotografía promocional es el medio capaz de conducir mensajes de las preocupaciones colectivas o sociales, cuyo fin es revelar la verdad y promover la justicia social.

3.3. Aporte práctico

PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL FOTOGRÁFICA DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL EN LAS INMEDIACIONES DE LA AV. CHINCHAYSUYO Y CL. LOS AMARANTOS, 2016 – 2017.

1.- TÍTULO O NOMBRE DEL PROYECTO:

Título tentativo de la campaña:

¡Mírate! Eres el monstruo mudo de papel.

A continuación, se detalla la definición del título en relación con la propuesta de la campaña:

Mírate, es decir el reflejo de las personas frente a las acciones que contribuyen con la contaminación del medio ambiente.

Eres el monstruo mudo, es decir un ciudadano que no protesta por tener una ciudad limpia y sin contaminación.

De papel, mayormente las personas contaminan con el papel más pequeño o la basura más pequeña que puede desechar y lo ignora.

2.- LOGO DE CAMPAÑA:



3.- PÚBLICO OBJETIVO:

El público objetivo de esta propuesta principalmente va dirigido a los pobladores que residen en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos (Adultos mayores, jóvenes y adolescentes)

Edad: 18 – más

Género: Masculino y femenino

Nacionalidad: Peruanos

La propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental es un modelo para aquellas entidades públicas o privadas que en el futuro deseen realizar y ejecutar este proyecto como modelo de promoción para el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, se consideró una segunda audiencia.

Audiencia secundaria:

- Municipalidad del distrito de la Victoria
- Municipalidad del distrito de Chiclayo
- Chiclayo Limpio

Esta propuesta, se puede planificar y ejecutar en el marco del sistema nacional de gestión ambiental.

- Ministerio de Educación
- Ministerio de Salud Pública
- Ministerio de Medio Ambiente
- Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental: OEFA
- ONG's
- Organizaciones internacionales
- Instituciones educativas
- Centros universitarios nacionales o particulares

4.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA A ENFRENTAR:

- La falta de conocimiento sobre las repercusiones que genera la contaminación de residuos urbanos.
- La necesidad de un cambio social y el compromiso del cuidado del medio ambiente.
- El desconocimiento sobre las reglas de reciclaje y el manejo de residuos urbanos.

5.- PRESENTACIÓN:

El proyecto fotográfico aspira para la propuesta de la investigación ¡Mírate! eres el monstruo mudo de papel, expuesto en el paseo Yortuque, en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos. Asimismo, puede servir para municipalidades y organizaciones ambientales como modelo de promoción para el cuidado del medio ambiente en distritos de la ciudad de Chiclayo.

La fotografía como un medio de comunicación es nuestra herramienta principal para persuadir al público objetivo, siendo parte también de nuestra investigación.

Una fotografía, por si misma, vista como una simple copia o reproducción de la realidad no es un documento que podamos considerar como fuente de investigación científica, sin embargo, si la consideramos como una construcción en la que intervienen procesos de percepción, selección, registro, interpretación y análisis de diversos fenómenos o sucesos, su potencialidad como documento científico para investigaciones sociales es notable. Tejado (2002)

Las piezas fotográficas utilizadas en nuestra propuesta estarán acompañadas de diversos textos de acuerdo a la temática sobre el cuidado del medio ambiente.

Una fotografía sin texto adjunto es con muchas probabilidades un documento muy difícil de tratar, de tal manera, que en ocasiones llegará a ser un documento rechazado. La fotografía presenta el aspecto de personas, objetos, lugares o situaciones de una manera más clara, unívoca, rápida y exacta que una información verbal descriptiva sobre lo mismo. Sin embargo, la información global ofrecida por una fotografía será incompleta si el que la contempla no es capaz de reconocer a las personas que aparecen en la foto o saber realmente qué es lo que refleja la foto. Del Valle (2001)

En la propuesta de campaña social fotográfica, la idea motora a emplear es acerca de la vida, valor, compromiso y sensibilización, cuya función principal es sensibilizar al público objetivo, brindando una educación ambiental. Por lo tanto, Unesco (1995) señala que los medios de comunicación han jugado un importante papel en la sensibilización del público hacia los problemas medio ambientales. Sin embargo, la información es limitada y previa, esto hace que la educación ambiental sea indispensable. No solamente los medios deben sensibilizar, sino también modificar actitudes y hacer que se adquieran nuevos hábitos y conocimientos.

6.- OBJETIVO GENERAL:

Estructurar un modelo de propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojado de residuos urbanos en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

7.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Promocionar a través de la fotografía la toma de conciencia de la comunidad sobre las conductas que deben asumir con el cuidado del medio ambiente.

Fomentar a través de la fotografía la participación de los pobladores, profundizando sus conocimientos sobre las consecuencias del arrojado de desechos urbanos y logrando que participen en el cuidado del medio ambiente a través de buenas prácticas.

Promover el uso de la fotografía como medio de comunicación en la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, como herramienta que complemente el proceso de aprendizaje que oriente y sensibilice a los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente.

8.- TIPO DE PROPUESTA

Elaborada a través de una producción fotográfica, mediante un formato de “Propuesta Educativa.

Para ello la propuesta cuenta con los siguientes criterios:

- Período: Corto Plazo (5 meses)
- Modo de transmisión: A través de una muestra fotográfica en el paseo Yortuque o en las inmediaciones.
- Formato: Informativo – Educativo

9.- SOPORTE FOTOGRÁFICO

Técnica	Soporte	Formato	Aspecto estético
Plano detalle.	Cámara Canon t5i	Soporte digital	La composición es importante al realizar una fotografía respecto a residuos urbanos encontrados en la calle, se movió los objetos según el encuadre y se utilizó mayor profundidad de campo, para darle importancia al objeto principal sin distracciones para el ojo humano.
Plano general.	Lente de 50 mm.	JPG	
Regla de tres tercios.	f/ 1.8	Resolución 240	
Iluminación natural	Lente Zoom	pixeles por pulgadas para impresión.	

Soporte formal

- Vallas publicitarias
- Internet

10.- REFERENCIAS

Campañas

Se utilizó como referencia las campañas de GREENPEACE realizadas en su página web, para la producción fotográfica de la propuesta, aspirando que las fotografías sean expuestas no en una página web, sino físicamente en vallas publicitarias, ubicadas en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos.

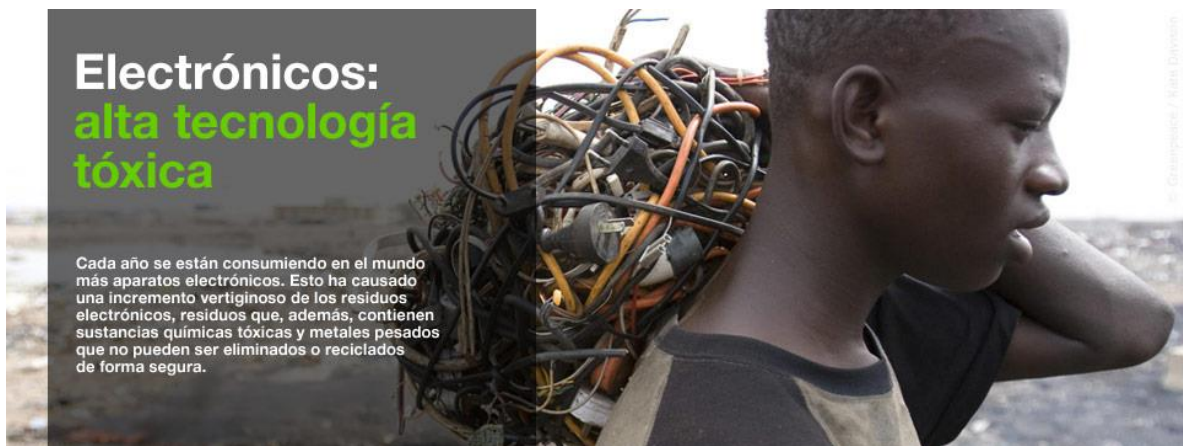
MEJOR SIN PLÁSTICO – GREENPEACE ESPAÑA



Link:

<http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Plasticos/#>

ELECTRÓNICOS: alta tecnología tóxica - GREENPEACE ESPAÑA



Link:

<http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Electronicos/>

La incineración no es la solución – GREENPEACE ESPAÑA



Link:

<http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Incineracion-de-residuos/>

10.- FOTOGRAFÍAS PARA LA PROPUESTA:

Fotografías realizadas por la autora de la investigación.

Fotografía 1:



Fotografía 2:



Fotografía 3:



Fotografía 4:



Fotografía 5:



Fotografía 6:



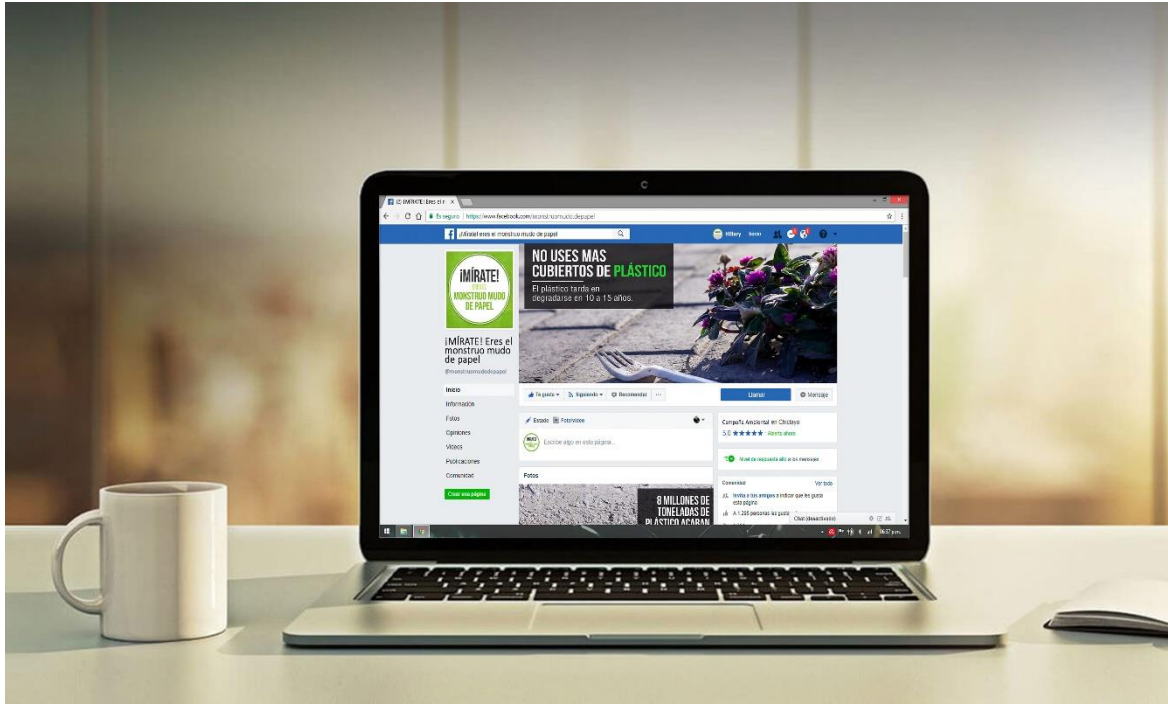
12.- ETAPAS DE LA PROPUESTA DE CAMPAÑA:

Etapa de expectativa

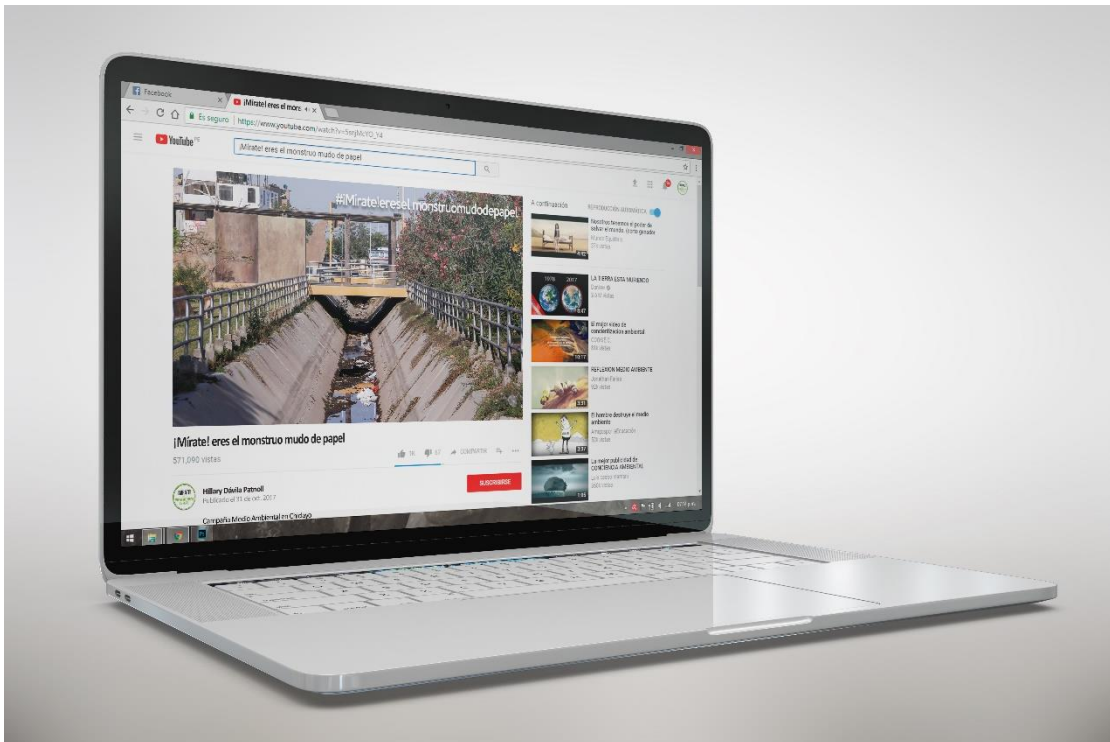
Se busca sensibilizar y hacer reflexionar a las personas para crear una sociedad conciente de sus actos.

Internet

Crear un fanpage y crear un # con el nombre de la campaña.



Realizar un spot de 1'00" y publicarlo en YouTube:



Etapa de lanzamiento

Informar al público sobre la futura campaña social fotográfica.

Afiche



¡MÍRATE!
— ERES EL —
**MONSTRUO MUDO
DE PAPEL**

**CAMPAÑA SOCIAL
FOTGRÁFICA**

Lorem ipsum dolor sit amet, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat.

**25 de diciembre
2017
4:00 p. m.**

Etapa de posicionamiento

Prensa



P.O.P (Point of Purchase / Puntos de venta)





En la manga del polo se ubica el logo de la campaña.

Etapas de recordación

Fotografías en vallas publicitarias.







13.- ESCENOGRAFÍA:

Paseo Yortuque

Tiempo: 5 meses

Las muestras fotográficas pueden rotar en los alrededores del parque Yortuque o pueden ser colocadas en otros parques de los distritos de la ciudad de Chiclayo.

14.- RECURSOS HUMANOS – EQUIPO ARTÍSTICO

Fotógrafo

Técnicos

Cámara: Canon T5i

Objetivos de cámara: 50 mm 1.8 y Lente Zoom 70 – 200 m

IV. CONCLUSIONES

Analizando la información recolectada acerca del contenido de la propuesta de la campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, se hizo el contraste con los objetivos planteados, dejando las siguientes conclusiones:

En la situación ambiental de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojamiento de residuos urbanos y promoción del cuidado del medio ambiente, el diagnóstico presenta la necesidad de comunicación preventiva para evitar la contaminación de residuos urbanos, el incumplimiento de los reglamentos en las áreas urbanas, la impuntualidad de la programación de limpieza pública, la poca participación ciudadana frente a actividades ambientalistas, la desorientación del cuidado ambiental y el desconocimiento del reciclaje. Esto genera que el área de estudio continúe en un mal estado y que los pobladores sigan arrojando desechos en la vía pública, en las áreas verdes y en el canal de regadío del paseo Yortuque. Según los presidentes de juntas vecinales de las inmediaciones, una propuesta de campaña social fotográfica puede sensibilizar a la población, presentando la importancia del medio ambiente y los peligros que implica no cuidarlo.

La descripción del perfil de los pobladores, comprende cómo es su personalidad, siendo personas participativas, cuyas expresiones en su rostro eran sonrisas, preocupación y enojo, y sus emociones eran positivas en relación a su participación y en la idea de la propuesta.

En el interés en relación al cuidado del medio ambiente, los pobladores en algunas ocasiones realizan limpieza, evitan que sus vecinos arrojen en exceso desechos en los puntos ecológicos y reconocen que se debe evitar el consumo excesivo de papel y plástico. Hace falta información en los medios sobre cultura ambiental, educación ambiental o el cuidado del medio ambiente.

Los pobladores no pertenecen a ni un grupo ambiental, pero tienen intención de pertenecer en alguna organización. Sienten un fastidio y llaman la atención a las personas que arrojan desechos en su presencia, ya sea su entorno social o familiar. La reacción de la gente es

negativa. Es notable que los participantes no realizan un buen manejo de residuos urbanos y no ponen en práctica el reciclaje de la manera adecuada.

En el recurso de contaminación de residuos urbanos, en el ámbito doméstico los pobladores señalan que en casa no se debe arrojar desechos al desagüe, que se debe concientizar y educar a las familias. Sin embargo no tienen conocimiento de las reglas de las tres erres como reutilizar, reciclar y reducir.

En la propuesta de campaña social, se establece que los pobladores aceptan que los mensajes de protesta que promuevan el cuidado del medio ambiente puedan generar un cambio social, que un mensaje constante llevaría a cabo la acción y el dialogo en las personas.

Las aspiraciones de los pobladores de ambas inmediaciones se basan en que las calles no estén contaminadas, que los ciudadanos estén involucrados con la limpieza, que las autoridades inviertan en concientizar a la población; aspiran ser parte de algún grupo ambientalista y que se cumpla las leyes multando a personas que contribuyan con la contaminación. Asimismo, que la municipalidad realice campañas de sensibilización, que se utilice la reestructuración de reciclaje industrializado y que las personas dejen de arrojar basura por las ventanas del transporte público.

En la determinación de los elementos visuales, los expertos establecen que la fotografía que se realice debe ser objetiva y su mensaje directo. Siendo necesario hacer una denuncia a través de la fotografía si se busca el cambio de un hecho o problema social. Además, que la fotografía sea fiel a la realidad si se busca sensibilizar, siendo un trabajo de investigación y locación de situaciones que vayan de acuerdo con lo que se quiera mostrar, recomendando realizar el tipo de fotografía documental porque se encuentra vinculado con la realidad, siendo una influencia social.

Los resultados obtenidos en la presente investigación servirán para diseñar la propuesta de campaña social, a través de las propuestas fotográficas como herramienta de comunicación con el fin de sensibilizar a la población sobre el cuidado, compromiso y responsabilidad con el medio ambiente.

REFERENCIAS

- Acevedo Tarazona , Á., & Orozco Pérez, J. (2013). *La fotografía periodística como fuente para la representación historiográfica*. Colombia: Universidad Industrial de Santander.
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y de la información* . Murcia: Universidad de Murcia .
- Alcalde Valderrama , L., & Tito Segura , T. (2011). *Diseño de propuesta audiovisual para concienciar sobre el medio ambiente en los niños de 2° a 4° grado de primaria de la Institución Educativa Virgen de la Medalla Milagrosa del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo - 2011*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Alsina, M. R. (2001). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Álvarez, L. M. (8 de Octubre de 2011). *Aprender a pensar*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de Método fenomenológico: <http://lorefilosofia.aprenderapensar.net/2011/10/08/metodo-fenomenologico/>
- Ambiental, D. G. (2004). *Marco Institucional de los Residuos Sólidos en el Perú* . Lima: DESB.
- Ang, T. (2006). *Manual de fotografía digital* . Barcelona: Omega.
- Aragón Núñez, L., Jiménez Tenorio, N., & Macías González, C. (2013). *La fotografía como medio de aprendizaje de la educación ambiental: Una propuesta didáctica en educación infantil*. Cádiz : Hachetetepe.
- Aranda, T. J., & Araújo, E. G. (2009). *Técnicas e instrumentos de recogida de datos*. Chile: Editorial EOS.
- Arango López, S. (2013). *Manual de indentidad fotográfica*. Manizales: Universidad Católica de Marizales.
- Arcila Calderón, C., & Sosa Osorio , J. (2013). *Manual de la teoría de la comunicación*. Trujillo: Universidad del Norte.
- Barquero, R. V. (2014). *Comunicación: El arte de persuadir con las palabras*. Barcelona: UOC.
- Bayón, P., & Morejón , A. (2005). Cultura ambiental y la construcción de reproducción social en Cuba. *GEMAS*, 1-6.

- Berlo, D. K. (2008). El proceso de la comunicación : El Ateneo EDIC .
- Berlo, D. k. (2008). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Argentina: EL Ateneo EDIC.
- Bord, J. (2007). *La persuasión: El arte de influir en las personas*. Madrid: Pirámide.
- Bordiú, C. (2010). *Manual de Campañas para la movilización social*. Madrid: Artegraf, S.A.
- Bravo, L. D., & García, U. T. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Elsevier*, 162-163.
- Bunge, M. (2000). *La Investigación científica*. Barceloma: Ariel.
- Burga Polo, G. (2015). *El reciclaje de residuos sólidos municipales para el desarrollo sostenible de Chiclayo*. Chiclayo: Tzhoeco.
- Busch, D. D. (2007). *Fotografía digital*. Madrid: Paraninfo .
- Cabrera, F., & Espin, J. (1986). *Medición y evaluación educativa*. . Barcelona: P.P.U.
- Calderone, M. (2009). *Compilación: Campaña*. Buenos Aires: UNOBA.
- Castro, L. T. (1998). Importancia del contexto en la comunicación lingüística. *FOLIOS*, 21-22. Obtenido de file:///G:/Investigaci%C3%B2n%20I/LIBROS%20PDF/folios09_04arti.pdf
- Catañeda Pastor , J. (2017). *Manual de campañas para la movilización y la transformación social*. Recuperado el 04 de Junio de 2017, de https://developmentneedscitizens.files.wordpress.com/2017/02/manual-de-campac3b1as_jorgecastac3b1eda.pdf
- Chagollán Amaral, F., & López Aguilar, I. (2006). *Educación ambiental* . Jalisco : Umbral.
- Chertok, A. (2006). *Las causas de nuestra conducta* . Montevideo: CTC.
- Chiclayo, M. d. (2016). *Reglamento para el ordenamiento ambiental urbano*. Chiclayo: Municipalidad de Chiclayo.
- Child, J. (2008). *Introducción a la fotografía creativa*. Madrid: Amaya Multimedia.
- Cloutier, J. (1973). *La communication audiovisuelle a l'heure de selfmedia*. Montreal: Less Presses de Université de Montreal.

- Colorado, Ó. (7 de Enero de 2013). *Oscar en fotos*. Recuperado el 12 de Noviembre de 20116, de La fotografía de documentalismo social: <https://oscarenfotos.com/2013/01/07/la-fotografia-documental-y-el-documentalismo-social/>
- Com, S., Ackerman, S., & Morel, M. (2011). *Introducció a la comunicació*. España: Ediciones del Aula Taller.
- Conde, X. F. (2000). *Introducció a la lingüística*. Roma: IANUA. Revista Philologica Romanica.
- Conklin, R. (1984). *Cómo hacer que la gente haga cosas*. Barcelona: Grijalbo.
- Costeau, J. Y. (1997). *Impacto ambiental. El planeta herido*. Naciones Unidas: Mh Educación.
- Crespo Blanco, C. M., & Salamanca Castro, A. (2007). *El muestreo en la investigación cualitativa*. España: Nure Investigación. Obtenido de <http://www.sc.ehu.es/plwllumuj/ebalECTS/praktikak/muestreo.pdf>
- Cuba, E. G. (1981). Investigación naturalista . En *Criteria for Assesing the truthworthiness of naturalistic inquiries* (págs. 148 - 155). España: ERIC.
- Cueva, W. (2002). *Teorías Psicológicas*. Trujillo: Gráfica Norte.
- Del Valle Gastamiza, F. (2001). *El Análisis documental de la fotografía*. Madrid : Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/prof/fvalle/Anfot2000.htm>
- Díaz, N. C. (2006). Técnicas de muestreo. Sesgos más frecuentes. *Seden* , 126.
- duChemin, D. (2012). *El lenguaje fotográfico*. Madrid : Amaya Multimedia .
- Egg, E. A. (2016). *Diccionario de la Psicología*. Córdoba: Brujas.
- Eguizábal, R. (2001). *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra.
- Erausquin, M. A. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.
- Fajardo Uribe, L. (2009). *A propósito de la comunicación verbal*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Felici, J. M. (2011). *Como se lee una fotografía Introducció de la mirada*. Madrid: Catedra.
- Fernández Bittterlich, P. (2004). *Manual de Derecho Ambiental Chile*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.

- Fier, B. (2010). *La composición de la fotografía*. Madrid: Amaya Multimedia.
- Fiske, J., & Anzola, P. (1984). *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Colombia: Norma.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata Paideia.
- FotoNostra. (s.f.). *FotoNostra*. Obtenido de <http://www.fotonostra.com/fotografia/perspectiva.htm>
- Freeman, M. (2012). *Escuela de fotografía de Michael Freeman: Luz e iluminación*. Barcelona: Blume.
- Freeman, M. (2012). *Escuela de fotografía Michael Freeman: Composición*. Madrid: Blume.
- Frenette, M., & Reyes García, P. (2011). *La importancia de las Ciencias de la Comunicación en las campañas sociales*. México: Derecho a comunicar.
- G. Miltenberger, R., Virués Ortega, J., & Nogales González, C. (2013). *Modificación de la conducta*. Madrid: Pirámide.
- García, C. G. (1997). *La comunicación efectiva*. México: ISEF.
- García, Ó. (2016). La máquina del tiempo: Eterno retorno. *Somos*, 42.
- Garmendia, A., & Crespo, C. (2005). *Evaluación del impacto ambiental*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Gil, R. M. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Noveduc Libros.
- Guillén, C. I., & Quesada, Y. A. (2011). "Focus groups": técnica de investigación cualitativa. *Ciencias económicas*, 1-2.
- Guzmán Elisea, J. (2003). *Desarrollo de campaña publicitaria*. Nuevo Leon: Universidad Autónoma de Nuevo Leon.
- Hernández, E. P. (2010). *Ecología y Medio Ambiente*. México: DACBES.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hunter, F., Biver, S., & Fuqua, P. (2012). *La iluminación en la fotografía*. España: Amaya Multimedia.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2015). *Censo 2015*. Obtenido de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0046/N77/ANEXO054.htm>

John, F. (1985). *Teoría de la comunicación en Introducción al estudio de la comunicación*. España: Herder.

Johnston, & Packer, P. (1981). *Estrategias y tácticas de investigación de la conducta humana*. Mahwah: NJ. Erlbaum .

José Cisneros. (2006). *El concepto de la comunicación: el cristal con que se mira*. España: Red Ámbitos.

Juan, S., & Roussos, A. (2010). *El focus group como técnica de investigación*. Buenos Aires: Universidad de Belgrano.

Lab, C. (15 de Marzo de 2009). *Caborian Lab*. Obtenido de Caborian Lab: www.caborian.com

Lakhani, D. (2008). *Persuasión*. Barcelona: Profit.

Lanford, M. (2003). *Fotografía Básica*. Barcelona: Omega .

Lanford, M., Fox, A., & Sawdow , R. (2008). *Fotografía básica*. Barcelona: Omega.

Langford, M. (2003). *Fotografía bàsica*. Barcelona: Omega.

Laverde, I. S. (12 de Mayo de 2013). *Fotografía Social*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2016, de Fotografía Social: <http://fotografiasocial-fs.blogspot.pe/2013/05/la-fotografia-social-definicion-rama-de.html>

Liarte, D. (14 de Enero de 2010). *Xatakafoto*. Recuperado el 2012 de Noviembre de 2016, de Xatakafoto: <http://www.xatakafoto.com/tutoriales/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias>

Long, B. (2012). *Manual de Fotografía Digital* . Madrid: Amaya Multimedia .

López, J. A., & Durante Molina , J. (2015). *Casma*. España: Ministerio de Educación de España .

Loredo, G. (2002). *Psicología*. México: MC Graw Hill .

Lozano, D. G. (2003). *Fotografía Analógica* . España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte .

- María, M. d. (2013). *Taller de comunicación social*. Lima: CEPROMUR.
- Márquez , I., Salavarría, O., & Eastmond, A. (6 de Junio de 2011). *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2016, de Revista Electrónica de Investigación Educativa: <http://redie.uabc.mx/vol13no2/contenido-isaacmarquezetal.html>
- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *Beginning Qualitative Research*. London: The Falmer Press.
- Melendo, T. (2001). *Las dimensiones de la persona*. Madrid: Biblioteca de la palabra .
- Metodología de la investigación* . (2003). Mèxico : Mc. Graw - Hill Interamericana .
- Miguélez, M. M. (2006). La investigación cualitativa (Síntesis conceptual). *IIPSI*, 132.
- Millán, T. A. (29 de Febrero de 2008). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2016, de Investigación cualitativa: <https://metodoinvestigacion.wordpress.com/2008/02/29/investigacion-cualitativa/>
- Morant Sánchez, C. (2008). *Sensibilización ambiental*. España: Ideaspropias.
- Moreno, J., & García Morales, L. (2014). *De residuo a recurso*. Madrid: Mundi-prensa.
- Mujeres, O. (2012). *Mujeres ONU: Entidad de las naciones unidas para la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres*. Obtenido de <http://www.endvawnow.org/es/articles/1238-principales-elementos-del-mensaje-de-la-campana-.html>
- Murillo, L. M. (Diciembre de 2013). *Producción + Limpia*. Obtenido de Producción + Limpia.
- Natta, P., & Pelosio, E. (2008). *Teorías de la Comunicación* . Córdoba: ECI - UNC.
- OEFA. (2014). *La Fiscalización Ambiental en Residuos Sólidos* . Lima: Cyclus Print Matt.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. Madrid: Dykinson.
- Orozco, B. (2003). *Contaminación Ambiental*. Madrid: Paraninfo.
- Pacheco Acero , R., & Paredes Wong , R. (2010). *Curso de la fotografía y cine*. Perú: Universidad Nacional de Ingeniería.
- Pariente, J. L. (1990). *Composición fotográfica*. México: Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales, A.C.

- Pedrant, G. (2009). *Introducción a la comunicación*. España: Editorial Maipue.
- Pérez Serrano, G. (2002). *Investigación cualitativa*. Madrid: La Murala S.A.
- Petty, R., & Cacioppo, J. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Nueva York: Springer - Verlag.
- Philip, K. (2003). *Marketing Social*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Pinero, K. (2 de Noviembre de 2012). *Youtube*. Obtenido de Método Fenomenológico: <https://www.youtube.com/watch?v=Sq9cZa4ukiM>
- Plua Villacreces, M. A. (2013). *Campaña de responsabilidad social para dar a conocer la importancia del reciclaje Sector sur Isla Trinitaria, Cooperativa Polo Sur, Guayaquil - Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Portillo, L. R. (s.f.). *Tutorial Composición Fotográfica*. Obtenido de Compo Foto : <http://compofoto.lluisribes.net/es/>
- Präkel, D. (2013). *Principios básicos de la fotografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- publicidad, C. u. (25 de Junio de 2016). *CUMP*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2016, de <http://cump.edu.mx/>
- Publirecta. (27 de Agosto de 2012). *Publirecta*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2016, de Diccionario de Marketing: <https://www.publirecta.com/diccionario-de-marketing-c/>
- Quintero, R. L. (s.f.). *La comunicación y las funciones del lenguaje*. Obtenido de Contra Clave: www.contraclave.org
- Quispe Luján, K., & Sánchez Ágreda, M. (2014). *IMPACTO DE LA CAMPAÑA TURISTICA DE PROMPERÚ "¿Y TÚ QUE PLANES?"*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Ramírez Robledo, L., Arcila, A., & Buriticá, L. (2004). *Paradigmas y modelos de investigación*. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Retóricas*. (7 de Mayo de 2015). Obtenido de El Contexto en comunicación: <http://www.retoricas.com/2009/05/el-contexto-en-comunicacion.html>
- Rodríguez, M. C. (2002). *Manual de sensibilización medioambiental*. Andalucía: Junta de Andalucía.

- Rodríguez, M. J. (2008). *Curso de la fotografía digital*. Alicante: The Web Photo.
- Rojas Rojas, Í. (1997). *Lingüística y comunicación*. Lima: San Marcos.
- Rojas, R. Í. (2000). *Teoría de la comunicación*. Lima: San Marcos.
- Ruiz, L. S. (1999). *La contaminación ambiental*. Santiago : Ministerio de la Educación .
- Saavedra, J. R. (2015). *Propuesta de material a audiovisual sobre la protección del medio ambiente, para sensibilizar a los alumnos del 1er grado de secundaria de la Institución Educativa privada Nuestra Señora de la Puerta, Saltur - 2014*. Chiclayo : Universidad Señor de Sipán .
- Salked, R. (2011). *Còmo se lee una fotografía*. Barcelona: Catedra.
- Sanjuan, L. D. (2011). *La observación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Santos García, D. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. México: Red Tercer Milenio.
- Serrano, M. M. (2007). *Teoría de la comunicación*. Madrid: MCGRAW - HILL INTERNAMERICANA.
- Sierra Lemus, J. (2016). *Campaña audiovisual para concientizar a pilotos y patones sobre la importancia de respetar las señales de tránsito en el municipio de Cobán. A.V.* Guatemala de la Asunción: Universidad Rafael Landívar.
- Smith, R. E., Irwin G. Srason, & Barbara R. Sarason . (1984). *Psicología: Fronteras de la conducta* . México : Harla .
- Spá, M. M. (1985). *Sociología de masas*. Barcelona : Gustavo Gilli .
- Spada, D. d. (2004). *Curso General de Comunicación*. Comunicación-Mundus K.
- Strizinec, G. (2006). *Fotografía Digital* . México : Alfaomega.
- Susperregui, J. M. (1987). La fotografía como medio de comunicaciòn de masas. *Kobie*, 193 - 200.
- Tejado Jiménez , L. (2002). *La fotografía como fuente social*. Obtenido de <http://www.fotografiapractica.com/archivo/articulo2luisjimenez.pdf>

Tinoco Moncada, A. C. (2012). *Desafíos comunicacionales en las campañas de salud pública peruana: Estrategia comunicacional de la campaña "Prevención del Embarazo Adolescente" efectuado por el Ministerio de Salud. 2010 - 2012*. Lma: PUCP.

Tol, M. S. (2009). *Manual de comunicación*.

Unesco. (1995). *Educación ambiental*. Bilbao : Los libros de la catarata.

Valdivia Pizarro, C. F. (2012). *Comunicalo con imágenes: la metodología de la fotografía participativa como herramienta para promover identidad local y prevenir conductas de riesgo. La experiencia del proyecto Nuestra Mirada – Callao 2009*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Valerio, B. G., & Caballo Méndez, D. (2014). *Técnica fotográfica*. Madrid: CEU.

Varela, L. R. (16 de Junio de 2012). *¿Qué es una campaña social?* Obtenido de <http://octavoitsclenglite.blogspot.pe/2012/07/que-es-una-campana-social.html>

Vargas, R. (2014). *Influencia de la fotografía en la publicidad*. . El Salvador: Universidad Don Bosco.

Vélez, L. V. (2008). *Ponce*. Obtenido de <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

Vélez, N. K. (2011). *La realidad de los discapacitados en la ciudad de Chiclayo, a través de un estudio de fotografía documental*. . Chiclayo : Universidad Señor de Sipán .

Vidal, M. (5 de Septiembre de 2006). *dzoom* . Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de La Regla del Horizonte, Fundamento Clave de la Composición Fotográfica: <http://www.dzoom.org.es/regla-del-horizonte/>

Vila, S. B. (2007). *Master en Psidopsiquiatría*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Vilches, L. (1997). *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós.

Villarroel, E. R. (1999). *Comunicación* . Lima : San Marcos .

Villaseñor, E. (2015). *Géneros en el fotoperiodismo*. México : Foro Iberoamericano de fotografía.

Wignall, J. (2010). *La exposición en la fotografía* . Madrid : Amaya Multimedia .

Wolgeschaffen, G. (2012). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: UBA – Facultad de Cs. Económicas.

Yuni, J., & Urbano, C. (2006). *Técnicas para investigar*. Argetina : Brujas.

ANEXOS

ANEXO 1

GUÍA DE ENTREVISTA A LIDERES DE JUNTAS VECINALES

Fecha: _____ **Hora:** _____

Distrito: _____ **Edad:** _____

Dirección: _____

La presente investigación Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 -2017, tiene como objetivo general:

Diseñar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojode residuos urbanos en los pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos, 2016 - 2017.

Objetivo:

Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojode residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente.

Sujeto de análisis: Presidente o coordinadores de junta vecinal de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos.

Ejecución:

1. La persona como líder o coordinador de junta vecinal es elegido para esta investigación como todo ciudadano dispuesto a generar un cambio social para valorar y cuidar el medio ambiente.
2. El investigador realizará una entrevista de profundidad, comenzando por iniciar la presentación personal del participante, a fin de que ganen confianza y estén dispuestos a responder las interrogantes planteadas.

CATEGORÍA 1: DESECHO DE RESIDUOS URBANOS

- 1.- ¿Debería cada vivienda tener portacestos o papeleras urbanas? ¿Por qué?
- 2.- ¿El lugar donde reside cuenta con limpieza pública? ¿Cada que cierto tiempo limpian las calles?
- 3.- Después del fenómeno del niño costero 2017 ¿Qué daños se generó en su residencia? ¿Las personas dejaron de arrojar basura?
- 4.- ¿Observa o escucha a los pobladores charlar o realizar una acción respecto a la contaminación de residuos urbanos/ sólidos que se dispersa alrededor de sus viviendas? ¿Cree que deberían hacerlo? ¿Por qué?
- 5.- ¿Realizan reuniones vecinales para establecer una conversación acerca del reciclaje o cuidado del medio ambiente? ¿Cómo líder de junta vecinal daría la iniciativa?
- 6.- ¿Tienen los pobladores conocimiento sobre el horario del camión de la basura? ¿Cómo se informaron? / ¿Por qué no están informados?
- 7.- ¿Qué rol realiza usted como líder de junta vecinal respecto a la contaminación o el cuidado del medio ambiente? / ¿Por qué no lo realiza? ¿No existe participación y unión entre vecinos?
- 8.- ¿Es de interés esta problemática social para las personas que viven en esta área?
- 9.- ¿Algún vecino le ha comentado realizar actividades que estén relacionadas con el reciclaje?

10.- ¿Los pobladores desechan basura en la vía pública en el horario del camión recolector no establecido?

11.- ¿Alguna vez llamó la atención a un vecino que arrojó desechos en la calle? ¿Tiene vergüenza llamarle la atención? ¿Cómo fue su reacción?

CATEGORIA 2: PROMOCIÓN DEL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

12.- ¿Cuál es su opinión si observa en su residencia o en el paseo Yortuque muestras fotográficas sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocioe la idea de cuidar el medio ambiente ¿Le llamaría la atención?

ANEXO 2

GUÍA DE ENTREVISTA A POBLADORES

Fecha: _____

Hora: _____

La presente investigación Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos, 2016 -2017, tiene como objetivo general:

Diseñar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojado de residuos urbanos en los pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos, 2016 -2017.

Objetivo:

Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente.

Sujeto de análisis: Pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Ejecución:

1. La persona será elegido (a) para apoyarnos en este estudio, no solo como persona sino como ciudadana, dispuesta a generar un cambio social para valorar y cuidar el medio ambiente.
2. El investigador realizará una entrevista de profundidad, comenzando por iniciar la presentación personal de los participantes, a fin de que ganen confianza entre ellos y estén dispuestos a responder las interrogantes planteadas.

A continuación responderá a las siguientes preguntas:

Dirección: _____

Distrito: _____

Edad: _____

Ocupación: _____

TARGET: Jóvenes / Adultos

NÚMERO DE ENTREVISTADOS: 8

CATEGORÍA 1: PERFIL

Observación:

Personalidad	Expresiones	Emociones	Interpretación
---------------------	--------------------	------------------	-----------------------

CATEGORIA 2: INTERES EN RELACIÓN AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

- 1.- ¿Valora y cuidan el medio ambiente? ¿De qué forma actúa?
- 2.- ¿Tiene interés en buscar noticias locales acerca del medio ambiente?
- 3.- ¿Pertenece alguna organización ambiental en su distrito o tiene un grupo independiente que concientice a las personas sobre el cuidado del medio ambiente?
- 4.- ¿Dé que manera colabora con el cuidado del medio ambiente? / ¿Por qué no colabora?
- 5.- ¿Le ha llamado la atención alguna vez a alguien que arrojado basura en la calle? ¿Tiene vergüenza llamarle la atención?

6.- ¿Le fastidia observar a personas desechar basura al suelo o ver en las esquinas de donde reside basura?

7.- ¿En alguna ocasión las personas de su entorno social arrojan basura o desecha cuando se encuentra a su lado?

8.- ¿Su familia desecha basura al suelo? ¿Cuándo lo hacen les llama atención?

9.- ¿Ha observado señaléticas sobre el cuidado del medio ambiente en su distrito o en los alrededores en donde reside?

CATEGORÍA 3: RECURSO DE CONTAMINACIÓN DE RESIDUOS URBANOS

10.- ¿Qué se puede hacer en el ámbito doméstico para mantener un medioambiente adecuado?

11.- La solución para disminuir los residuos urbanos / solidos generados por nuestra actividad diaria se basa en la regla de las tres erres. ¿Sabe usted cuáles son?

12.- Se presentará 5 imágenes sobre residuos urbanos u domiciliarios ¿Cuáles de estos objetos no son residuos urbanos?

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5



13.- Se presentará 4 imágenes relacionadas a la contaminación ambiental. Elegirá la imagen que más les agrade.

¿Cuál de estas imágenes le llamó más la atención? ¿Por qué?

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



CATEGORÍA 4: PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL FOTOGRAFICA

Banner publicitario.

14.- Presentaremos 5 imágenes de banner publicitarios dónde se visualice una fotografía acerca de la contaminación ambiental y el respeto al medio ambiente acompañado de un texto. Usted tendrá que elegir teniendo en cuenta el número de la imagen y el mensaje de su mayor agrado.

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5



15.- ¿Generaría un cambio social si observa en su residencia o en el paseo Yortuque muestras fotográficas sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocioe la idea de cuidar el medio ambiente? ¿Le llamaría la atención?

CATEGORIA 5: ASPIRACIONES

REDACCIÓN DE UN MUNDO IDEAL

16.- Escriba una historia donde cuente su mundo ideal y como sería como protagonista.

ANEXO 4

ENTREVISTA A PROFESIONALES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN FOTOGRAFÍA.

PREGUNTAS A EXPERTOS DE ESPECIALIDAD EN FOTOGRAFÍA

Fecha: _____ **Hora:** _____

La presente investigación Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y CL. Amarantos, 2016 -2017, tiene como objetivo general:

Diseñar la propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental sobre el arrojado de residuos urbanos en los pobladores de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos, 2016 - 2017.

Objetivo:

Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas.

CATEGORIA 1: REALIZACIÓN DE PIEZAS FOTOGRAFICAS.

- 1.- ¿Cómo debería realizarse una fotografía en relación a la temática de contaminación de residuos urbanos?
- 2.- En construcción del mensaje ¿Por qué es importante que la fotografía esté acompañada de un texto?
- 3.- ¿Sería correcto tomar fotografías de la realidad ambiental de una ciudad o distrito?
- 4.- Tratándose de fotografías, pertenecientes al género social ¿Es posible introducir elementos y situaciones dramáticas?
- 5.- ¿Cuáles serían las reglas de composición para desarrollar una fotografía acerca de la contaminación ambiental?

- 6.- ¿Existen algunas recomendaciones sobre el manejo de la fotografía, es decir ángulos, planos, encuadres o ángulos especiales, efectos de iluminación que se pueda utilizar?
- 7.- ¿Qué tipo de fotografía (artística, publicitaria, periodística, documental) elegiría usted para realizar una fotografía ambientalista?
- 8.- ¿Llamaría la atención una muestra fotográfica sobre el medio ambiente en la ciudad de Chiclayo o distrito?
- 9.- ¿Qué tan importante es la fotografía como medio de comunicación o influencia social?
- 10.- ¿Qué herramientas utilizaría para desarrollar una fotografía ambientalista?
- 11.- ¿Utilizaría iluminación natural o artificial para la realización de una fotografía ambientalista?
- 12.- ¿Recomendaría desarrollar una fotografía real o recreada referente a la contaminación de residuos urbanos?
- 13.- ¿Preferiría realizar una fotografía a color o en blanco y negro acerca la contaminación ambiental?
- 14.- ¿Recomienda usted realizar fotografías a las personas en el preciso momento que desecha basura o preferiría crear o demostrar la escena de cómo está contaminada una ciudad?
- 15.- ¿Generaría un cambio social una muestra fotográfica sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocióne la idea de cuidar el medio ambiente en una ciudad o distrito?

ANEXO 6

FORMATOS DE VALIDACIÓN DE MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla N° 1		
Matriz de análisis de discurso de la información.		
<p>Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojó de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)</p> <p>Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.</p> <p>Modo: Directa/ Video/ Audio</p> <p>Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017</p> <p>Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos</p>		
Pregunta	Respuestas	Respuestas
1) ¿Debería cada vivienda tener portacestos o papeleras urbanas? ¿Por qué?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: : Si hay , pero son muy escasas.	Pienso que sí. En general, yo pienso que el sistema de recolección de basura en el Perú, es un sistema obsoleto que debería ser modernizado.	Por supuesto.
Clave 2 B: Es obsoleto	Escaso	Para tener buena salud , mejor cuidado unico y todo en general.

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa / Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
2) ¿El lugar donde reside cuenta con limpieza pública? ¿Cada que cierto tiempo limpian las calles?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo Sector 4
Clave 1 A: Si cuenta con limpieza pública, pero es deficiente en ambas inmediaciones.	Sí, pero es deficiente. Osea, no viene con puntualidad, hay días en el que no aparece el camión recolector y repito los vecinos sacan la basura a la puerta de su casa, vienen los perros, los gatos o a veces los recicladores y abren las bolsas. Entonces, se ensucia la vía pública.	No limpian sinceramente las calles, los que limpiamos somos nosotros, los mismos pobladores, ciudadanos. Cada uno con nuestra su escoba, recogedor hacemos la limpieza. Quizá no todos los días, sino dejando un día.
Clave 2 B: El camión de la basura es impuntual en las inmediaciones de la Cl. Los Amarantos. / Es puntual en la Av. Chinchaysuyo, no cuenta con limpieza - barrenderos.	Impuntualidad	El recolector de basura pasa todos los días por la mañana, no tiene horario fijo, pasa a las 9, 10, 11 p.m., pero pasa. Anteriormente, todos no somos ordenados, anteriormente me dejaban bolsas de basura acá y ahora como yo estoy al cuidado, ya no. Aun dejan al frente, vienen a cualquier hora y dejan su basura. Luego, vienen a buscar los recicladores, rompen las bolsas y los dejan desordenado y el mismo poblador tiene de que después que pase el camión recoger esa basura. Entonces, eso para mí no es correcto.

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017
Pre categoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
3) Después del fenómeno del niño costero 2017 ¿Qué daños se generó en su residencia? ¿Las personas dejaron de arrojar basura?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: Hubo daños de empozamiento de agua en los alrededores del paseo Yortuque.	En mi residencia específicamente, gracias a Dios ninguno, porque cuando yo construí mi vivienda tome todas las precauciones para prevenir justamente mayores daños, en el supuesto caso de que hubieran precipitaciones pluviales fuertes y en la zona donde está ubicada mi casa, es una zona relativamente alta. De modo que, aquí no tenemos el problema de empozamiento de agua, como si ocurre tres cuadras más adelante, así como también en el paseo Yortuque.	Lluvia, la lluvia en el techo cayó por las paredes y entro a nuestro hogar.
Clave 2 B: Las personas no dejaron de arrojar basura.	Lamentablemente este es un problema no solo de Chiclayo, sino de todo el Perú, que tenemos poca conciencia ambiental y no sabemos cuidar la vía pública, porque en general no somos educados con un sentido de bien común. De tal manera que, el ciudadano peruano en promedio no le interesa conversar ni los monumentos, ni los jardines, ni los parques, ni ninguna vía pública, porque cree que no le atañe directamente. Es urgente sensibilizar a la población, que es otra palabra para decir reeducarla. La sensibilización apunta a reeducar y la educación en temas ambientales es uno de los imperativos mayores de nuestra época. No solamente aquí, sino en el mundo entero.	Las personas ya no han arrojado tanta basura.

Tabla N° 1		
Matriz de análisis de discurso de la información.		
<p>Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)</p> <p>Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.</p> <p>Modo: Directa/ Video/ Audio</p> <p>Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017</p> <p>Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos</p>		
Pregunta	Respuestas	Respuestas
4) ¿Observa o escucha a los pobladores charlar o realizar una acción respecto a la contaminación de residuos urbanos/ sólidos que se dispersa alrededor de sus viviendas? ¿Cree que deberían hacerlo? ¿Por qué?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: A veces	A veces los escucho, el problema es que la gente no toma iniciativa o son indiferentes.	Sí. Que la gente es muy desordenada, que no le corresponde dejar en ese sitio, no esperan que el recolector pase. Vienen y lo colocan en cualquier sitio la basura.
Clave 2 B: Sus opiniones solo queda como comentario.	Si se interesan, su opinión queda en el nivel de comentario, de la protesta individual y aislada. No son capaces de tomar iniciativa, esa fue la experiencia cuando llegué yo a vivir hace 10 años. Ahora donde es el parque Yortuque, eso era un muladar. De modo que, yo tuve que mover a la gente y a las autoridades de convertir ese muladar, en lo que ahora es el paseo Yortuque. Antes era un centro de reunión de la delincuencia.	

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
5) ¿Realizan reuniones vecinales para establecer una conversación acerca del reciclaje o cuidado del medio ambiente? ¿Cómo líder de junta vecinal daría la iniciativa?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A : Si se ha llevado reuniones vecinales en las inmediaciones de la Cl. Los Amarantos / No se ha llevado reuniones vecinales en la Av. Chinchaysuyo respecto al cuidado del medio ambiente.	Bueno, específicamente para ese tema de una manera directa, no, pero no una manera indirecta sí. Desde que llegué a vivir aquí, las tres semanas visité casa por casa a los vecinos del paseo de las naciones unidas sin conocerlos y los invite a una primera asamblea que fue el 05 de abril del 2006 y en esa asamblea yo me presenté, les sugerí la necesidad de iniciar una serie de medidas para cambiar las condiciones ambientales de este paseo, del paseo de la Naciones Unidas (También es conocido como el parque El mundo). Eso fue antes de la iniciativa que tomé para el paseo Yortuque.	No.
Clave 2 B: Si tiene iniciativa el presidente de la Cl. Los Amarantos / Tiene futura intención de dar iniciativa la coordinadora de la Av. Chinchaysuyo.		Si tomaría iniciativa como coordinadora a realizar una charla acerca sobre el medio ambiente.

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017
Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
6) ¿Tienen los pobladores conocimiento sobre el horario del camión de la basura? ¿Cómo se informaron? / ¿Por qué no están informados?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal zonal
Clave / Presencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: El horario no existe.	Si estan informados, pero a veces el camión recolector pasa por la noche, otro días por la madrugada, a veces en la mañana , o no llega.	Todos.
Clave 2 B: En la Cl. Amarantos se informaron a través de la municipalidad. Las autoridades como los vecinos nos cumplen su deber. En la Av. Chinchaysuyo , los vecinos son los que contaminan, no respetan el horario del camión recolector.	<p>Recuerdo que hace un par de años la municipalidad nos envió un papel, un volante a todos casa por casa en la que anunciaban que el camión recolector iba a pasar por esta zona entre 8 y 10 de la noche, que por favor saquemos la basura a esa hora. Eso creo que se cumplió un par de semanas y nada más. Entonces aquí hay un problema, de que muchos vecinos no tienen conciencia ecológica y las autoridades tampoco cumplen con su deber.</p> <p>La lucha que yo con un grupo de vecinos hemos emprendido acá, son dos frentes, por un lado lucho con los vecinos mismos y por otra parte lucho con las autoridades. Para la construcción del paseo Yortuque, desde que yo concebí en mi cabeza esta idea de hacer este paseo hasta que se hizo realidad. Para que tenga usted una idea de cuánto trabajo costo y cuánto tiempo, 9 años de mi vida señorita. Los 2 primeros años dándole forma al proyecto y 7 años posteriores movilizand a la gente y a las autoridades. En total realizamos por mi iniciativa, ya que me habían elegido presidente de junta vecinal, 82 asambleas y alrededor de 1500 gestiones personales o telefónicas a nivel local, regional y nacional. Todo ese esfuerzo inmenso se cristalizó en la construcción de ese paseo, para que tenga una idea del trabajo, energía y satisfacciones, pero también muchos disgustos con las autoridades y la gente. Nosotros acudimos a las instituciones con la idea, ellos escucharon nuestros proyectos y decidieron apoyarlo, pero nosotros estuvimos detrás porque si no, no se hacía nada. Y aún hoy usted ve que el paseo Yortuque está un poco descuidado.</p> <p>Yo he vivido tres años en Alemania y sin pretender que el Perú tenga el nivel de desarrollo de Alemania, como referencia puedo decirle que haya todas las viviendas tienen tres grandes contenedores uno para papel – plásticos, otro para residuos sólidos y para vidrios. Y dos veces a la semana pasa el camión recolector con un sistema de grúa (sistema de alzacontenedores) que alza los contenedores hacia el camión y lo vuelven a dejar en su lugar. De modo que, yo nunca he visto bolsitas en la calle, ni bolsas fuera de las casas. Entonces aquí deberíamos modernizar ese sistema, porque creo que aquí en ninguna parte de Perú tienen eso.</p>	Todos se informaron por el señor alcalde, quien nos ha brindado charlas muchas veces. Sucede que, cuando dejan la basura, por decir, alguna señora, por ejemplo, me dice lo siguiente: “Yo salgo temprano y el camión pasa más tarde. Entonces mejor dejo la basura, lo saco, lo tiro y lo dejo ahí.” Muchas veces así me responden los vecinos.

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
7) ¿Qué rol realiza usted como líder de junta vecinal respecto a la contaminación o el cuidado del medio ambiente? / ¿Por qué, no lo realiza? ¿No existe participación y unión entre vecinos?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de Junta Vecinal zonal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: Rol	<p>El rol que yo he jugado en esto, ha sido el de tomar iniciativa para producir cambios sustanciales en la urbanización, tanto de tipo estructural – arquitectónico, como el de tipo eco - ambiental. Por ejemplo, aquí en el parque de las Naciones Unidas ahora tenemos un nuevo pavimento en la pista, tenemos áreas verdes que antes no existía, había pura tierra. Ha visto usted que se han sembrado árboles. Hemos resuelto el problema de la existencia de numerosos perros vagos en las calles que eran un peligro para la gente y en algunas casas también donde habían vecinos que tenían hasta ocho perros en una vivienda, cuando el máximo permitido es de dos perros. Sobre todo, hemos logrado después de año y medio de intensa labor donde viernes, sábados y domingos nos reuníamos un grupo de vecinos de 9:00 p.m. a las 2:00 a.m. , hemos logrado eliminar el consumo masivo de alcohol y drogas a lo largo de las tres cuadras del paseo de las Naciones Unidas, eso fue una tarea gigantesca, pero debo remarcar este hecho, la iniciativa mía, si bien es cierto fue acogida por la mayoría de los vecinos. Sin embargo, a la hora de trabajar y materializarla, a la hora de la acción solo fue un pequeño grupo que se puso en marcha.</p>	<p>Yo me encargo de la seguridad ciudadana, de cuidar el orden, ver los pandilleros los que se encuentran hasta después de las 10:00 p.m. A mí me toca patrullar de 10 p.m. a 12 p.m., dos veces por semana. Entonces, viene la móvil con un sereno y yo estoy lista con mis integrantes y donde vemos gente en una esquina desordenada, bajamos e interviene el policía y nosotros lo apoyamos nuestro chaleco y nuestra pasamontaña. Somos 17 integrantes.</p>
Clave 2 B: Poca participación.	<p>Villareal es una urbanización que tiene como número redondo 20 mil habitantes y de esos 20 mil habitantes el núcleo duro que me ha acompañado en todos esos trabajos, tanto del paseo Naciones Unidad como el paseo Yortuque , han sido 20 personas.</p>	

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Precategoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
8) ¿Es de interés esta problemática social para las personas que viven en esta área?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	
Clave 1 A: Solo para pocas personas.	<p>Por eso le decía antes tenemos que luchar no solamente con las autoridades insensibles, sino también contra vecinos insensibles. Lo que está pasando ahora con el paseo Yortuque, al comienzo cuando recién se inauguró la obra la municipalidad la cuidaba, mandaba cuadrillas de obreros, de jardineros, para que limpien. Afirmo que la iluminación también es mala. Pasa que un mal día el actual alcalde de Chiclayo, el ingeniero David Cornejo sabe Dios porque razones y el gobernador regional Humberto Acuña se pelearon, según me han informado, es decir Cornejo dejó de ser miembro del partido de Acuña y no sé por qué motivo, pero hubo una enemistad en ellos. El paseo Yortuque fue el afectado, porque, entonces como el gobierno regional había construido el paseo Yortuque, la municipalidad dejó de prestar el mantenimiento que debe prestarle. Ahora usted ve que no viene ni un obrero de la municipalidad a limpiar el paseo, ni a cortar el gras, lo han abandonado. Yo por razones de salud, estado un poco replegado en los últimos tiempos y no he podido intervenir en esto, pero próximamente pienso convocar a una asamblea de vecinos para formar un comité vecinal de mantenimiento del paseo Yortuque.</p>	Sí. Generalmente

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa / Video/ Audio
Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017
Pre categoría 1: Desecho de residuos urbanos

Pregunta	Respuestas	Respuestas
9)¿Algún vecino le ha comentado realizar actividades que estén relacionadas con el reciclaje?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: Comentarios aislados	Sólo hay comentarios aislados, pero acciones concretas no	Sí. Vecina ¿Qué hacemos? Hay que tratar de tocar puertas, verlos y decirles. Le hemos dicho personalmente y nos dicen ya, pero no hay participación, no entienden.

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojo de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Lideres de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Pre - categoría 2 : Promoción del cuidado y del medio ambiente

Pregunta	Respuestas	Respuestas
12) ¿Cuál es su opinión si observa en su residencia o en el paseo Yortuque muestras fotográficas sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocióne la idea de cuidar el medio ambiente ¿Le llamaría la atención?	Presidente/ Lider de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 : Llamado de atención	Me llamaría la atención y me alegría, porque sería una contribución que, ojala, no sea solo de autoridades sino de parte de la ciudadanía. Eso es algo muy extraño en Perú, de que la gente no toma la iniciativa, ni se organiza para estas cosas, son casos muy aislados. El paseo Yortuque es una clara muestra de que si es posible que los vecinos sin necesidad de tener ni un cargo tome la iniciativa y luche por hacer realidad un proyecto o una idea sobre el beneficio de la comunidad y jalen a las autoridades para que sea plasmado. No hay que esperar todo de las autoridades, menos cuando son autoridades que tienen un nivel de indeficiencia en su trabajo, nosotros mismos como vecinos tenemos que asumir ese rol protagónico.	Claro que sí, hay personas que van con su mascotas, como pasearlos, para mí no es pasear, no es querer a los animalitos, la culpa no lo tienen los animalitos y ahí los niños caminan. Por supuesto que habría un cambio, eso es lo que más pienso y creo.
Clave 2: Opinión	Las muestras fotográficas pueden sensibilizar, sería una estupenda iniciativa, pero como complemento si llega hacerse realidad esa idea junto con la fotografía, haya un personal que verbalmente sensibilice a la población y si es posible repartir un pequeño volante explicando en forma concisa, dice que aquí la gente no lee mucho, con algunos datos numéricos de la importancia del cuidado del medio ambiente y de los peligros que implica no hacerlo.	

Tabla N° 1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Pregunta	Respuestas	Respuestas
11) ¿Alguna vez llamó la atención a un vecino que haya arrojado basura en la calle? ¿Tiene vergüenza llamarle la atención? ¿Cómo fue su reacción?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 A: Llamado de atención	Una que otra vez aparece una bolsa que alguien ha colocado durante el día, yo le he llamado la atención a dos personas que hacen eso, ahora ya no lo hacen. Por ahí queda aún alguien que siempre cambia este sentido. Me informan y estoy a la perspectiva.	
Clave 2 B: Reacción	Cuando logro identificar a esta persona, dos veces he hablado con ellas, les explicado porque ellos ignoraban los acuerdos de la asamblea y se han disculpado. Supongo que ya no lo están haciendo y tampoco lo he vuelto a comprobar.	Sí. Su reacción es esta: "Ya no se preocupe, disculpe

Tabla No.1

Matriz de análisis de discurso de la información.

Objetivo: Diagnosticar la situación de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos sobre el arrojado de residuos urbanos y promoción de cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Presidentes / Líderes de junta vecinal de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 07/05/2017 - 08/05/2017

Pre - categoría 2 : Promoción del cuidado y del medio ambiente

Pregunta	Respuestas	Respuestas
12) ¿Cuál es su opinión si observa en su residencia o en el paseo Yortuque muestras fotográficas sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocióne la idea de cuidar el medio ambiente ¿Le llamaría la atención?	Presidente/ Líder de junta vecinal	Coordinadora de junta vecinal
Clave / Presidencia	Cl. Los Amarantos	Av. Chinchaysuyo
Clave 1 : Llamado de atención	Me llamaría la atención y me alegraría, porque sería una contribución que, ojala, no sea solo de autoridades sino de parte de la ciudadanía. Eso es algo muy extraño en Perú, de que la gente no toma la iniciativa, ni se organiza para estas cosas, son casos muy aislados. El paseo Yortuque es una clara muestra de que si es posible que los vecinos sin necesidad de tener ni un cargo tome la iniciativa y luche por hacer realidad un proyecto o una idea sobre el beneficio de la comunidad y jalen a las autoridades para que sea plasmado. No hay que esperar todo de las autoridades, menos cuando son autoridades que tienen un nivel de ineficiencia en su trabajo, nosotros mismos como vecinos tenemos que asumir ese rol protagónico.	Claro que sí, hay personas que van con sus mascotas, como pasearlos, para mí no es pasear, no es querer a los animalitos, la culpa no la tienen los animalitos y ahí los niños caminan. Por supuesto que habría un cambio, eso es lo que más pienso y creo.
Clave 2: Opinión	Las muestras fotográficas pueden sensibilizar, sería una estupenda iniciativa, pero como complemento si llega hacerse realidad esa idea junto con la fotografía, haya un personal que verbalmente sensibilice a la población y si es posible repartir un pequeño volante explicando en forma concisa, dice que aquí la gente no lee mucho, con algunos datos numéricos de la importancia del cuidado del medio ambiente y de los peligros que implica no hacerlo.	

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 1: Perfil

Observación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Personalidad	Durante la entrevista el entrevistado estuvo en hora de trabajo, estuvo sereno y fue participativo diciendo su punta de vista y estaba interesado en el tema. Era sincero con sus respuestas, en ocasiones sonreía amablemente	Durante la entrevista la entrevistada estuvo seria, fue participativa porque se encontraba trabajando, pero eso no fue obstáculo para que rechace la entrevista. Fue leal en sus respuestas y estaba interesada en el tema.	Durante la entrevista la entrevistada era tímida, su participación era un poco escasa ante sus respuestas. Se encontraba trabajando, pero fue amable. Estaba interesada en el tema.	Durante la entrevista el entrevistado fue serio, por su experiencia de vida era mediadora ante el problema de investigación, su participación era completa porque sus respuestas eran bien fundamentadas y juzgadas. Estaba interesado en el tema.	Durante la entrevista la entrevistada fue seria, su expresión al comienzo era normal, terminando la entrevista sonreía amablemente después de haber generado confianza en la persona. Fue participativa respecto al problema de investigación. Un poco desconfiada, no nos hizo pasar a su vivienda al principio. Estaba interesado en el tema.	Durante la entrevista el entrevistado fue serio, su expresión al comienzo era normal, terminando la entrevista sonreía amablemente después de haber generado confianza en la persona. Fue participativa respecto al problema de investigación. Un poco desconfiada, no nos hizo pasar a su vivienda al principio. Estaba interesado en el tema.	Durante la entrevista el entrevistado fue serio, su expresión al comienzo era normal, terminando la entrevista sonreía amablemente después de haber generado confianza en la persona. Fue participativa respecto al problema de investigación. Un poco desconfiada, no nos hizo pasar a su vivienda al principio. Estaba interesado en el tema.	Durante la entrevista el entrevistado fue serio, su expresión al comienzo era normal, terminando la entrevista sonreía amablemente después de haber generado confianza en la persona. Fue participativa respecto al problema de investigación. Un poco desconfiada, no nos hizo pasar a su vivienda al principio. Estaba interesado en el tema.
Expresión	En la elección de imágenes se mostraba preocupado.	En ocasiones sonreía. En la elección de imágenes se mostraba preocupada y molesta.	En ocasiones sonreía tímidamente cuando no sabía que responder. En la elección de imágenes se mostraba un poco preocupada.	Normal	Normal. A veces sonreía.	Normal. En ocasiones sonreía.	Normal. En ocasiones sonreía	Normal. A veces sonreía
Emociones	Mostró una emoción positiva y grata acerca de la propuesta, creando un slogan.	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta.	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta.	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta.	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta.	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta	Mostró una emoción positiva acerca de la propuesta

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - Categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas
1) ¿Valora y cuidan el medio ambiente? ¿De qué forma actúa?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Valor y cuidado	Como valoramos el medio ambiente, evitando la contaminación ambiental ¿Cómo? Haciendo las limpiezas, evitando que los vecinos boten basura en los contenedores que últimamente ya lo han convertido en basureros, lo cual estos están destinados solo para pequeños residuos del transeúnte, mas no para que los vecinos vengan a dejar sus bolsas de basura.	Sí, claro. Por decir, ayudando en la conservación de las plantas, del aseo de nuestro parque hermoso que le da un ornato tan bonito al vecindario. Cuidando o reclamando que los vecinos no dejen que sus mascotas tengan sus necesidades en el parque.	Bueno, llevando la basura al camión cuando pasa. No botando basura a las calles, no contaminando el agua con la basura.	Yo actué, llamando la atención a la gente cuando no es hora ni sitio para depositar la basura. ¿Cómo debo valorar? aconsejándole a las personas que debe cuidar su basura y también esa basura que tienen un valor. Así como esa basura tienen un valor, tiene un desvalor, porque si en la casa hay una persona enferma, tantas cosas que pueden ser contagiables, entonces los señores no cuidan eso, cuando se debe estar en bolsas especiales que se botan.	Bueno, no botando basura a la calle.	Sí. Arrojar los desechos en los envases adecuados. Otra manera es evitando el consumo excesivo del papel, osea lo vuelvo a rehusar imprimiendo a ambos lados y mayormente no compro gaseosa ni agua minerales, lo llevo en mi propio frasco.	Si he aprendido a valorarlo, porque a través de un grupo de personas con las que estamos haciendo campañas de limpieza en Chiclayo, hemos logrado limpiar y sensibilizar a las personas.	Trato de no arrojar basura en ningún sitio, si tengo una montura o algo, la guardo conmigo hasta encontrar un sitio adecuado.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
2) ¿Tiene interés en buscar noticias locales acerca del medio ambiente?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Noticias locales	Si, sería muy bueno. Son muy escasas encontrar noticias sobre el medio ambiente en los periodicos. En realidad haría mucha falta, porque nuestra población en general, nos falta cultura de limpieza o del cuidado del medio ambiente.	No. Me parece que son muy escasos. Es un caso que no lo tocan mucho, porque ahora tú sabes que el caso más tocado es seguridad ciudadana luego se olvidan de eso.	Si	A cada rato, en la televisión, en los periodicos.	En realidad no	No, no encontrado.	Claro, porque aparte de que hago eso. Me interesa saber algunas noticias y que crezca esa mentalidad de Chiclayo. Si, son escasas en algunos diarios.	Si, si veo alguna noticia relaciona ingreso para ver más detalles, para saber de qué trata.

Tabla Nº 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
3) ¿Pertenece alguna organización ambiental en su distrito o tiene un grupo independiente que concientice a las personas sobre el cuidado del medio ambiente?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Grupo u Organización ambiental	No, pero sí de todas maneras con los vecinos siempre que se trata, cuando conversamos, siempre tratamos de inculcar o hacerle ver que debemos cuidar el medio ambiente, que debemos contribuir con la limpieza.	No, conozco a amigos. Si sé que están en grupos, pero no pertenezco a ninguno	No pertenezco	No estoy en ningún grupo, porque no hay.	No	Pertenezco a fundación llamada Weloveyou (Nosotros te amamos mucho) en la que hacemos campañas de limpieza alrededor de todo el mundo.	No, en realidad no	

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
4) ¿Dé que manera colabora con el cuidado del medio ambiente? / ¿Por qué no colabora?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Cuidado del medio ambiente	Por ejemplo, particularmente en mi casa yo reciclo cartones y los separo, lo que es material de vidrio también, lo que es material de plástico también lo separamos y lo que es el desecho orgánico también los separamos. Bueno, tenemos la suerte de estar en el distrito de la victoria, no tenemos problemas con la limpieza. Todos los días pasa aquí en la zona de Chinchaysuyo, pasa todas las mañanas a las 10:00. Para que acá no tengamos problemas con el recojo de los desechos.	En mi casa el tema de la basura es importante, reciclar en los lugares correspondientes, el tema de usar aerosoles que son tóxicos, no los uso.	No arrojando basura a las calles, no arrojando basura a la acequia.	Llamando la atención a los inquilinos. La base está en quien bota la basura	No arrojando basura a la calle, sacando la basura antes de que pase el camión de basura.	Evitando tirar desechos a la calle, eso básicamente. Eso básicamente, porque mayormente para en mi casa o en la universidad.	Justamente ante el cambio lo que hacemos es ir a un lugar donde este sucio, limpiarlo y sacar todo lo que está lleno de Chiclayo.	Bueno, si veo alguien que arroja basura o hace basura en la calle le digo que la recoja

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
5) ¿Le ha llamado la atención alguna vez a alguien que arrojado basura en la calle? ¿Tiene vergüenza llamarle la atención?	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Llamado de atención	En varias oportunidades, no solamente con las personas que han botado, sino a veces mandan a jóvenes o a sus hijos. Lo peor del caso es que son vecinos, entonces como que entramos en lucha, pero, el otro día mi vecino también le llamo la atención a un señor que venida de la Urb. Villareal a dejar su bolsa ahí. Bueno, hubo una pequeña discusión y finalmente el señor tuvo que regresar con su basura.	Sí, porque a veces son demasiado frescos, porque vienes tú atrás y ellos vienen comiendo algo y lo tiran, y es una falta de respeto a las personas. Entonces, si he tenido la oportunidad de decirles que encuentren el lugar que corresponde a la basura.	Sí. Cuando ellos quieren botar basura a la acequia les dijo que mejor lo guarden para cuando pase el camino lo desechen ahí.	Si he llamado la atención	En algunas oportunidades. Su reacción: Se reían y seguían caminando.	Sí. Una vez tan solo me miraron y recogieron la botella. A una señora que vive acá, solo fueron dos veces, la segunda vez me dijo: que era su vereda y que podía hacer lo que quería	Si he llamado la atención. Las costumbres del mundo, de las personas son así. De por sí acumulan basura en sus casas y a veces las personas la tiran en la calle.	

Tabla Nº 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
6) ¿Le fastidia observar a personas desechar basura al suelo o ver en las esquinas de donde reside basura?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Fastidio	Que tiren basura a la calle no está bien. Por ejemplo, si estoy en la calle trato de colocarlo en mi bolsillo alguna cosa pequeña hasta llegar a mí casa y botarlos en mi tacho.	Por supuesto, porque para ello están los tachos. Otro tema es que a veces desechan fuera del tacho, esa es otra, la gente ni siquiera quiere agacharse o poner su mano ahí porque le da cosa la basura.	Si me fastidia.	Peleo todos los días.	Claro	Sí, me fastidia.	No me fastidia. Lo entiendo.	Si, en realidad sí.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
7) ¿En alguna ocasión las personas de su entorno social arrojan basura o desecha cuando se encuentra a su lado?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Entorno social	No lo hacen. Son más cuidadosos.	Si me ha pasado y yo a veces les recrimino. A veces, hasta les digo ya dámelo para acá y lo guardo en la bolsa, porque definitivamente afecta a toda la ciudad, es más, el ejemplo que le damos a nuestro hijos a los niños pequeños.	Mayormente no me ha pasado.	Sí, no tienen educación y les he llamado la atención muchas veces.		No	Mis amigos, no.	No

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
8) ¿Su familia desecha basura al suelo? ¿Cuándo lo hacen les llama atención?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Entorno familiar	No	Si, hasta ahora lo hacen. Siempre lo hacen y hay que estar ahí con ellos. Lo que pasa es que las antiguas generaciones nunca nos van entender, es bien difícil cambiarles el pensamiento de la cabeza. Definitivamente creo que si vamos a empezar algo, tenemos que empezar desde abajo por las nuevas generaciones, pon los niños más pequeños. Lo malo es que a veces empieza con los niños muy pequeños, que son los de inicial, muy lindos empiezan a aprender todo eso, pero llegan a la casa no hay esa conciencia, los niños se van perdiendo y continua lo mismo de siempre.	No, hay tachos de basura en el hogar.	No	Trato de que las niñas no lo hagan, o alguien que va conmigo que no lo haga.	No	Mi familia, no.	No

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 2: Interès en relación al cuidado del medio ambiente

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
9) ¿Ha observado señaléticas sobre el cuidado del medio ambiente en su distrito o en los alrededores en donde reside?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Señaléticas	Por acá, no.	Por decir, en este parque no he observado. Han debido ponerle: “ No pisar plantitas”, pero no he observado, porque incluso yo hago deporte de en todo el paseo Yortuque de punta a punta lo recorro y no he observado nada en contra de las plantas o por decir, que las mascotas no defequen en el parque, no observado fijate, no hay señalizaciones como debería haber.	En algunas zonas sí, pero son escasas.	Muy pocas	En el centro de Chiclayo sí, los depósitos han aumentado.	No he observado.	Sí, he observado en Villahermosa, donde vivo también.	Solo algunos punto donde te dicen que tipo de basura puedes desechar en determinado sitio, pero alguno mensaje, en realidad no.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 3: Recurso de contaminación de residuos urbanos.

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
10) ¿Qué se puede hacer en el ámbito doméstico para mantener un medioambiente adecuado?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Ámbito doméstico	Haciendo la selección de los desechos.	Por decir en el caso de nosotras las madres de familia es cuestión de concientizar y educar a nuestras familias, porque de ahí nace todo en realidad. Si tú educas a un niño y lo acostumbras a algo, entonces ese niño va a llegar a ese principio, a ese valor. Pero, sino pasa eso, olvídate todo eso se va a ir perdiendo. De qué sirve que me enseñen algo en el colegio, sino lo voy a reforzar en casa. Entonces, esa es la forma, conversar, hablar, tratar de hacerlos entender que una ciudad limpia es un bien para todos, nosotros como sociedad, para nuestro pueblo a los ojos del turismo de personas que vienen de otro lado, porque mira como nos catalogan cuando ven una ciudad tan sucia. Por decir, yo muchas veces he escuchado a mucha gente que viene de otro lado y dicen: "Es bonito Chiclayo, pero que pena que este tan sucio. Toda la vida yo escuchado lo mismo, no habido una persona que haya dicho lo contrario. "Si es bonito, es una ciudad pequeña, acogedora, pero que pena que haya tanta basura." Siempre escuchado eso toda mi vida.	Ahorrar agua. Sería bueno reciclar las cascarras de las verduras y ponerlo en un recipiente, los plásticos también, tratar de ser medidos en eso, trata de no desperdiciar mucho plástico.	Educando a los hijos, a la servidumbre para decirles lo que está mal. En la casa separar el papel, otra basura obsoleta que está ahí, no se puede mezclar todo. Todo tiene su lugar. Eso no hay y si lo hay lo rompen, lo roban.	La basura que se acumula dentro de casa, una vez de haberlas juntado, sacarlas a la hora que pase el camión de basura y no dejarlas en la calle.	Desenchufando los electrodomésticos, tenido la basura en sus depósitos respectivos, evitando el consumo excesivo de energía.	Puede comenzar desde la mentalidad de la familia, cambiar la mentalidad de cambiar el medio ambiente, desde la mente de la persona como enseña a sus hijos a cuidar el medio ambiente, desde ahí empieza desde la casa.	Tratar de separar la basura, lo que es reciclable o no reciclable. No echar contaminantes al desagüe.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 3: Recurso de residuos urbanos

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
11) La solución para disminuir los residuos urbanos / solidos generados por nuestra actividad diaria se basa en la regla de las tres erres. ¿Sabe cuáles son?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Reglas de tres erres	No	No	Reciclar, rehusar y ya lo otra no me acuerdo.	No, hazme recordar	No	Reciclar, rehusar y la otra no me acuerdo.	No	No. Tal vez pienso que es reutilizar, reciclar y la otra no me acuerdo.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 3: Recurso de residuos urbanos

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
12) Se presentará 5 imágenes sobre residuos urbanos u domiciliarios ¿Cuáles de estos objetos no son residuos urbanos?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Objetos que no son residuos urbanos	Imagen 4	Todos.	Todos	Imagen 4 y 5	La imagen 4 y 5	La imagen 1 y la imagen 3	La imagen 1 y 2	La imagen 1 y 2
Sustentación	No es residuo urbano porque es de uso empresarial. Los demás todos son porque se utiliza y se desecha.	Los alambres también son residuos urbanos, son de uso doméstico. Los ladrillos también, porque todo el que construye deja por ahí todo tirado, recoge el 70 % y deja el 30% se queda tirado.		No son residuos urbanos. La imagen 4, porque el alambre sirve para soldar. La imagen 5, porque no se recicla, puede ser un reciclaje esporádico, pero este no contamina, sino obstaculiza el tráfico de peatones. Puede ser un objetivo semi – reciclado.	No son residuos urbanos.	La imagen 5. Un ladrillo no se puede reutilizar. Se ladrillo que está roto, no se puede reutilizar.	La imagen 1, porque si los cosméticos se acaban no se pueden reutilizar. La imagen 2, porque no se reutiliza al menos que sea usado en algún tipo de manualidad.	La imagen 1, porque en las otras imágenes veo cantidades grandes de basura acumulada, pero aquí veo la consecuencia de esto, aquí hay un animal que está atrapado por alambres y puede morir. La imagen 2, porque veo un ser humano que es lo que más me impacta, ya que está nadando en basura.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 3: Recurso de residuos urbanos

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
13.- Se presentará 4 imágenes relacionadas a la contaminación ambiental. Elegirá la imagen que más les agrade. ¿Cuál de estas imágenes le llamó más la atención? ¿Por qué?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Imagen	La imagen 2 me llama la atención.	La imagen 2	La imagen 1 y 2	La imagen 2 y 4	La imagen 3 y 4	La imagen 2	La imagen 2	
Sustentación	Observo hasta donde puede alcanzar el grado de contaminación.	Está por medio la vida del ser humano, pero en este caso ver a un niño en esta situación tan deplorable. Sí que llama la atención, porque es un niño que no debería estar pasar por esta cosa, deberíamos protegerlo de todo, sobretodo. Es muy penoso ver a un niño en esta situación.	Bueno, directamente un animal se está contaminando y se puede morir y la persona que se está ahogando con toda la contaminación, son seres vivos.	La imagen 2, porque es un agua estancada y en esa agua esta esa niña. Los padres no debieron dejar a que entre ahí, los microbios con el agua más los ácidos que contienen los demás residuos, no permiten que el agua sea pura porque lo contaminan. La imagen 4. Esto no tiene nombre ¡Así esta Chiclayo! Aquí está demostrando el grado de educación y cultura. ¿Quién bota esto? Es el vecino y si no es el vecino, son otras personas que vienen de otro lugar y lo bota acá. Esto es perjudicial, además daña la imagen de la ciudad. Aquí demuestra la educación de las personas, que no la tienen. Esa es la costumbre del peruano: "¿Quién es usted para que me ordene?", dicen; pero no saben que son normas de urbanidad y buenos modales. Nosotros tenemos que cumplir y hacer cumplir la ley de nosotros, pero aquí no, hacen lo que les da la gana. Todos somos perros de la sociedad, estamos al servicio de la comunidad. Antes no era así. Afuera hay puntos ecológicos para reciclar. Mira mi bolsa, todos los días así por más poco que tenga, lo tengo aquí dentro de mi casa en una esquina. Al peruano no le vas a quitar esa costumbre así sea comandante, sea médico, así haya nacido en el corral. Sus costumbres son hipócritas, aparentan ser decentes y ve entra a sus casas, préstales el baño; si el baño está sucio, olvídate. Si hay puntos ecológicos, portacestos si han hecho, antes habido, pero se los roban. Si roban los tapones de los buzones, entonces, ¿Que educación tiene el peruano? No la tiene. Es por ello que la municipalidad no coloca puntos ecológicos, porque se lo roban.	La imagen 3 que mayormente se ve en los mercados. La imagen 4 que normalmente se da en toda la ciudad. La gente no recicla basura siempre la bota, no tiene la cultura de desecharla en un tacho de basura. Si come, bota, igual ya sea comiendo, bebiendo igual siempre bota la basura, nunca guarda la basura en el bolsillo para luego desecharla.	Porque es un niño y esa no es la calidad de vida que tiene que llevar. Por culpa de las personas es por lo que esta así.	La única manera de cambiar el medio ambiente es ayudarnos los unos a los otros, porque eso se puede evitar si las personas se unieran.	

Tabla Nº 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 4: Propuesta de campaña social fotográfica.

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
14) Presentaremos 5 imágenes de banner publicitarios dónde se visualice una fotografía acerca de la contaminación ambiental y el respeto al medio ambiente acompañado de un texto. Usted tendrá que elegir teniendo en cuenta el número de la imagen y el mensaje de su mayor agrado.	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Banner publicitario	La imagen 3	La imagen 4	La imagen 3 y 4.	La imagen 3	La imagen 2	La imagen 5	Ninguna	La imagen 1
Sustentación	Yo creo que nuestra cultura tiene que ir poco a poco mejorando, me inclino por esta imagen del viaje libre de tóxicos.		Sería bueno que concienticen a que haya menos residuos tóxicos y porque deberían ver más recicladores y que los valoren.	El niño está en la suciedad y el agua tóxica es un cultivo de bacterias.	Me gustaría ver en mi ciudad, porque si respetas los horarios vas evitar que la basura esta tirada fuera de la hora indicada y así evitar que los animales desparrame (disperse) todo la basura.		La única manera de poder que realmente las personas puedan limpiar es unirse y en ninguna de estas hay tanta unión. Una imagen de unión debe ser, una marca de unión.	Porque, la ropa no es algo, que alguien comúnmente, por lo menos yo no pensaría comúnmente como un contaminante, pero si uno lo piensa de este modo que mientras más usa, desechas, desechas y vas en la tendencia con la moda, simplemente comprar por gusto se convierte finalmente en basura por algo que no usas. Y si uno usara más su ropa, no sería tanta basura, como es reducir las cosas que comprar o reutilizarlas.

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 4: Propuesta de campaña social fotográfica.

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
15) ¿Generaría un cambio social si observa en su residencia o en el paseo Yortuque muestras fotográficas sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promuevan la idea de cuidar el medio ambiente? ¿Le llamaría la atención?	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presidencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Cambio social	Si generaría un cambio social, me sentiría contento que haya un mensaje que promueva el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, yo creo que si los mensajes son cada vez más constantes, inevitablemente lleva a la acción y la gente constantemente reaccionará conversando.	Sí, claro.	Claro, si me llamaría la atención.	Lógico	Si, definitivamente que sí.	Sí	La verdad, lo dudo.	Si
Sustentación		Hace mucha falta, porque en realidad es un parque muy bonito que atrae a muchas miradas y debería estar mucho más limpio, mucho más bonito, mucho más señalizado. Debería tener esos detalles, no los tiene, tu vez es un parque como cualquier otro, carece de importancia por ello. Qué bonito sería si estuviera bien iluminado, bien detallado, sería bonito. Yo creo que cada día atraería más turismo. Aparte que es una inversión muy grande, es un parque grande y es uno de los parques más grandes de Chiclayo.		Si empiezas a reconstruir, no ha reciclar, sino a reconstruir la imagen del paseo Yortuque. Si solo llamas la atención a quien arroja basura, lo volverán hacer. La base es la educación.	Aquí no solamente tenemos el paseo Yortuque, sino el paseo de las musas que es el más visitado, también sería bueno que haya vista de anuncios para hacer una campaña fuerte, para evitar esto de la contaminación que nos afecta a todos.	Es un pasaje bastante visto y al ver eso ya te enfocarías tan solo en no arrojar basura ahí, sino en los hábitos en los que andas.	Pienso que es otro el mecanismo para lograrlo	

Tabla N° 2

Matriz de descripción de la información.

Objetivo: Describir los perfiles, intereses y aspiraciones de los pobladores sobre el cuidado del medio ambiente. (Nivel cualitativo)

Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 5: Aspiraciones

Pre g u n t a	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación	Interpretación
16) REDACCIÓN DE UN MUNDO IDEAL 16.- Escriba una historia donde cuenten su mundo ideal y como sería como protagonista.	Poblador 1	Poblador 2	Poblador 3	Poblador 4	Poblador 5	Poblador 6	Poblador 7	Poblador 8
Clave / Presencia	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Av. Chinchaysuyo	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos	Cl. Los Amarantos
Redacción	Mi sueño sería que algún día cuando salgamos de casa, no vea por la calle residuos urbanos que den mala imagen a una ciudad y que todos deben estar involucrados en la limpieza. Para terminar “ Una ciudad no es limpia porque la asean, sino porque no la ensucian”	Me agrada que en nuestra ciudad nuestras autoridades políticas invirtieran más en parques y jardines. De ellos depende el que tengamos mejor oxigenación y contrarreste los gases tóxicos de los autos y empresas. Que se pueda concientizar a la población, reeducarla para darle más prioridad al tema y me gustaría pertenecer a un grupo activo, de ayuda para esta causa, ya que atraería mirada de turistas que aumentaría en la región y eso favorecería como ciudad, para seguir creciendo como una ciudad limpia y podamos respirar mejor aire cada día.	Me gustaría que hubieran personas que visiten de manera permanente el paseo Yortuque evitando que la gente vote basura y multando aquellas personas que arrojen residuos urbanos en las calles. Que la municipalidad haga campañas de sensibilización de personas callejeras y evitar que las personas voten perros o gatos a las calles, así evitamos los perros vagos. Aparte poner paneles de concientizando a no contaminar el medio ambiente.	El ciudadano debe tener conocimiento del aseo. Que las autoridades (municipalidad) cumplan sus funciones que el pueblo les otorga. Estando con la capacidad del cuidado del medio ambiente, entonces se lograría tener una ciudad sin contaminación y salud sana. Los instrumentos que se necesita es la reestructuración del reciclaje industrializado.	Un mundo ideal sería si la gente no contaminara, me refiero a que no boten basura, mucha gente bota la basura por las ventanillas, en la vía pública o lava en los ríos. Tenemos que tomar conciencia, ya que nuestro planeta está perdiendo esas partes bonitas que tiene.	Empezando por la ciudad de vida que se merecen todas las personas, sería maravilloso el tener un futuro asegurado para nuestros hijos, inculcando buenos hábitos desde el hogar para así evitar catástrofes medioambientales, el saber reutilizar las cosas es una manera simple de ayudar y mejorar nuestro ambiente.		Hoy tuve un sueño, donde al despertar y abrir mi ventana, observé un gran parque con mucha área cubierta por plantas, con contenedores de basura siendo utilizadas de manera apropiada y separándola según el tipo, para aprovechar su reutilización o reciclaje. Además de una vía en mi ciudad para el paso únicamente de bicicletas, patines, skate, disminuyendo el tráfico, mejorando la salud al disminuir la contaminación ambiental, posibilitando realizar más ejercicio y disminuyendo la contaminación acústica al haber menos vehículos motorizados.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
1) ¿Cómo debería realizarse una fotografía en relación a la temática de contaminación de residuos urbanos?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Se debe considerar lo más objetiva posible. Aunque hay cierta discusión por la objetividad, pero en todo caso lo más honesto posible, que vale decir, no intervenir, no alterarla, no utilizar algún programa de retoque para incrementar algunos elementos que modifique el discurso de la fotografía.	La fotografía debe ser fiel a la realidad, no se trata de una campaña publicitaria sino de sensibilización. Esto determina que no hay elementos ni conceptos armados; nada se dispone previamente. Hay un trabajo de investigación y localización de situaciones o espacios que vayan de acuerdo con lo que se quiere mostrar.	Tratando de describir la realidad, básicamente es mostrando una realidad porque si quieres generar una campaña para erradicar el tema de la contaminación, tienes que mostrar que el ambiente está contaminado, que es lo que es real. Para el tema publicitario se tiende a maquillar un poco esto. En cambio, sí es una campaña de corte social se tiene que mantener el lado real y verídico de las cosas.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
2) En construcción del mensaje ¿Por qué es importante que la fotografía esté acompañada de un texto?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Para librarla de cualquier ambigüedad. Si lo que busco es realizar una fotografía que tome conciencia. El mensaje escrito me va ayudar a que el mensaje con la imagen sean directos. No hay posibilidad de alguna confusión en el uso de esta imagen.	Porque a pesar de que esto sea un trabajo de investigación, no deja de tener rasgos subjetivos propios del que los diseña. Es por tal motivo que la leyenda que acompañe cada foto debe transmitir fielmente lo que se pretende conseguir; así la comunicación empezará a ser fidedigna.	En realidad la fotografía debe decir todo, el texto es solamente una compañía, un complemento. La fotografía por sí debe dar un mensaje claro, directo, explícito y el texto solo debe redondear la idea que uno tiene al respecto de la fotografía y al mensaje en sí.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
3) ¿Sería correcto tomar fotografías de la realidad ambiental de una ciudad o distrito?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Claro, si es que es necesario buscar un cambio en mi ciudad o la ciudad donde vivo padece de un maltrato, de un olvido, o es víctima de ciudadanos o vecinos irresponsables, es necesario hacer una denuncia a través de la fotografía.	Es válido. Aunque depende mucho del concepto y procedimientos que giren en torno a la fotografía para que esta no se conciba como ofensiva y logre el objetivo que se pretende.	Sí, yo no lo veo mal. Si es que vamos a trabajar y orientar la campaña hacia la realidad lo lógico es que se utiliza la imagen de esa localidad con contaminación que es lo que en realidad si es que existe o es lo que vamos a encontrar.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
4) Tratándose de fotografías, pertenecientes al género social ¿Es posible introducir elementos y situaciones dramáticas?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Se trata de mostrar una realidad tal conforme como la encontramos. En todo caso, si es que vamos a involucrar a personas para una especie de recreación, es válido porque se va utilizar esta fotografía para una campaña, pero si quiero ser totalmente honesto y plasmar una realidad de una situación problemática que existe, tomo lo que hay, no lo que recreo. Si no se va a prestar “Esto es lo que existió y se está utilizando o armando para tu campaña”, entonces pierde un poco la credibilidad.	Las fotografías de género social rozan con el foto documentalismo, el cual tiene como característica fundamental, no alterar la realidad. Es mejor utilizar el espacio real y transmitirlo fielmente.	Si es posible, si es que es una campaña publicitaria, cuando hablamos de publicidad, es un tema de armar cosas, de recrear situaciones. Si se trata de una campaña social es mostrar la realidad tal cual.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
5) ¿Cuáles serían las reglas de composición para desarrollar una fotografía acerca de la contaminación ambiental?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Siempre considerar que el centro de interés esté ubicado de manera adecuada para que el impacto visual surja con un solo vistazo en la fotografía. Para ello, se distribuye bien los elementos dentro de la composición. Quizá tener un cuidado en la profundidad de campo, en la perspectiva, en nivel de visualizaciones, en la escena. Todos esos elementos que nos permite hacer un diseño fotográfico, a través de la composición se debe mantener. No porque sea una fotografía de denuncia o para una campaña deber estar alejada de esto. No, personalmente, no.	La composición la determina el fotógrafo, cada estilo la define y también el objetivo que desee alcanzar. Asimismo recomiendo hacer hincapié en los elementos contaminantes como primer plano. Basta profundidad de campo.	Depende de lo que quiera mostrar, en realidad las reglas de fotográficas de composición te ayuda a esquematizar, pero no es que sean determinantes en todas las fotografías en las que no tienen regla de composición sobre todo cuando son de índole social y el mensaje es claro y contundente. Las reglas de composición son pautas que nosotros podríamos o no seguir.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
6) ¿Existen algunas recomendaciones sobre el manejo de la fotografía, es decir ángulos, planos, encuadres o ángulos especiales, efectos de iluminación que se pueda utilizar?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Hay dos posibilidades. La fotografía creada y la fotografía encontrada. En la fotografía encontrada con lo que haya el fotógrafo tiene toda la capacidad de utilizar la iluminación del momento, la cámara con la que esté trabajando, la técnica que domine para hacer la fotografía. Y si esta es una fotografía creada, depende de la hora del día, utilizar un reflector para colocar un poco de luz en zonas que puedan crear penumbras o hagan borroso o dificultoso la visualización. Yo elijo la primera, no alterarla, no colocar nada de accesorios o de equipo de iluminación para hacer la fotografía donde se esté evidenciando un acto que atente contra el medio.	<ul style="list-style-type: none"> • Los encuadres deben ser, en su mayoría, angulares; porque deben mostrar a plenitud los espacios contaminados. • Utilizar perspectiva, aberrantes, líneas de fuerza, diagonales, cenitales, para favorecer la composición. • La iluminación debe acomodarse al objetivo y estilo del fotógrafo; puede ser natural si se quiere priorizar en amaneceres y atardeceres. 	Si es una fotografía social que es real probablemente lo más en lo que te puedas ayudar es en la iluminación natural y propia del lugar. Si es de noche de lo que te vales es de la luz de un poste. Yo sugiero que sea una foto en la que puedas contar con luz solar, que además es una luz mucho más rica. El tema de efectos yo no lo utilizaría mucho, porque manipularía la imagen y eso desde mi punto de vista no al menos para esta campaña.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
7) ¿Qué tipo de fotografía (artística, publicitaria, periodística, documental) elegiría usted para realizar una fotografía ambientalista?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Desde un punto de vista objetivo podría ser la fotografía documental, porque esta tiene un vínculo estrecho con la realidad. Mientras que la fotografía publicitaria se arma, es una ficción, es una realidad construida. Yo busco en lo primero porque plasmo un hecho real, una necesidad de tomar conciencia de algo que realmente existe, no que estoy creando. Eso existe, es un problema y se debe solucionar y que mejor plasmar un caso real a través de la fotografía.	Fotografía documental	Social, lo más real, eso es lo que yo haría. No trataría de crear sino mostrar lo que contundentemente me muestre la realidad que es el alto índice de contaminación ambiental y utilizar esa situación para generar una campaña de no más contaminación. Valiéndome de lo que encuentro en la calle, en la ciudad, en los alrededores y más en la zona donde piensas, realizarse ese estudio.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
8) ¿Llamaría la atención una muestra fotográfica sobre el medio ambiente en la ciudad de Chiclayo o distrito?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	De hecho, el poder de la imagen es muy efectivo. Transciende en cualquier barrera de idioma e incluso si esta muestra no solamente se lleva a galerías donde se acostumbra ver trabajos artísticos, sino se hace una especie de muestra fotográfica itinerante y lo llevamos a los distritos donde hay gente que no sepa escribir y leer, donde puedan a través de la fotografía recibir el mensaje de una manera efectiva. Yo pediría llevar esta muestra fotográfica a la intemperie, donde todo el mundo la pueda ver sin ninguna distinción de alguna clase social.		Sí, claro sería bueno.

Tabla Nº 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
9) ¿Qué tan importante es la fotografía como medio de comunicación o influencia social?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	El poderoso impacto que genera sobre los espectadores, hace que el mensaje llegue de manera inmediata y forma clara. Ya sea quien vea la fotografía, ya sea una persona de escasos recursos hasta un diplomático tome conciencia y diga: “Esto está pasando y hay que hacer algo por cambiarlo”, ese es el rol de la fotografía.	Sumamente importante, porque significa un recorte de tiempo y espacio; poder mostrar en múltiples plataformas un hecho coyuntural.	Es muy importante, yo hace mucho tiempo escuchaba a un fotógrafo que se cuestionaba si puede ser un agente de cambio, yo creo que si puede serlo. La fotografía de por si es una herramienta muy importante de comunicación y una imagen dice más de mil palabras. Si tú muestras una imagen puedes asumir un mensaje clarísimo. La imagen es muy importante y que el texto puede ayudar a redondear la idea. La fotografía puede hablar por si misma siempre y cuando tenga los criterios necesarios para poder crear y estructurar un mensaje. Una fotografía en una pared en blanco probablemente no tenga el mismo sentido y que una fotografía con muchos colores, es la misma pared, pero los mensajes son diferentes.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
10) ¿Qué herramientas utilizaría para desarrollar una fotografía ambientalista?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Me vale cualquier tipo de cámara fotográfica. Desde una cámara convencional que es la que todos conocemos hasta una cámara ultra compacta, como la de un celular, una cámara de acción. Debería preocuparme también donde voy a mostrar esta fotografía, si es un panel o un valla, pues la cámara de celular no me da a través de su resolución esos tamaños. Entonces, tendré que agenciarme de una cámara fotografía red con buena óptica, quizá accesorios como un trípode, variaciones de lente. Bueno, voy a escoger un lente que más me permita mostrar ese problema, un gran angular que me permite exagerar de cierto modo pero con responsabilidad al montículo, al atentar con lo que se hace a la naturaleza, en general una especie de hipérbole con ese tipo de accesorios.	Espacios, personas, acciones y situaciones.	Una cámara y un trípode. Cuando se trata de fotografía social se usa lo mínimo posible el tema del Photoshop o algún tipo de programa de edición fotográfica. En edición en fotografía social tratamos un poco de mantener la realidad sin alterarla y si está un poco sobrepuesta pues exponerla correctamente, darle un poco de contraste. Ahora muchas veces los fotógrafos dicen que la fotografía convirtiéndola en blanco y negro ya es manipulación. Sin embargo, podría ser aceptable que no altera la realidad, porque se está mostrando tal cual, ya cuando empieces a borrar elementos del encuadre o de lo que tu desees en la imagen ya hay un manipulación.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
11) ¿Utilizaría iluminación natural o artificial para la realización de una fotografía ambientalista?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Depende de donde haga la fotografía me agenciaría de accesorios para iluminar. Si hablamos acerca de la irresponsable acumulación del desperdicio en la calle, tomo la iluminación del ambiente, escojo la hora, quizá me favorece a las 9:00 a.m. por la luz lateral que incide en ella o a las 3 de la tarde o 4 de la tarde. El medio día no es tan recomendado porque genera unos contrastes altos que cuando se imprime se pierde en la impresión. Después, no creo que sea necesario que utilicemos fuentes de luces externas o filtros especiales como para tener una alteración en la fotografía. Lo más natural posible.	Las dos. Cada uno, según se utilice, determina un tipo específico de comunicación.	Luz natural

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
12) ¿Recomendaría desarrollar una fotografía real o recreada referente a la contaminación de residuos urbanos?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Si es que es una fotografía real debo tener en cuenta quien aparece en la fotografía. Si es que quiero involucrar a la mala acción de arrojar los desperdicios, porque imagínate, si hago una fotografía de una persona que no conozco, pero precisamente lo estoy sorprendiendo cuando está arrojando sus desperdicios y ve su imagen publicada en paneles, me podría denunciar por no haberle consentido, a pesar que esté en falta, que no haya consentido el uso de su imagen para difundir esta campaña. Entonces, entra el detalle del plan b, yo puedo a través de una dramatización o recreación pedir a una persona simular esa mala acción con el compromiso de que me firme un documento o una especie de declaración jurada donde me permite usar su imagen y luego yo no tenga un proceso legal. Más valido es lo segundo, pero más viable es lo primero porque si alguien está arrojando basura hay que denunciar que esa acción está realizándose de la manera inadecuada e incorrecta. Lo que pasa es que una noticia es diferente que una campaña. Son distintos, cuando es una noticia y está en vía pública, como individuo tienes el derecho, de acuerdo a la declaración universal de los derechos humanos, tienes derecho a expresarte libremente en cualquier medio sin necesidad que alguien intervenga por esto, pero hacerla públicas se convertiría en difamación, por más que esta persona este arrojando desechos en la vía pública o esté haciendo cosas que atente el buen desarrollo ciudadano. No sé, habría que preguntarle a un abogado, porque podría tomarse como una difamación.	Preferentemente real.	Real

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.

Modo: Directa/ Video/ Audio

Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017

Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
13) ¿Preferiría realizaría una fotografía a color o en blanco y negro acerca la contaminación ambiental?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Definitivamente a color, porque es lo que vemos. Mi mirada es a color.	A color. El dramatismo del blanco y negro puede llegar a confundir relacionándolo con dramatismo sentimental.	Color

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
14) ¿Recomienda usted realizar fotografías a las personas en el preciso momento que desecha basura o preferiría crear o demostrar la escena de cómo está contaminada una ciudad?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solís Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Es complicada, si las fotografías la voy a difundir en masas, como es en esta muestra o en paneles, se me complica un poco la consideración de la presencia de personas que no han mandado su consentimiento, pero si es con fines, por ejemplo, educativos sería válido, porque yo puedo a un grupo de estudiante, a través de charlas decir: "Miren esto es lo que está mal"; y no tendría ni un problema legal en mostrar a gente arrojando basura. El problema es cuando se hace difusión de esta imagen.	Es mejor actuar en el momento dado, aunque si no se dispone del tiempo y recurso, el fotógrafo debe estar en la capacidad de recrear una escena sin que el público crea que no es espontánea.	Depende del concepto que se tenga para presentar en la campaña, pero podríamos tomar ambas, uno la perspectiva de la gente que contribuye a contaminar las calles y dos el espacio ya contaminado de desechos, de bultos y de más cosas que no hacen otra cosa que contaminar.

Tabla N° 3

Matriz de informe de la información.

Objetivo: Determinar los elementos visuales para la realización de piezas fotográficas. (Nivel cualitativo)
Sujetos de análisis / informantes: Pobladores de las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Amarantos.
Modo: Directa/ Video/ Audio
Fecha: 24/05/2017 - 28/05/2017
Pre - categoría 1: Realización de piezas fotográficas

Pregunta	Interpretación	Interpretación	Interpretación
15) ¿Generaría un cambio social una muestra fotográfica sobre la temática de contaminación ambiental con mensajes que promocióne la idea de cuidar el medio ambiente en una ciudad o distrito?	Juan Antonio Gil Salvatierra	Victor Contreras Bardales	Mirko Solis Napanga
Clave / Presidencia	Docente de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo - Fotógrafo documentalista.	Director de Inside Food y fotógrafo documentalista y gastronómico.	Docente de la Universidad Señor de Sipán - Fotógrafo
	Por supuesto, la fotografía en si es un mensaje y que más si este mensaje es directo. No me lo están contando, lo estoy viendo. Las fotografías despiertan conciencia y cumplen un rol importante en la sociedad cuando uno quiere mostrar de manera inmediata, directa y precisa una lucha, una causa. En esta caso una lucha en concientizar en ser mejores personas y protejamos el medio ambiente.	Sí, todo esfuerzo en esa dirección es válida.	Sí, pero hay que reconsiderar algo más que hacer las fotografías, hay que considerar que esta muestra tenga impacto y alcance, a través de una promoción.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el docente Andrés Magallanes Magallanes - Realizador Visual y docente en Toulouse Lautrec - Instituto superior de Diseño Gráfico y Comunicaciones, deja constancia de haber revisado los ítems del focus group y la guía de preguntas de entrevista que la investigadora Hillary Brigitte Dávila Patnoll usará para su trabajo de tesis Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo Y Cl. Amaranos, 2016 – 2017.

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, garantizo la validez de dichos instrumentos presentados por la referida investigadora.

13 de diciembre de 2016



Andrés Magallanes Magallanes
Docente en Toulouse Lautrec - Instituto superior de diseño gráfico y comunicaciones

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, la docente María de los Angeles Sánchez Quezada de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán y Magister en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa, deja constancia de haber revisado los ítems del foccus group y guía de preguntas de entrevistas que la investigadora Hillary Brigitte Dávila Patnoll usará para su trabajo de tesis Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo Y Cl. Amarantos, 2016 – 2017.

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, garantizo la validez de dichos instrumentos presentados por la referida investigadora.

15 de diciembre de 2016



María de los Angeles Sánchez Quezada
Licenciada en Ciencias de la Comunicación – Magister en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

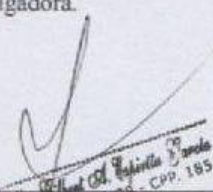
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el docente de la escuela de Ciencias de la Comunicación Gilbert Amador Espiritu García de la Universidad Señor de Sipán, deja constancia de haber revisado los ítems del foccus group y guía de preguntas de entrevistas que la investigadora Hillary Brigitte Dávila Patnoll usará para su trabajo de tesis Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo Y Cl. Amarantos, 2016 – 2017.

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, garantizo la validez de dichos instrumentos presentados por la referida investigadora.

30 de octubre del 2017


Gilbert Amador Espiritu García
Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación.