



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS HABITANTES DEL DISTRITO
4 SECTOR 29 Y ARGENTINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

AUTOR:

JOHANNY FERNANDA NÚÑEZ MINCHALA

TUTORA:

Lcda. PATRICIA MURILLO, Msc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015-2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO: ANÁLISIS DE LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS HABITANTES DEL DISTRITO 4 SECTOR 29 Y ARGENTINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	
AUTOR: Johanny Núñez Minchala	TUTOR: Lcda. Patricia Murillo, Msc.
	REVISORES: Lcda. Patricia Murillo, Msc. Lcda. Olaya Valdiviezo, Msc. Lcdo. Alfredo Llerena Guerrero, Msc. Lcda. Carolina Vásquez Bohórquez, Msc. Lcda. Esthela Astudillo Segovia, Msc.
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social
CARRERA: Comunicación Social	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 91
TÍTULO OBTENIDO: Lcdo. Comunicación Social	
ÁREAS TEMÁTICAS: Socio Educativo Ambiental	
PALABRAS CLAVE: Plan Comunicacional-Campañas de Concientización-Redes Sociales-Medio Ambiente	
RESUMEN: <p>El propósito de este proyecto es diseñar un plan comunicacional utilizando las redes sociales como vía de comunicación directa con los habitantes del Distrito 4 Sector Argentina y la 29, para capacitarlos y concientizarlos en lo que refiere a cultura ambiental y así dar un aporte a la comunidad.</p> <p>Como es de conocimiento mundial la contaminación existe desde hace muchos años y ha ido en aumento notablemente con la evolución del hombre, debido a los diferentes hábitos, costumbres y ocupaciones practicadas a diario que van perjudicando no sólo a un sitio determinado, sino al planeta.</p> <p>Dentro de este proyecto se enfatizan pautas sustanciales en el tema planteado, por medio de la observación se determinó el problema y su origen, seguidamente se detalla el marco teórico donde están las fundamentaciones científicas que son las bases para el desarrollo de la propuesta. La modalidad de investigación nos permitirá determinar si es un proyecto factible, pues se investigara, para dar soluciones estableciendo las respectivas conclusiones y recomendaciones.</p>	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0985016803 E-mail: johannyfernandanunezminchala@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la Facultad
	Teléfono: (03)2848487 Ext. 123
	E-mail: fca@uta.edu.ec

AGRADECIMIENTO

A Dios, por quien todo es posible.

A mi Directora de Tesis, Lcda. Patricia Murillo, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia científica, en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo.

A mi madre, sin cuyo apoyo no hubiera sido posible cumplir esta importante meta, tengo una deuda eterna con ella por impulsarme estos deseos de superación.

A mi hija, mi motor principal, inspiración de amor y superación en todos y cada uno de mis pasos.

A mi esposo, por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio y el trabajo ocuparon mi tiempo y esfuerzo, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con ustedes, mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, estimulación y comprensión en los momentos difíciles.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo. **LCDA. PATRICIA MURILLO, Msc.** CERTIFICO que la **SRTA. NUÑEZ MINCHALA JOHANNY FERNANDA** con C.I.: **0930111851**, estudiante de la Carrera Comunicación Social, diseñó y ejecutó el Proyecto, bajo mi guía y tutoría, según lo establecido en la planificación de la Universidad de Guayaquil.

Atentamente

LCDA. PATRICIA MURILLO, Msc.

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Lcdo. Kléber Loor

Decano de la Facultad de Comunicación Social

De mis consideraciones:

Para los fines legales pertinentes, comunico a usted que yo, JOHANNY FERNANDA NUÑEZ MINCHALA, soy responsable intelectual del presente proyecto educativo denominado:

ANÁLISIS DE LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS HABITANTES DEL DISTRITO 4 SECTOR 29 Y ARGENTINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Por la atención que brinde al presente trabajo quedo muy agradecida.

Atentamente,

JOHANNY FERNANDA NUÑEZ MINCHALA

0930111851

DEDICATORIA

A Dios, quien me dio la fortaleza y salud para terminar este trabajo.

A mi madre, porque creyó en mí, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ella, he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mi esposo, por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio ocupó mi tiempo y esfuerzo, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales.

A mi hija, mi inspiración de amor, superación en todos y cada uno de mis pasos.

A todos espero no defraudarlos y contar siempre con ustedes.

CERTIFICADO DEL LECTOR - REVISOR

Certifico que he revisado la redacción y ortografía de este proyecto educativo realizado por **JOHANNY FERNANDA NUÑEZ MINCHALA**, llamado **ANÁLISIS DE LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS HABITANTES DEL DISTRITO 4 SECTOR 29 Y ARGENTINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social.

Lcda. Olaya Valdiviezo C. Msc.

Lector - Revisor

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS HABITANTES DEL DISTRITO
4 SECTOR 29 Y ARGENTINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

APROBADO

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

JOHANNY FERNANDA NUÑEZ MINCHALA
Estudiante

INDICE GENERAL

CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	v
ACTA DE RESPONSABILIDAD.....	vi
CERTIFICADO DEL GRAMATOLOGO.....	vii
APROBACION DEL JURADO EXAMINADOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Ubicación del Problema en su contexto	4
1.3. Situación en conflicto	4
1.4. Causas del problema y sus consecuencias	5
1.4.1. Causas	5
1.4.2. Consecuencias.....	5
1.5. Delimitación del problema.....	5
1.6. Formulación del problema.....	6

1.7.	Evaluación del problema.....	6
1.8.	Objetivos del Proyecto	8
1.8.1.	Objetivo general	8
1.8.2.	Objetivos específicos	8
1.9.	Justificación e importancia de la investigación	8
1.10.	Hipótesis- Variables.....	9
1.11.	Interrogantes del Investigador.....	10

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.	Fundamentación teórica.....	11
2.1.1.	Qué es el medio ambiente.....	11
2.1.1.1	Cultura Ambiental.....	12
2.1.2.	Comunicación.....	12
2.1.2.	Medios de Comunicación.....	13
2.1.2.2	Redes Sociales.....	14
2.1.3.	Comunicación Ambiental.....	15
2.2.	Fundamentación Histórica.....	15
2.3.	Fundamentación Epistemológica.....	16
2.4.	Fundamentación Legal.....	17
2.5.	Definición de Términos.....	21

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.	Metodología de la investigación	23
3.1.	Tipos de Estudio.....	23
3.2.	Técnicas a Usar.....	24
3.2.1.	Instrumento a Usar.....	24

3.3.	Métodos de Investigación	24
3.3.1.	Métodos Aplicados en la Investigación	25
3.4.	Modalidad de la Investigación.....	25
3.4.1.	Investigación de Campo.....	26
3.4.2.	Investigación Bibliograficas.....	26
3.4.3.	Investigación Documental.....	26
3.5.	Tipos de Investigación.....	27
3.6.	Instrumento de Recopilación de Datos	28
3.6.1.	Técnicas de Muestreo Sugerido.....	28
3.6.2.	Software que se Utiliza.....	28
3.7.	Población y Muestra.....	29
3.7.1.	Población.....	29
3.7.2.	Muestra.....	29
3.8.	Técnicas Utilizadas en la Investigación.....	30
3.8.1.	La técnica de la Encuesta.....	31
3.9.	Procedimientos de la Investigación.....	32
3.9.1	Recolección de la Información.....	32
3.9.2	Proceso y Análisis de la investigación.....	33
3.10	Operacionalización de las Variables.....	34

CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS

4.	Análisis de los resultados	36
4.1.	Análisis de encuestas realizadas a los habitantes del sector de la calle 29 y argentina.....	36

CAPÍTULO V: LA PROPUESTA

5.	Tema del Proyecto.....	45
5.1.	La Propuesta.....	45
5.2.	Introducción.....	45
5.3.	Objetivo General de la Propuesta.....	46
5.4.	Objetivo Especifico.....	46
5.5.	Contenido de la Propuesta.....	47
5.5.1	Cuerpo de la propuesta.....	49
5.5.2	Campañas de Concientización Ambiental.....	56
5.6.	Factibilidad de Aplicación.....	57
5.7.	Formas de Seguimiento.....	58
5.8.	Beneficiarios.....	58

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.	Conclusiones	59
6.2.	Recomendaciones	60
7.	BIBLIOGRAFÍA	61
8.	ANEXOS	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 3.10 Operacionalización de las variables independientes.....	34
Tabla 3.10.1 Operacionalización de las variables dependientes.....	35
Tabla 5.5.1 Objetivos de la propuesta.....	53
Tabla 5.5.2 Campañas de concientización ambiental.....	56

RESUMEN

El propósito de este proyecto, es diseñar un plan comunicacional utilizando las redes sociales como vía de comunicación directa con los habitantes del Distrito 4, Sector de la 29 y Argentina, para capacitarlos y concientizarlos en lo que se refiere a cultura ambiental y así dar un aporte a la comunidad

Como es de conocimiento mundial, la contaminación existe desde hace muchos años y ha ido en aumento notablemente con la evolución del hombre y sus diferentes hábitos, costumbres y ocupaciones practicadas a diario en perjuicio no sólo de un sitio determinado, sino al planeta.

Dentro de este proyecto se enfatizan pautas sustanciales en el tema planteado.

A través de la observación se determinó el problema y su origen, seguidamente, se detalla el marco teórico, donde están las fundamentaciones científicas que son las bases para el desarrollo de la propuesta. La modalidad de investigación nos permitirá determinar si es un proyecto factible, pues se investigará, para dar soluciones, estableciendo las respectivas conclusiones y recomendaciones.

En la investigación se orienta el problema de contaminación, desde un punto de vista racional, porque no se puede pensar que se eliminaría de raíz, ya que es un fenómeno que afecta no solo al sector sino el mundo entero.

Dentro de la zona de estudio se observa de forma muy común este inconveniente, porque sus pobladores carecen de una difusión adecuada sobre conservación ambiental, ya que si contaran con el conocimiento necesario, sus habitantes tomarían conciencia y harían los correctivos necesarios para evitar enfermedades como, la diarrea, paludismo e infecciones respiratorias, etc consecuencias propias de las amenazas latentes alrededor de sus hogares, como son residuos urbanos, industriales y escombros depositados de manera impropia.

ABSTRACT

The purpose of this project is to design a communications plan using social networking as a means of direct communication with the residents of District 4 Sector Argentina and 29, to train them and raise their awareness when it comes to environmental awareness and thus provide a contribution to the community.

As global awareness of pollution existed for many years and has been increasing markedly with the evolution of man and different habits, customs and practiced daily occupations that are damaging not only to a given, but the planet site.

Within this project substantial guidelines emphasize the issue raised, through observing the problem and its origin was determined, then the theoretical framework where the scientific foundations that are the basis for the development of the proposal are detailed. The type of research will allow us to determine if this is a viable project, since it is investigated to provide solutions by establishing the respective conclusions and recommendations.

In researching the problem of contamination is oriented from a rational point of view, because you can not think that would tackle, as this is a phenomenon that affects not only the sector but throughout the world.

Within the study area it is observed very common form of this problem because its people lack adequate dissemination of environmental conservation, as if they had the necessary knowledge and awareness residents would take the necessary corrective measures to prevent diseases such as diarrhea, malaria and respiratory infections, specific to the latent threats around their homes and urban waste, industrial and debris deposited improperly consequences.

Awareness, social awareness and environmental training are consistent principles to consolidate with the times we live in order to ensure quality of life for future generations.

INTRODUCCION

Este trabajo de investigación servirá de guía a la población del sector la 29 y Argentina, para lograr que sus habitantes se sientan orgullos de ser considerados un sector ejemplar tras lograr cambios imperantes y necesarios para la conservación de medio ambiente.

El presente trabajo investigativo consta de 6 capítulos en el que se lleva a cabo un planteamiento general del problema ambiental del sector ubicando causas y consecuencias, determinando los factores del deterioro o degradación del medio ambiente del sector.

De forma general se representa las bases y fundamentos que sustentan científicamente la investigación, comprobando la necesidad de análisis de la problemática y la facilidad de llegar a las personas gracias a la inmediatez y evolución de las redes sociales como medios de comunicación.

También se emplea la metodología de la investigación para obtener resultados como diagnóstico; basándonos principalmente de herramientas como la entrevista y las encuestas que son fuentes directas entre el investigador y los beneficiarios.

Estrictamente se encuentran los análisis e interpretación de resultados, del índice de conocimiento, interés y preocupación de los moradores sobre temas ambientales y el uso frecuente de las redes sociales vía de publicación de las campañas de concienciación.

Se hace el desarrollo de la propuesta, como lo es el diseño comunicacional para campañas de concientización ambiental para el sector de Argentina y la 29.

Además se encuentran las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Planteamiento del problema

La contaminación del medio ambiente, en la actualidad representa uno de las problemáticas más importantes que afectan al mundo entero, ya sea en el aire, agua, flora o fauna, producidos por las industrias comerciales, agrícolas, fuentes móviles, etc., que generan con frecuencia sustancias contaminantes que se dispersan y transportan sobre y dentro de los recursos naturales alterando sus características originales.

El siguiente trabajo presenta la problemática que sufre a diario la ciudad de Guayaquil, enfocado desde el punto de vista real y racional, en particular el sector 4, zona 29 y argentina, punto estratégico donde se desarrollará el proyecto, a medida que pasa el tiempo, la situación se pone cada vez peor. Durante el recorrido de campo realizado se pudo observar en las esquinas de las calles, cerros de basura acumulada que dan mal aspecto al sector y por las altas temperaturas emanan olores insoportables que pueden causar enfermedades.

Es por esta razón, la necesidad de buscar alternativas o diseñar un Plan comunicacional, utilizando las redes sociales para prevenir la contaminación en el sector y que la ciudadanía en general tome conciencia de esta problemática que está ocasionando que la capa de ozono se debilite cada vez más, deteriorando el medio ambiente.

1.2.- Ubicación del problema en su contexto

En la actualidad los pobladores del distrito 4, sector 29 y Argentina periodo 2015-2016, presentan dificultades en el manejo y clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos, debido a que no han recibido una capacitación idónea, por esta razón la contaminación ambiental va en aumento, lo que difícilmente podría superarse, si no se capacitan para utilizar los medios de comunicación masiva, como las redes sociales, a fin de concienciar a esta población para minimizar los daños ecológicos y los impactos ambientales que conllevan el indebido manejo de basura.

1.3.- Situación en conflicto

Contaminación Ambiental

Alcance : Medio

Relevancia social : Alta

Mediante este estudio se pretende encuestar por lo menos el 20% de la población del sector, para ejecutar la campaña de conservación del medio ambiente, esto debido a la poca preocupación por parte de los habitantes del sector de la 29 y Argentina, que están causando serios problemas ambientales.

Por lo que se aspira estudiar las dificultades y problemas desde un punto de vista en general, a partir de sus principios, hasta la culminación del mismo, asumiendo la validación y responsabilidad de los instrumentos.

La orientación que se dirija a esta población utilizando medios de comunicación online, como las redes sociales, busca proporcionar mayor relevancia a sus actores, plantean alternativas como consejos, tips, utilizando la tecnología de forma práctica y metódica, esperando que opten por un cambio de comportamientos conductuales en relación al cuidado del medio ambiente, desde su hogar, que servirán para mejorar el entorno de sus viviendas.

1.4.- Causas y Consecuencias del problema

1.4.1 Causas

- Contaminación del estero salado
- Acumulación de basura sin la clasificación correspondiente
- Deforestación
- Mal uso de los agroquímicos
- Ruido de motores y maquinas industriales
- Construcciones civiles.

1.4.2. Consecuencias

- Enfermedades que pueden afectar a la población y producir la muerte.
- Perdida de la audición
- Erosión e infertilidad del suelo
- Propagación de Virus y epidemias

1.5. Delimitación del problema

Campo: Comunicación Social

Área: medios digitales (redes sociales)

Aspecto: realizar campañas de concientización para la conservación del medio Ambiente

Tema: Análisis de la cultura ambiental en los habitantes del Distrito 4 Sector 29 y Argentina en la ciudad de Guayaquil

Problema: “La población del distrito 4, sector 29 y argentina desconocen los aspectos sobre la conservación del medio ambiente y manejo de los desechos orgánicos e inorgánicos, y por ende están causando contaminación en el entorno perjudicando sus vidas”.

Delimitación espacial: Sur oeste de Guayaquil, calle 29 y argentina

Delimitación temporal: 2015 - 2016

1.6. Formulación del problema

Para formular el problema de la investigación se realiza la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los factores que afectan el medio ambiente en el Distrito 4, Sector 29 y Argentina?

1.7.- Evaluación del problema

Después de haber analizado la situación mundial ambiental, del Ecuador y principalmente de la ciudad de Guayaquil, se ha detectado que la contaminación va en aumento, más aun en las zonas urbano marginales, quizás porque no han sido suficientes las campañas de preservación del medio ambiente, por lo que al parecer los comunicadores sociales también se están olvidando del compromiso y responsabilidad social que se tiene frente a la concienciación de la población en la conservación del medio ambiente.

Durante el desarrollo del estudio de campo y a las entrevistas realizadas a la población se detectó que la mayor parte, no tiene conocimiento sobre la conservación del medio ambiente y las causas nefastas que éste podría generar.

Un alto porcentaje de esta población utiliza las redes sociales como entretenimiento para estar comunicados los unos a los otros, y se podría recurrir a éstas para emitir mensajes de forma masiva, sobre la importancia y manejo correcto de los desechos orgánicos e inorgánicos, para la conservación del medio ambiente

Delimitado.- Insuficientes campañas sobre la conservación del medio ambiente por medio de las redes sociales.

Evidente.- Las personas encuestadas están muy preocupados por la problemática que sufren a diario y demuestran su interés en difundir por medio de las redes sociales, noticias sobre el medio ambiente.

Original.- Porque no se ha realizado este tipo de propuesta en este sector, ni en el periodo planteado, tiene la finalidad de concienciar a la población de esta problemática y que ellos sean actores importantes para la conservación del medio ambiente.

Relevante.- Alto. Porque lograr concienciar a los habitantes con mensajes de conservación del medio ambiente utilizando las redes sociales, es primordial para el buen vivir.

Realidad social.- En la actualidad el gobierno ha impulsado muchas campañas sobre la conservación del medio ambiente, mensaje que ha sido difundido por los diferentes medios de comunicación, pero de manera general, pero si se realiza de forma sectorizada, se logrará evaluar el impacto de las mismas.

Factibilidad.- Si, porque los costos son relativamente bajos, y existen muchas personas ambientalistas, que desean contribuir a esta campaña, y de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas los habitantes de este sector están dispuestos a ser parte activa de estas acciones.

1.8.- Objetivos del proyecto

1.8.1. Objetivo general

Diseñar un plan comunicacional utilizando las redes sociales para lograr concienciar a la población del distrito 4, sector 29 y Argentina sobre la conservación del medio ambiente periodo 2015 – 2016.

1.8.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar cuales son los factores principales que afectan el medio ambiente del sector de la 29 y Argentina de la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar propaganda digital sobre la conservación del medio ambiente para ser transmitida por las redes sociales.
- Realizar entrevistas y encuestas a la población involucrada.
- Capacitar a la población de la 29 y Argentina, acerca de los peligros que conlleva el inadecuado uso de los agroquímicos, ruidos, deforestación y acumulación de basura.

1.9.- Justificación de la investigación: práctica, teórica, metodológica.

En la ciudad de Guayaquil la contaminación del medio ambiente es alta, sobre todo por la basura acumulada en las calles de la ciudad, sin las respectivas clasificaciones, por lo que es imperante que se efectiven las campañas de conservación del medio ambiente, por eso es necesario involucrar a la ciudadanía en general para concienciarla sobre el daño ecológico que está causando al planeta y la vida misma.

La idea de este proyecto es involucrar a los habitantes del sector de la 29 y Argentina en un plan piloto de conservación del medio ambiente, para mejorar el entorno, y también como una fuente de ingresos para la economía familiar, evitar la acumulación de basura y prevenir enfermedades.

Es de suma importancia que los ciudadanos tengan conocimiento que las redes sociales no solo sirven como medio de comunicación con amigos y familiares, sino también como medios de publicidad donde se expondrán consejos o tips para lograr un buen vivir.

HIPOTESIS Y VARIABLES

1.10.- Hipótesis-variables

¿Qué pasaría si se capacita a la población de la 29 y Argentina, en asuntos relacionados a la conservación del medio ambiente para mejorar el entorno en el periodo 2015 – 2016?

Variable Independiente

¿Qué pasaría si se capacita a la población de la 29 y Argentina en asuntos relacionados a la conservación del medio ambiente para mejorar su entorno?

Variable Dependiente

¿Medio Ambiente en el periodo 2015 – 2016?

1.11.- Interrogantes del investigador

- 1) ¿Por qué los habitantes del sector de 29 y Argentina, no tienen la cultura del reciclaje?
- 2) ¿Qué pasaría si los pobladores de la 29 y Argentina recibirían campañas sobre manejo de basura orgánica e inorgánica?
- 3) ¿Cómo impactaría los consejos o tips en las redes sociales sobre el prejuicio que causa a la humanidad la contaminación ambiental?
- 4) ¿Cómo beneficiaría un ambiente libre de basuras tóxicas a la salud de la población de la 29 y Argentina?
- 5) ¿Crees que la iniciativa de informar a través de las redes sobre el beneficio de reciclar para mejorar sus ingresos económicos concienciará a los pobladores sobre la necesidad de clasificar correctamente la basura?
- 6) ¿Capacitando a los moradores del sector, mejorarían sus ingresos económicos?

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Fundamentación teórica

Neyder W (2013) Manifiesta el análisis de un tema determinado a tratar a través de una búsqueda bibliográfica donde se ha escrito con tenacidad científica, la invariable estructuración lógica del material, y el estudio examinador del mismo.

2.1.1 ¿Qué es el medio ambiente?

Arango L (2015). Opina que el medio ambiente se refiere a todo lo que rodea a los seres vivos, se conforma por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales que refiere directamente a las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía.

El medio ambiente se podría decir, es un sistema que condiciona la forma de vida de la sociedad, incluyendo valores naturales, sociales y culturales en un lugar y momento determinado; es importante por esto, generar conciencia para la conservación del mismo, en cada uno de sus habitantes y así lograr garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futura.

2.1.1.1 Cultura ambiental

Montezuma M, (2010) “La cultura ambiental en primer lugar, hay que entenderla como una dimensión de la cultura general”.

“La cultura ambiental nace para conservar el medio ambiente, es por esto la imperante necesidad de crear métodos de comunicación directa a la sociedad en general, para que por medio de éstos logren concienciar la necesidad de cuidar su entorno, y puedan determinar el rol que ejercen cada individuo para que se promuevan buenas acciones y hábitos, con la finalidad de evitar el daño ecológico”. (Pág. 34)

2.1.2. Comunicación

Castro U. (2013) “La comunicación tiene su origen millones de años atrás; el hombre, desde que existió, buscó siempre una forma de socializar y plasmar sus ideas, pensamientos, y a su vez estas acciones quedaron plasmados en dibujos.

La forma de comunicarse es la base de toda investigación, teniendo en cuenta que es una definición extensa, pues se vincula a la teoría de la comunicación, para hacer énfasis principalmente de la información adquirida, que posteriormente se usará para crear las campañas de concientización basada en consejos del cuidado del medio ambiente en este sector”.

2.1.2.1 Medios de Comunicación

Hidalgo J (2012) Declara “Los medios comunicación ejercen un papel importante en la sociedad, y éstos se encuentran en constante evolución, teniendo como finalidad principal, educar, transmitir, entretener, formar opinión, etc.

Los medios de comunicación son los que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a todos los lugares del planeta.

Con el avance vertiginoso de éstos, también se crean tendencias positivas y negativas, y al tener una influencia directa sobre los usuarios, la Ley de Comunicación ha tenido que ser regulada para defender y determinar los derechos y obligaciones que se deben cumplir”.

Medios Audiovisuales

- Cine
- Televisión
- Internet
- Radio

Medios Impresos

- Periódicos
- Revistas, etc.

Sin embargo, los medios tradicionales están saliendo de lo común porque, cada vez les cuesta mantener más el interés del público, la expectación del seguimiento de la noticia minuto a minuto se logran a través de las redes sociales, donde cada mensaje es fruto de la inmediatez, tomando actualidad.

2.1.2.2 Redes Sociales

Jaume I. (2009) Considera “Las plataformas en Internet facilitan la comunicación entre personas de una misma o diferente estructura social y esto se denomina servicios de red social”.

Las redes sociales son estructuras compuestas por un conjunto de actores como persona natural u organización, que están relacionados de acuerdo a algún criterio o relación.

Son aplicaciones web que favorecen el contacto entre personas, que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación a los usuarios en internet. Las redes sociales más visitadas son Facebook, Instagram, google+ y Twitter.

Estas redes sociales como su nombre lo indican, forman parte de la sociedad y en estos días son el medio de comunicación más rápido utilizados por los usuarios, sin importar los extractos sociales, ni edad, ni sexo, si se analiza la forma positiva se observan muchos campos útiles que permiten compartir toda clase de información, y el lado negativo es cuando son mal utilizadas, creando información falsa o fuera de cualquier estructura moral.

El presuroso crecimiento de las redes sociales en los últimos años muestra la monumental conquista de nuevas formas de relacionarse entre usuarios en Internet, abriendo posibilidades en el campo del medio, aunque también se nota que se pasa por alto las reglas de comunicación utilizadas hasta ahora.

Dice Castell M (2010) “los espacios en los que se educan y se socializan las personas ya no pueden ser sólo físicos, de la misma manera que nunca podrán ser sólo digitales”.

Las redes sociales, resultan fácil de encontrar, conectar, reagrupar o movilizar a los usuarios en un tema determinado como éste. Las redes sociales nos servirán de plataforma para todas aquéllas iniciativas que pretendan concienciar a los individuos en aspectos como el reciclaje, la importancia del ahorro energético, el adecuado depósito de los residuos entre otras cosas.

Además, las redes sociales, son de comunicación bidireccional porque el usuario tiene tanta voz como cualquier otro, de poder protestar, actuar, opinar, y compartir información útil que puede ser conocida a nivel mundial.

2.1.3. Comunicación ambiental

Núñez J (2015) Promulga “La información concientiza e influye en la sociedad, por esta razón es imperante transmitir mensajes sobre la importancia de la conservación del medio ambiente, para el bienestar del hombre, por eso los medios de comunicación bien dirigidos, son elementos esenciales para la conservación de los recursos ambientales.

2.2.- Fundamentación histórica

Molero A (2008). Expresa “El plan de comunicación es el esqueleto, la base que practica una comunicación. Es una labor que abarca grandes actividades que se dirige a mayores audiencias; y puede tener desde uno, hasta varios objetivos, es imprescindible organizarla y dirigirla a la experiencia, con un marco y referente claro. Se trata de un instrumento que encierra el sistema comunicativo de actuación, ya sea éste, a corto, mediano o largo plazo, y que reúne metas, estrategias, objetivo, mensajes básicos, acciones, cronogramas, presupuesto o métodos de evaluación para dirigirlas a un público en general.

El plan de comunicación admite que la comunicación perfeccionada responde a criterios profesionales, metodología y un planteamiento estratégico y que no sean únicamente serie de acciones aisladas.

Abad C. (2014) “En internet, las redes sociales son sitios virtuales que los usuarios manejan para comunicarse y relacionarse con personas conocidas o nó. Permiten compartir información y dar aportaciones a algunos temas que le interesen”.

Para la elaboración de un plan de comunicación se deben especificar los objetivos a cubrir, el alcance, las personas implicadas, las herramientas y medios que se emplearán, la metodología que se seguirá para ponerlo en conocimiento; y la forma específica de medir su éxito.

Cualquier plan de comunicación tendrá contenidos científicos, culturales, su descripción debe ser amplia y clara, si se desea enviar una información asertiva.

2.3.- Fundamentación epistemológica

Podemos decir, en la actualidad las redes sociales son un fenómeno social que permite creciente desarrollo científico, tecnológico y humano en la sociedad.

Redes Sociales (2011) Remontándose a la historia, se encuentra que en el 2001 y 2002, nacen las redes sociales como el Tribe Friendster y MySpace, las que permiten estrechar lazos de amistad entre amigos o simples conocidos. Alrededor del 2004, Google lanza una red social llamada Orkut la que surge como un reto para ver si tenía la aceptación del público.

Falla V (2010) Las redes sociales con el pasar de los años, se han ido incrementando en gran medida, debido a que las personas cada vez más se involucran en este sistema comunicacional, por las facilidades que prestan a la sociedad. Los sitios más visitados por los usuarios son: Fotolog, MySpace. Hi5 y el Facebook.

Mujica J. (2010) "YouTube es el más preferido por los usuarios a nivel mundial, no solo sirve para colgar videos de entretenimiento, sino también por las empresas que quieren llegar a sus clientes mediante publicidad. Para poder colgar videos, se debe estar registrado como usuario y tener la facultad de eliminar publicaciones que le parezca que no cumplen con las condiciones de uso.

Otra de las redes más utilizadas y populares es el Facebook, porque es el medio idóneo para compartir información, comunicarse con los familiares o conocidos, ya que es una red social preferida por todos los cibernautas.

Williams, Stone & Dorsey (2006), Publican que al analizar la aceptación desmedida del público de comunicarse de manera rápida, ellos crean Twitter, que es una red social que permite enviar mensajes cortos de una forma rápida y versátil.

2.4.- Fundamentación legal

Ley del medio ambiente

Título sexto: esferas específicas de protección del medio Ambiente.

Capítulo I: disposiciones generales

Art. 81.- La gestión de los recursos naturales se realizará de conformidad con las disposiciones siguientes:

- a) Se asegurará la racionalidad en el uso, para lo cual se cuidará su perdurabilidad cuantitativa y cualitativa, se desarrollará el reciclado y la recuperación y se salvaguardarán los ecosistemas a los que pertenezcan.

- b) Se tendrá en cuenta la interdependencia existente entre los recursos naturales y demás elementos ambientales y entre los ecosistemas, evitando, cuando sea posible, interferencias recíprocas innecesarias o perjudiciales.

- c) Al determinar prioridades para el uso de las diversas categorías de recursos naturales se tendrán en cuenta los requerimientos de la protección del medio ambiente, la necesidad de asegurar su sostenibilidad y los beneficios y costos ambientales, económicos y sociales.

Art. 82.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, en la explotación de los recursos naturales no renovables se tendrá en cuenta la previsión de inversiones destinadas a la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Art. 83.- El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de conjunto con los organismos competentes, dictará, en el marco de lo establecido por la presente Ley, regulaciones especiales para la protección ambiental de ecosistemas montañosos, costeros, cársicos y de humedales que, dada su fragilidad ecológica, requieran de una atención diferenciada.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA EL ECUADOR, 2008

SECCIÓN SEGUNDA

AMBIENTE SANO

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

MARCO LEGAL

La Ley de Gestión Ambiental establece que la Autoridad Ambiental Nacional la ejerce el Ministerio del Ambiente, instancia rectora, coordinadora y reguladora del sistema nacional descentralizado de Gestión Ambiental; sin perjuicio de las atribuciones que en el ámbito de sus competencias y acorde a las Leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado.

Según la Nueva Constitución de la República del Ecuador indica:

TITULO VII

Régimen del Buen Vivir

CAPÍTULO SEGUNDO

Biodiversidad y Recursos Naturales

Art 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1) El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. 2) Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional. 3) El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución, y control de toda actividad que genere impactos ambientales. 4) En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA EL ECUADOR, 2008

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

2.5.- Definición de términos

Medio Ambiente

Entiende sobre el conjunto de valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento definitivo, que intervienen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras.

Cultura ambiental

La cultura ambiental concierne el saber cuidar el medio ambiente y la ecología, tratando de hacer que el planeta sea un mejor espacio para todos los seres vivos que en él habitan.

Internet

Red de redes, que no solo sirve para interconectar computadoras, sino como enlace entre redes más pequeñas y permite ampliar su cobertura al hacerlas partes de una red global mundial.

Redes sociales

Son aplicaciones web que benefician interrelación entre los humanos, ofreciendo servicios de comunicación directa o indirecta a los usuarios de la red. Las redes sociales más visitadas son Facebook, Instagram, google+, Twitter, MySpace, Tagged, Badoo, MySpace, Tagged, Hi5.

Publicidad Digital

El aumento del Internet al igual que la impetración de dispositivos móviles han favorecido a que la publicidad digital se convierta en una herramienta de gran valor, por su gran trascendencia, puede llegar a todos los rincones del planeta, siendo pioneros a la hora de buscar una promoción grande del bien, servicio o información.

Plan comunicacional

Pasos importantes para la expresión de un contenido específico o general de carácter comunicacional y que siendo eficaz tenga éxito dentro de la web.

Campañas de concientización

Dan a conocer un mensaje, opiniones, ideas e información con relación a un tema concluyente cuya finalidad es llegar de forma subjetiva a quienes la escuchen y fomentarles la toma de conciencia sobre soluciones a la problemática

CAPITULO II

METODOLOGÍA

3. Metodología de la investigación

La finalidad de este proyecto es concientizar a la población sobre la necesidad de preservar el medio, el ecosistema, y desarrollar una cultura ambiental sustentable que se necesita para obtener un desarrollo viable del sector.

La búsqueda de la información lleva al investigador a buscar métodos y herramientas relacionados al tema y problema, precisando utilizar fuentes irrefutables para ser aplicadas dentro del proyecto de titulación, generando un reto meticuloso para el desarrollo del proceso de investigación.

3.1. Tipo de estudio

Para el siguiente trabajo se hará uso de entrevistas y encuestas a los habitantes del sector de Argentina y la 29; con la finalidad de que se puedan identificar los problemas ambientales que se presenta en él; y así poder realizar las campañas de publicidad digital que permitan concientizar a los moradores de esta zona, acerca del compromiso social que tienen los seres humanos frente a la conservación del ecosistema.

3.2 Técnicas a usar:

Observación, Encuestas, entrevistas

3.2.1 Instrumentos a usar:

Formato de encuestas, Visitas del área de estudio, Recolección de datos. Para realizar este proyecto, primero se realizó observación de campo y recopilación de datos, que nos permitieron tener una idea clara de la problemática, a través de interrogantes realizados a los habitantes del sector que sirvieron como monitoreo para desarrollar campañas de concientización ambiental y conservación del medio ambiente.

3.3.- Métodos de investigación

El método a utilizarse en este trabajo de investigación es el cualitativo y cuantitativo, los cuales nos permitirá recolectar datos para la elaboración del mismo. Involucrar las redes sociales en esta propuesta proporcionará mayor alcance por la magnitud de usuarios que tienen éstas. La investigación comprende los siguientes aspectos:

- Encuestas a los habitantes.
- Entrevistas a las personas
- Análisis de los programas informáticos a utilizar para realizar la campaña.

3.3.1 Métodos Aplicados en la Investigación

En este proyecto se aplicó el método empírico, que es un modelo de investigación científica, que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, son los más usados en el campo de las ciencias sociales y naturales.

Mediante las técnicas de la encuesta, entrevista y otros análisis, se puede diagnosticar para luego ejecutar la propuesta y la validación de la misma, como parte del proceso de investigación para lograr su factibilidad.

Las encuestas se realizarán personalmente, a los habitantes de la 29 y Argentina, para determinar el grado de conocimiento que mantienen éstos en relación al manejo de desechos orgánicos e inorgánicos, y las consecuencias de los daños ambientales que se pueden producir por una incipiente capacitación de la población.

Teniendo contacto con la realidad del sector y detectar las necesidades más urgentes, se concibe un marco teórico-práctico en el que los habitantes puedan aplicar de manera efectiva y objetiva el proceso de la enseñanza - aprendizaje en lo concerniente a las campañas de concienciación ambiental, que contribuyan al desarrollo de un sistema saludable y sostenible del buen vivir.

3.4 Modalidad de la investigación

Franco Y. (2015) "La metodología de la investigación facilita herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Estos procedimientos crean una acción de racionalización del entorno social, profesional y eruditos que ayudan a promover el progreso intelectual a través de la investigación ordenada de la realidad". (Pág. 21)

3.4.1 Investigación de Campo

Siendo el investigador quien trata de aprobar o invalidar la información dentro de un proyecto, específicamente ésta parte, implica comprender y resolver alguna situación.

Este tipo de investigación se adquirió de entrevistas, encuestas y observaciones directas del investigador, obteniendo información de la realidad en que se encuentra.

Este proyecto es factible porque se podría guiar correctamente a los habitantes del sector de las calles 29 y Argentina, para que logren conocer el manejo adecuado acerca de la conservación del medio ambiente.

3.4.2 Investigación Bibliográfica

Es generada por escritos, sitios de internet, trabajos de investigación referentes a conservación del medio ambiente, libros, encuestas, entrevistas y documentos varios los que permitieron conocer, cuáles son los factores que perjudican el ambiente y también la percepción de los habitantes acerca de esta propuesta, las posibles soluciones, siendo todos útiles para la investigación, para lograr resultados deseados.

3.4.3 Investigación Documental

Se fundamenta en documentos válidos como: bibliografías, encuestas, entrevistas y otros.

3.5.- Tipos de investigación

Descriptiva.- Nos permite examinar los sucesos que se están dando y así poder estipular los componentes del problema en estudio y analizar los argumentos investigados para obtener una correcta interpretación.

Participativa.- Es aquella que se origina desde el lugar donde se presenta el problema, con el objetivo de buscar una solución que no perjudique el porvenir y bienestar de las personas.

Cualitativa.- Permite tener una idea de las diferentes percepciones que existen acerca el tema dentro del campo de estudio con el designio de inquirir en el argumento y describir las realidades existentes.

Resultado de la investigación:

Presentar comunicacionalmente ideas para mantener y conservar el medio ambiente de un sector específico.

Recurriendo a la metodología de campo que hace el proceso de búsqueda se obtenga directamente de donde existe el problema, con lo descubierto se conocerán los requerimientos de la problemática y todo lo que implica, localizando posibles soluciones.

3.6 Instrumento de recopilación de datos

Se utilizará un cuestionario concreto con preguntas cerradas para evitar el agotamiento de los encuestados.

3.6.1. Técnica de Muestreo Sugerido: Aleatorio Simple

Tipo de muestreo donde se escogen personas al azar

Se deben realizar 100 encuestas.

3.6.2- Software que se utiliza

Para este proyecto se utilizara el siguiente formato:

- Microsoft Office, Excel
- Adobe Photoshop CC
- Mosaizer 4.4
- Redes Sociales:
 - Facebook,
 - whatsapp
 - Instagram,
 - Twitter.

3.7.- Población y muestra

3.7.1 Población

Teniendo varias acepciones en este estudio se refiere directamente una variable número de personas que se van a estudiar, teniendo similares características o pertenecen a un espacio determinado.

3.7.2 Muestra

Este sector está conformado de 500 habitantes, y se les realizo encuestas a 100 pobladores. Se empleó un **muestreo aleatorio simple**

Recopilación de datos:

Es el primer paso dentro de una investigación, en este proyecto se logra por encuestas realizadas, las que nos permitirán conocer las perspectivas individuales o generales de los habitantes acerca del tema, formando así un colectivo de datos.

Fuentes de los datos.

Los datos son recogidos dentro del sector Argentina y la 29, lo que determina el lugar de estudio como fuente externa.

Clasificación de los datos.

Directamente refiere al orden de los datos, de mayor a menor o viceversa, con la finalidad de establecer la importancia y utilidad que tengan dentro de la investigación. Una vez observados y agrupados estos, son presentados, analizados

e interpretados como guía directa de la imperante necesidad de encontrar y adaptar soluciones.

3.8.1. La Técnica de la encuesta

Esta herramienta en forma general tiene validéz, porque arroja resultados que observa las variables a investigar.

Es confiable, porque sus datos son obtenidos directamente de las personas encuestadas; por medio de preguntas abiertas y cerradas, que son tabuladas para conocer y enmarcar el objetivo del proyecto.

En esta investigación se aplicó un cuestionario de 8 preguntas, donde se contempló los pasos a seguir en su estructura y elaboración.

Se elaboraron las preguntas, luego se diseñó la hoja de encuesta, después se realizó un cuestionario piloto, para dar paso a la elaboración final del instrumento e impresión.

Fue necesario elaborar algunas simulaciones, para determinar si el cuestionario era entendible o había que realizar correcciones.

Tabla de Valorización

La suma de las preguntas abiertas y cerradas, son las que nos direccionan al objetivo del proyecto, aunque también en algunas ocasiones contemplan posibilidades que podrían desviar la investigación. Cada interrogante va junto con sucesión visual de opciones que son directamente marcadas con una X o un Visto; para evitar confusión al personificar a cada elemento.

3.9 Procedimientos de la investigación

Secuencia de pasos para obtener la información y desarrollar la investigación.

3.9.1 Recolección de la información

¿Cómo se acumulará la información?

De encuestas realizadas a la población del sector.

¿A quiénes?

A los habitantes de Argentina y la 29

¿Cómo?

Mediante encuestas relacionadas con la problemática

¿Con qué?

Con tabulaciones que certifiquen la información

¿Cuántas veces?

Una sola vez.

¿Dónde?

En Guayaquil, Sur Oeste, Calle 29 y Argentina

¿Para qué?

Para obtener datos precisos y buscar soluciones

3.9.2 Proceso y análisis de la investigación.

- 1) Investigación Bibliográfica y de campo.
- 2) Análisis de datos.
- 3) Identificación del problema
- 4) Elaboración del proyecto
- 5) Elaboración del marco teórico; Investigación en bibliografías
- 6) Diseño de preguntas de la encuesta
- 7) Elaboración de los instrumentos: diagnóstico y factibilidad
- 8) Aplicación de la prueba
- 9) Recopilación de datos /aplicación de instrumentos
- 10) Tabulación de datos
- 11) Conclusiones y recomendaciones
- 12) Elaboración del informe final
- 13) Propuesta

3.10 Operacionalización de las variables

La investigación debe indicar eficientemente que la operacionalización de las variables para establecer la viabilidad del mismo. Los indicadores deben estar correlacionados con la hipótesis, para demostrar la propuesta específica en la investigación.

CUADRO Nº 1

TABLA 3.10 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR
¿Qué pasaría si se capacita a la población de la 29 y Argentina en asuntos relacionados a la conservación del medio ambiente para mejorar su entorno?	Acción para optimizar el manejo correcto de los desechos orgánicos e inorgánicos para mejorar la conservación del medio ambiente.	Gestión Social Planificación Educativa Aplica técnicas y estrategias de Comunicación	Porque se trabaja directamente para el bienestar de la población. Porque aplica un modelo de gestión para concienciar a los habitantes del sector involucrado Va dirigido de forma masiva vía redes sociales para educar al usuario y mejorar el entorno

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO Nº 2

TABLA 3.10.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DEPENDIENTES

VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR
¿Medio Ambiente en el periodo 2015 – 2016?	Crear o implementar un espacio en las redes sociales para concienciar a los pobladores acerca de la conservación del ecosistema.	<p>Diseño Social</p> <p>Aplica metodología de las tics</p> <p>Enseñanza Virtual</p> <p>Gestión de Procesos Socios Educativos</p>	<p>Aplica un diseño social para optimizar la calidad de vida.</p> <p>Para concienciar de forma práctica y participativa la necesidad de mejorar su entorno familiar</p> <p>Porque utilizará sus equipos tecnológicos.</p> <p>Aplica una gestión de procesos mediante campañas publicitarias para implementar el correcto manejo de los desechos, y optimizar el buen vivir y los ingresos económicos</p>

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV

4.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La opinión de los habitantes del sector de la 29 y Argentina, es muy importante, porque son ellos los que viven a diario esta problemática, afectando desde su salud, hasta la imagen del sector

4.1.- ANALISIS DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DEL SECTOR DE LA CALLE 29 Y ARGENTINA

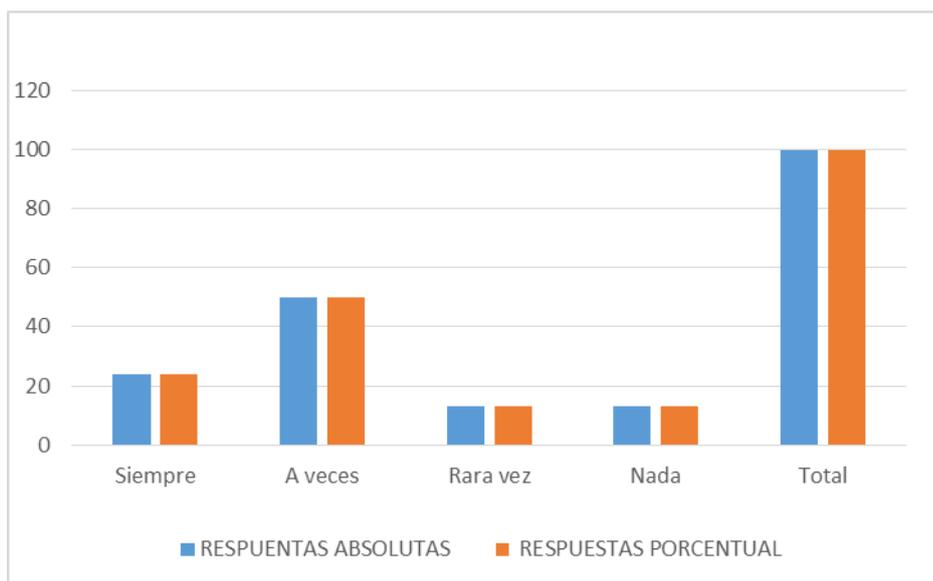
Encuestas realizadas a los moradores de la 29 y Argentina

1: ¿Ha escuchado usted el término cultura ambiental?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Siempre	24	24%
A veces	50	50%
Rara vez	13	13%
Nada	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

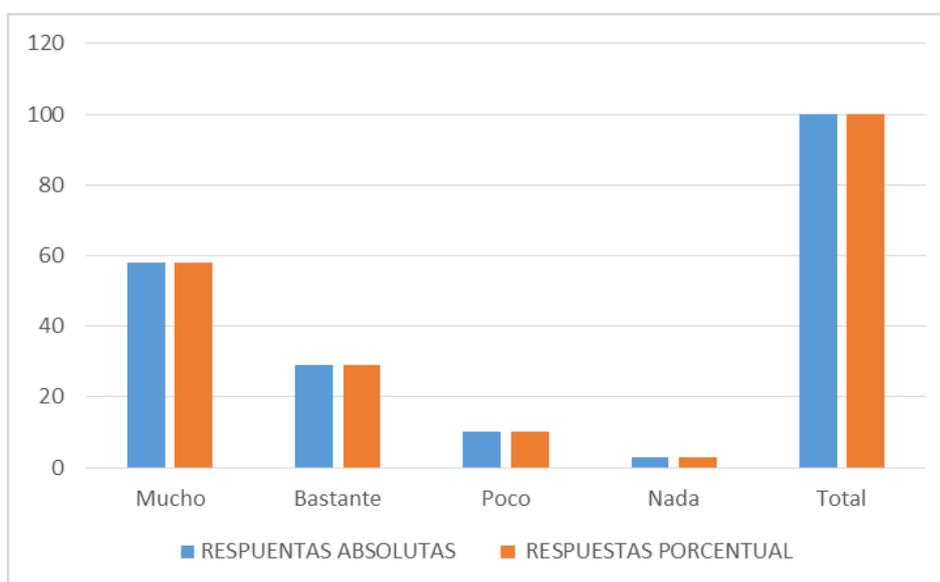
El 50% respondió que A VECES, el 24% que SIEMPRE, el 13% que RARA VEZ y el 13% que NUNCA. Lo que deduce que los pobladores conocen medianamente lo que refiere a cultura ambiental.

2: ¿Los problemas de medio ambiente le preocupan?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Mucho	58	58%
Bastante	29	29%
Poco	10	10%
Nada	3	3%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

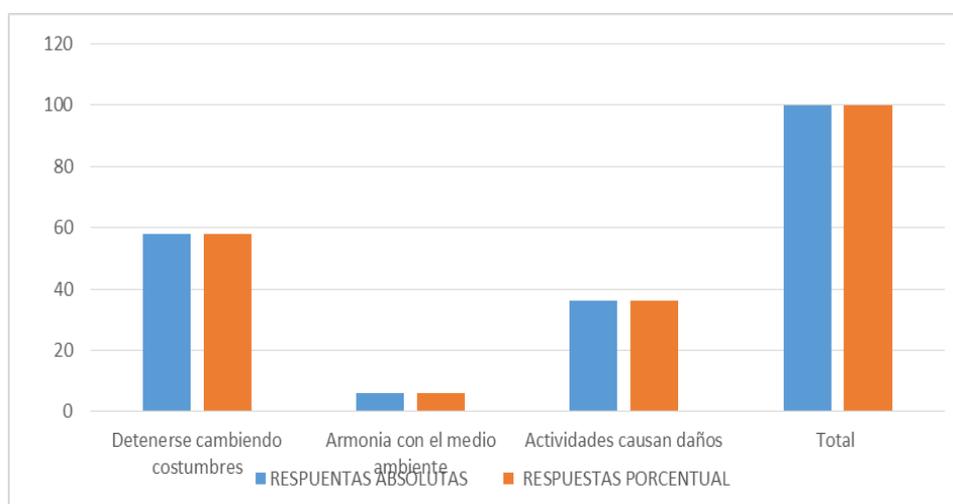
El 58% respondió que MUCHO, el 29% que BASTANTE, el 10% que POCO y el 3% que NADA. Lo que concluye que los pobladores tienen mucha preocupación en lo que refiere a problemas ambientales del sector.

3: ¿Según su opinión está de acuerdo con qué?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Detenerse cambiando costumbres	58	58%
Armonía con el medio ambiente	6	6%
Actividades causan daños	36	36%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

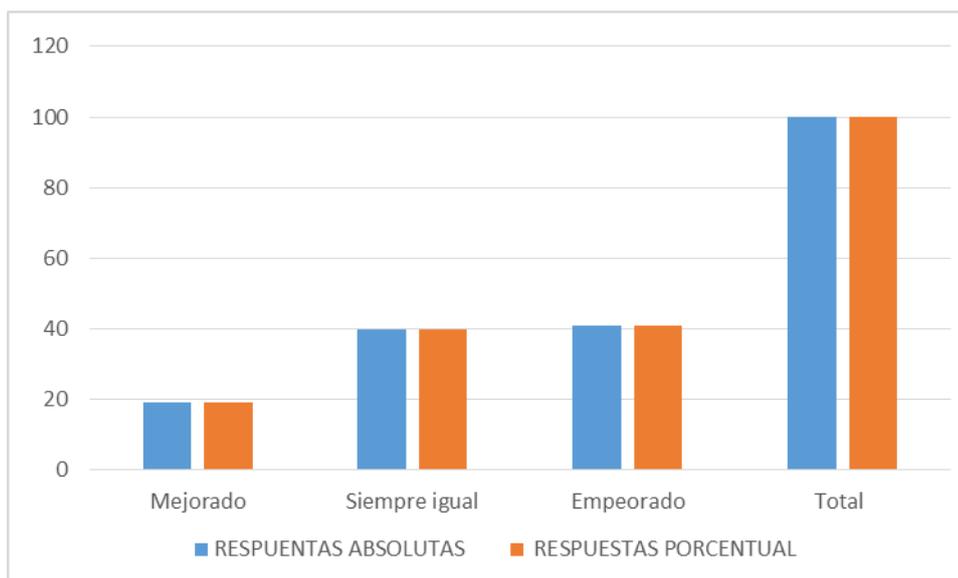
El 58% respondió que la contaminación puede DETENERSE CAMBIANDO COSTUMBRES y HÁBITOS, el 6% que hay ARMONIA CON EL MEDIO AMBIENTE, el 36% piensa que ACTIVIDADES CAUSAN DAÑOS. El 94% población piensa que el ser humano tiene que cambiar sus actividades para estar en armonía con el medio ambiente.

4: ¿Usted cree que en el sector donde vive ha cambiado físicamente en relación al manejo y control de la basura con el transcurrir del tiempo?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Mejorado	19	19%
Siempre igual	40	40%
Empeorado	41	41%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

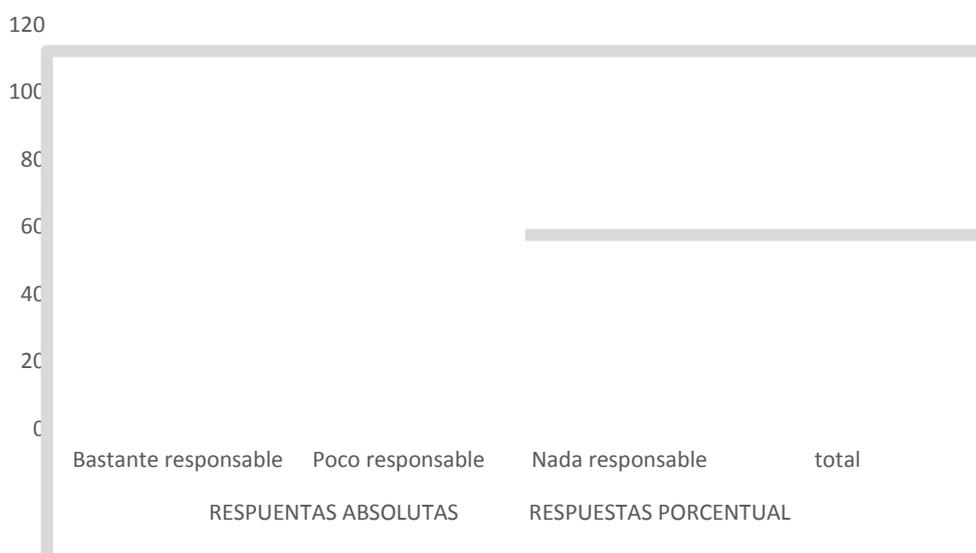
El 41% respondió que ha EMPEORADO, el 40% que SIGUE IGUAL, el 19% que ha MEJORADO. Observando que la mayoría de los habitantes resta importancia a la conservación de su entorno.

5: ¿Cree que usted es responsable del daño ambiental de su sector?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Bastante responsable	68	68%
Poco responsable	25	25%
Nada responsable	7	7%
total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

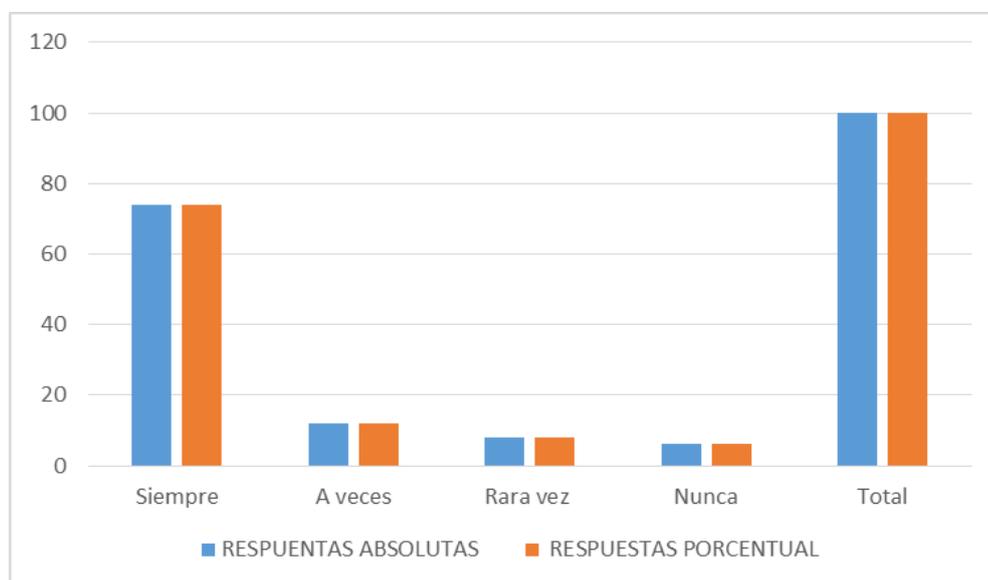
El 68% respondió que se siente BASTANTE RESPONSABLE, el 25% POCO RESPONSABLE, el 7% no se siente NADA RESPONSABLE. Lo que nos hace ver que reconocen que sus malos hábitos afectan al medio ambiente del sector.

6: ¿Con que frecuencia utilizan las redes sociales?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Siempre	74	74%
A veces	12	12%
Rara vez	8	8%
Nunca	6	6%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

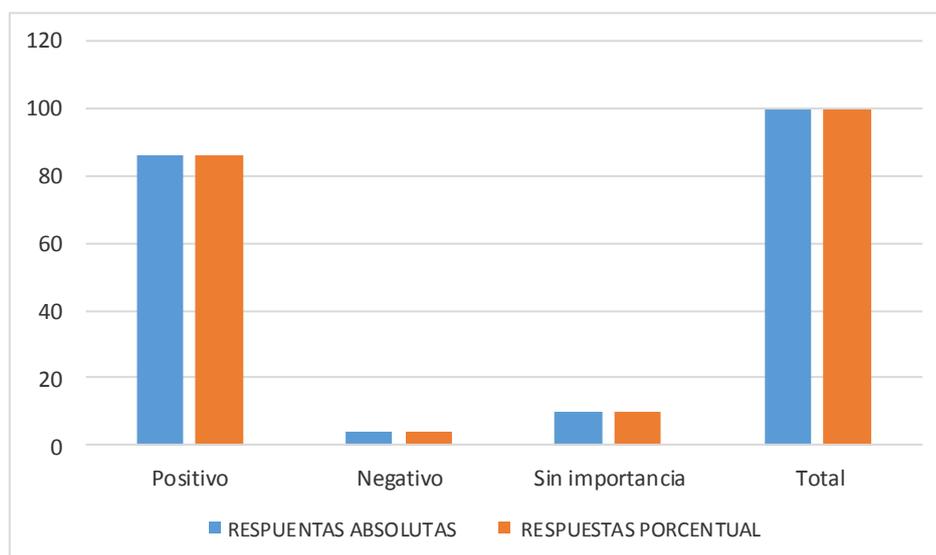
El 74% respondió que utiliza SIEMPRE las redes sociales, el 12% que A VECES, el 8% RARA VEZ y el 6% NUNCA. Determinando el uso frecuente de las redes sociales por parte de los moradores.

7: ¿Cómo califica el hecho de recibir capacitación mediante propaganda digital acerca de la conservación del medio ambiente?

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Positivo	86	86%
Negativo	4	4%
Sin importancia	10	10%
Total	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

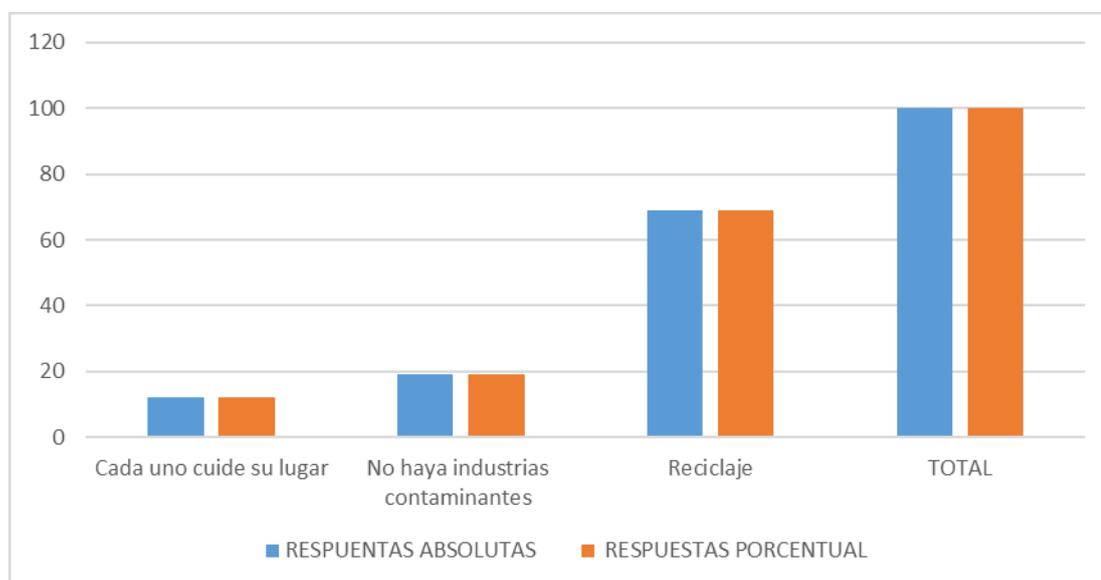
El 86% respondió que ve POSITIVAMENTE, el 4% NEGATIVAMENTE, el 10% SIN IMPORTANCIA. Estableciendo que la mayoría ve positivamente el hecho de ser capacitados mediante campañas digitales.

8: ¿Que propone para tener un ambiente sano? Escoja una opción

OPCIONES	RESPUESTAS ABSOLUTAS	RESPUESTAS PORCENTUAL
Cada uno cuide su lugar	12	12%
No haya industrias contaminantes	19	19%
Reciclaje	69	69%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la 29 Y Argentina

Autor: Johanny Núñez



Análisis de datos:

El 69% respondió RECICLAJE, el 19% QUE NO HAYA INDUSTRIAS CONTAMINANTES, el 12% CADA INDIVIDUO CUIDE SU LUGAR. Estableciendo así como base para mejorar un ambiente la clasificación de los desechos.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.- Tema:

Análisis de la Cultura Ambiental en los habitantes del Distrito 4 Sector 29 y Argentina en la ciudad de Guayaquil

5.1.- La propuesta:

Realizar campañas publicitarias, utilizando las redes sociales para lograr concienciar a la población del Distrito 4, Sector 29 y Argentina sobre la conservación del medio ambiente periodo 2015 – 2016.

5.2.- Introducción

El medio ambiente es tomado en cuenta por disciplinas científicas, como por ejemplo la ecología que estudia la relación entre el hombre y el entorno.

En este caso la contaminación es considerada como uno de los problemas más críticos del Distrito 4, sector Argentina y la 29, por esta razón los comunicadores sociales debemos trabajar arduamente con la población para contribuir a concienciar a ésta, sobre la necesidad de la conservación del medio ambiente, y buscar continuas soluciones para amainar este impacto.

Todos los miembros de la sociedad tenemos la obligación moral de solidarizarnos y participar activamente en la preservación de la vida ambiental, siendo parte principal de esta propuesta de investigación, utilizar las redes sociales porque cuentan con características específicas y particulares que cumplen en general con el propósito principal para el que fueron creadas, y será el medio de comunicación utilizado para realizar campañas publicitarias con el medio ambiente.

Las redes sociales junto a las tics, los videos, publicidad y collages, se convierten en herramientas que no se pueden desaprovechar a fin de lograr que este proyecto sea un aporte positivo para el buen vivir, incentivando a los moradores el deseo de preservar el medio ambiente en bienestar de la comunidad y sus familias.

5.3.- Objetivo general de la propuesta

Analizar el uso de las redes sociales en temas relacionados a la conservación del medio ambiente periodo 2015 – 2016.

5.4.- Objetivo específico

- Establecer los factores principales que afectan el medio ambiente del sector de la 29 y Argentina de la ciudad de Guayaquil.
- Diagnosticar el impacto que causa la desinformación del manejo de los desechos orgánicos e inorgánicos.
- Diseñar un plan de capacitación ambiental a través de propagandas digitales para la población de la 29 y Argentina, acerca de los peligros que conlleva el inadecuado manejo de los desechos.

5.5.- Contenido de la propuesta

La presente propuesta se la realizó de la siguiente forma, la misma que consta de cuatro fases: preparación, diseño, ejecución y evaluación. Cada una de ellas, se muestra a continuación.

Preparación:

Convocar la directiva del Comité Pro-mejoras del sector involucrado, para socializar problemática ambiental existente en la zona y proponer la planificación de una campaña de conservación del medio ambiente

Diseño:

Justificación, diagnóstico, objetivos, beneficiarios, producto esperado, factibilidad, recursos y evaluación de la propuesta.

Ejecución:

Aprobación por parte de la directiva del Comité Pro-mejoras y socialización a la comunidad, de la campaña publicitaria, utilizando las redes sociales para lograr concienciar a la ciudadanía del sector de la 29 y Argentina, la necesidad de contribuir a la conservación del medio ambiente para obtener un ambiente sano para sus familias y alcanzar el resultado de la propuesta.

Aplicación de la fundamentación legal, en la creación del buen vivir, y el uso de la tecnología informática como lo indica la Ley de Educación Superior y la Constitución de la República, para una responsabilidad social efectiva.

Evaluación:

Es continúa pero al término del año propuesto, se determina la efectividad de la campaña publicitaria utilizando las redes sociales, para el mejoramiento del medio ambiente y determinar el impacto social de la misma como evidencia de la propuesta, determinado su eficiencia.

5.5.1 Cuerpo de la propuesta

DISEÑO DEL PLAN

UNIDAD I

DESCRIPCIÓN Y FINALIDAD DE LA PROPUESTA

PROPUESTA:

Realizar una campaña publicitaria utilizando las redes sociales para lograr concienciar a la población del distrito 4, sector 29 y Argentina, sobre la conservación del medio ambiente, periodo 2015 – 2016.

Realizando los siguientes pasos:

- ✓ Determinar cuáles son los objetivos a lograr
- ✓ Definir a quiénes se va a dirigir la información
- ✓ Deliberar cuál es la idea que se quiere transmitir
- ✓ Seleccionar los medios apropiados y su frecuencia de utilización
- ✓ Ejecutar el plan de medios y medir su impacto.

Componentes de la propaganda digital

Gómez D. (2014) Determina que para obtener un mensaje publicitario efectivo este debe ser claro, conciso, focalizado, directo y creíble.

La publicidad digital en este caso, nos facilitará la creación y promulgación de estas campañas de concienciación ambiental en las redes sociales, serán un aporte necesario para la reflexión; logrando efectivizar esta propuesta para mejorar el entorno.

Identificando la problemática existente en el sector de la 29 y Argentina, es pertinente la capacitación acerca de la conservación del medio ambiente; esta propuesta brinda una oportunidad a los pobladores de concienciar sobre las actividades diarias que vienen realizando con relación al manejo de la basura, y el perjuicio que está causando a la salud de ellos y sus familiares.

Además de encontrar formas de subsistencias que mejoren su economía, siempre y cuando aprendan a manejar el reciclaje correctamente, contribuyendo a un desarrollo sano y sustentable del medio ambiente.

¿Qué impactos se pretende lograr?

Con la participación activa de los moradores, se espera generar cambios necesarios en esta comunidad, con esta campaña se pretende encontrar armonía, entre el entorno y el ser humano.

Generará un impacto ambiental por excelencia, porque será uno de los primeros programas con temas ecológicos en el sector, permitiendo que surja el interés del público, quienes además de informarse se estarán educando y tratarán de mantener sus hogares en un ambiente sano.

Principios del diseño de un plan comunicacional utilizando las redes sociales

Según Benítez R. (2014) “Una estrategia de comunicación se diseña siguiendo un conjunto de pasos que servirán para comunicar de manera efectiva y cumplir con los objetivos marcados”.

1. Definición del marco estratégico.

Este primer punto nos es de mucha utilidad, porque debemos de tener muy claro ¿Qué es lo que vamos a realizar? y ¿Qué pretendemos lograr? Esto no tiene necesariamente que ser muy detallado en un principio, pero actuará de referente y recordatorio dentro de la estrategia comunicacional.

Las redes sociales se convierten en un canal de comunicación muy eficaz por su alcance y trascendencia ya que permite:

- ✓ La participación directa y efectiva con los beneficiarios.
- ✓ Demostrar y exhibir el éxito e importancia de las campañas de concientización ambiental.
- ✓ Asegurar que las personas entiendan lo que se quiere lograr.
- ✓ Cambiar el comportamiento y las percepciones de los usuarios, en este caso son los habitantes del sector.

2. Análisis de la situación actual

Analizar la información, será primordial e importante, ya que nos permitirá tener una percepción del campo de investigación; y así determinar lo que se va dar a conocer a los usuarios de las redes. Una herramienta que se puede utilizar para ayudar a analizar la situación actual es mediante un:

Análisis FODA

Que involucra realizar un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene nuestra problemática.

- **FORTALEZA**

El sector Cuenta con un Comité Pro- mejoras.

Aceptación de la población para aceptar la innovación.

El uso frecuente de las tics

- **OPORTUNIDADES**

Socializar con la comunidad temas ambientales.

Generar ingresos.

- **DEBILIDADES**

El poco conocimiento que tenían los pobladores.

- **AMENAZAS**

Problemas de salud

Afectaciones al planeta

3. Objetivos operativos y Objetivos de la comunicación

Las estrategias de comunicación deberán manifestar de forma clara y precisa la visión de los objetivos, teniendo en cuenta las acciones que se van a tomar, se focalizarán su finalidad. Ejemplo:

TABLA 5.5.1 Objetivos de la propuesta

Objetivos operativos	Comunicacionalmente
Capacitar a los habitantes del sector de manera efectiva en lo que refiere a temas ambientales	Asegurar que los moradores sepan y entiendan las normas para vivir en un ambiente sano
Uso de las Redes Sociales	Tendrán un alcance mayor por la frecuencia que son utilizadas por los moradores quienes tendrán participación directa compartiendo, comentando, etc. aplicaciones propias de este medio.

Fuente: Elaboración Propia

4. Identificar públicos objetivos.

Es decir, a quien nos vamos a dirigir, a quienes queremos hacer conocer la información.

En este caso, son los habitantes del sector de la 29 y Argentina, los principales participantes, involucrados e interesados.

Para que la población amerite un cambio, debe tener conocimiento del tema a tratar desde los factores que perjudican el ambiente, hasta qué se podría hacer para tratar de mitigar en algo esta afectación.

5. Determinar los mensajes

Una vez identificadas las audiencias, el siguiente paso es, descomponer los objetivos en mensajes relevantes para el público.

Estos mensajes deben ser claros, veraces, deberán tener comprobación científica, fin social y estar enmarcados dentro de un contexto legal.

Así generarán conciencia de quienes los reciban siendo capaces de socializarlos y realizar cambios.

6. Canales de comunicación

Los canales de comunicación son medios que nos permiten presentar la información.

Existen pro y contra en el uso de cada uno de los canales de comunicación, ya que varían en función de las necesidades y los recursos que disponemos.

Con la formulación de un problema de investigación, se buscó dentro de la adhesión masiva a las redes sociales (canal de comunicación), el poder rescatar al medio ambiente con valores que contribuyan su conservación, utilizando este medio de comunicación para que no solo sirva de entretenimiento, sino que también se encuentre un espacio útil, dirigido a temas de interés social.

7. Calendario de actividades

Con el público objetivo y el canal identificado, se procede a elaborar un plan de trabajo que indique las acciones a realizar y los plazos propuestos.

Por ejemplo:

TABLA 5.5.2 CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACION AMBIENTAL

JULIO/2015	AGOSTO/2015	SEPTIEMBRE/2015	OCTUBRE/2015	NOVIEMBRE/2015	DICIEMBRE/2015
<p>PARA & AYUDA, porque tu barrio te necesita, y el planeta te lo agradecerá.</p>	<p>MANEJO DE RESIDUOS Orgánicos e Inorgánicos</p>	<p>EL USO DE LAS 4 R: recicla, reduce, reusa, y recupera</p>	<p>INFORMACION sobre enfermedades transmitidas por vectores</p>	<p>CREAR HASHTAGS O TENDENCIAS Banco de ideas</p>	<p>MANUALIDADES con material reciclado</p>

Fuente: Elaboración Propia

8. Evaluar

La estrategia de comunicación debe concluir con la evaluación de los resultados, para saber si se han cumplido los objetivos, lo que nos permitirá medir la eficiencia del proyecto, hasta la meta final marcada. La evaluación será constante con la aceptación de los usuarios de las redes, pero a fin de año, se evaluará la efectividad del proyecto.

5.6.- Factibilidad de aplicación

La comunidad de la 29 y Argentina, está conformada por personas de diferentes edades, quienes sueñan tener un barrio limpio libre de basura; la propuesta de este proyecto, utilizando las redes sociales como medio de comunicación, permite avizorar grandes éxitos, con un alto grado de factibilidad, porque se estaría concionando a los habitantes del sector, impactando desde los más pequeños hasta los adultos; al ser este medio de comunicación tan popular, prácticamente se estaría sembrando en terreno fértil de forma natural, porque el proceso de iniciación y promulgación de la campaña ambiental utilizando las tics, se han dinamizado los procesos de conservación del entorno.

El deseo de superación de los pobladores por mejorar el aspecto físico de su barrio, es una de las herramientas más importante con la que cuentan, dejando en todo momento una puerta abierta, al cambio de actitud, donde ellos serán los principales actores para mejorar y conservar el medio ambiente, beneficiándose directamente ellos y sus familias

5.7.- Formas de seguimiento

Se realizarán encuestas trimestrales a los moradores del sector, para comprobar la eficiencia y eficacia del uso de las redes sociales con relación a temas de contenido ambiental.

A través de todas las redes sociales se proyectará collages de fotos, diapositivas e imágenes que tratarán de educar al usuario; de acuerdo al número de “Likes”, compartir y comentarios, se podrá medir el grado de aceptación de la misma.

Se socializarán con los moradores los contenidos de la publicidad digital, lo que nos permitirá evaluar el acceso del conocimiento y confirmar si el interés está latente durante el desarrollo y tiempo de finalización del proyecto.

5.8.- Beneficiarios

Los beneficiarios directos de la creación de la propuesta, son los habitantes del sector de la 29 y Argentina, quienes estarán preparados para enfrentar los retos ambientales y tratar de forjar un cambio de cultura ambiental en sus vidas.

Los beneficiarios indirectos serán autoridades sectoriales, empresas de mantenimiento y recolección de basura, los recicladores, quienes verán validados todos sus esfuerzos

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- Conclusiones

De forma general esta problemática ambiental, es un tema que hoy en día necesita de mucha atención debido a que su incidencia se evidencia y trasciende a nivel mundial, afectando a la calidad de vida de los habitantes de la tierra.

A pesar de que este sector ha venido progresando urbanísticamente, son muy notables los problemas ambientales que atraviesan, por esta razón es imperante proporcionar capacitaciones continuas de cuidado y manejo de desechos orgánicos e inorgánicos de forma correcta y eficiente, por lo que después de una árdua investigación se determinó que las redes sociales son el medio más eficaz para lograr este objetivo propuesto, además de crear una cultura ambiental real y práctica.

Después de analizar una serie de investigaciones de carácter nacional e internacional, se concluye que la falta de capacitación a la población sobre los prejuicios que causan el incorrecto manejo de la basura, inciden los impactos ambientales, perjudicando la salud de los seres humanos.

El hecho de involucrar a la sociedad a través de las redes sociales, medios de comunicación masivo, se estaría avanzando rápidamente y con convencimiento propio.

6.2.- Recomendaciones

- Tener presente las opiniones de los moradores del sector, en temas relacionados a la problemática ambiental.
- Impulsar la participación en campañas de educación ambiental, desde una edad temprana para empezar a crear cultura ambiental en las futuras generaciones.
- Se propone la ejecución de este proyecto, porque se ha demostrado que cuenta con las condiciones necesarias que garantizan, tanto la superación de la comunidad hasta llegar a ser ejemplo para los demás sectores de la Ciudad.
- Promover y fortalecer mecanismos de planificación participativa de la comunidad, en el ámbito ambiental y demás proyectos.

BIBLIOGRAFIA

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Bifani, P. (2009). MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. Red Almar ediciones.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR, 2008

Cueto J. LAS REDES SOCIALES .Universidad de San Martín de Porres

Delibes M (2005) 'LA TIERRA HERIDA. ¿QUÉ MUNDO HEREDARÁN NUESTROS HIJOS?' Ed. Destino

Fernández, T (2001). MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y EDUCACIÓN. COLECCIÓN HUMANIDADES.

Herrera, L (2010). ECOLOGIA Y MEDIO AMBIENTE. Segunda edición

WEBGRAFIA

http://newpsi.bvpsi.org.br/ebooks2010/en/Acervo_files/MetodologiaInvestigacion.pf

<http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/>

<http://www.entreintermedios.com/2009/03/el-dafo-en-tiempos-de-crisis/>

<http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>

<http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>

<http://www.reduambiental.edu.ec/>

<http://sostenibilidad.fongdcam.org/category/proyectos-actividades-y-recursos/actividades-de-educacion-y-sensibilizacion-ambiental/>

<http://www.twitter.com> : @tesisdeinvestig @yaquelinfranco

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA DE PROYECTO DE TITULACIÓN

Edad:

Dirección:

1: ¿Ha escuchado usted el término cultura ambiental?

- Siempre ()
- A veces ()
- Rara vez ()
- Nunca ()

2: ¿Los problemas de medio ambiente le preocupan?

- Mucho ()
- Bastante ()
- Poco ()
- Nada ()

3: ¿Según su opinión está de acuerdo con qué?

- () El deterioro ambiental puede detenerse cambiando nuestras costumbres de vida
- () La actividad humana está en armonía con el medio ambiente
- () Nuestras actividades pueden llevarnos a causar daños irreversibles al medio ambiente

4: ¿Usted cree que en el sector donde vive ha cambiado físicamente en relación al manejo y control de la basura con el transcurrir del tiempo?

- () Mejorado
- () Sigue igual
- () Empeorado

5: ¿Cree que usted es responsable del daño ambiental de su sector?

- Bastante responsable
- Poco responsable
- Nada responsable

6: ¿Con que frecuencia utilizan las redes sociales?

- Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

7: ¿Cómo califica el hecho de recibir capacitación mediante propaganda digital acerca de la conservación del medio ambiente?

- Positivo
- Negativo
- Sin importancia

8: ¿Que propone para tener un ambiente sano? Escoja una opción

- Que cada individuo cuide el lugar que habita
- Que no haya industrias contaminantes
- Determinado lugares específicos de residuos
- Aprovechando los medios de comunicación, para concientizar a la población

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

- 1) ¿Por qué los habitantes del sector de 29 y Argentina, no tienen la cultura del reciclaje?
- 2) ¿Qué proyectos se están ejecutando actualmente para sobrellevar esta problemática?
- 3) ¿Existe colaboración de parte de las autoridades?
- 4) ¿Cómo impactaría los consejos o tips en las redes sociales sobre el prejuicio que causa a la humanidad la contaminación ambiental?
- 5) ¿Cómo beneficiaría un ambiente libre de basuras tóxicas a la salud de la población de la 29 y Argentina?
- 6) ¿Capacitando a los moradores del sector, mejorarían sus ingresos económicos?

ENTREVISTA#1

- **Sr. Alex Mendoza**

Activista Ambiental

1) ¿Por qué los habitantes del sector de 29 y Argentina, no tienen la cultura del reciclaje?

Es un problema muy común en estos sectores ya que desconocen los diferentes factores que afectan a diaria el medio ambiente y por ende no saben qué forma aportar con un cambio.

2) ¿Qué proyectos se están ejecutando actualmente para sobrellevar esta problemática?

A nivel de Ciudad existen planes ambientalistas pero sería muy importante que cada uno de los sectores que le conforman propongan cambios y los pongan en práctica

3) ¿Cómo impactaría los consejos o tips en las redes sociales sobre el prejuicio que causa a la humanidad la contaminación ambiental?

Tendrían gran transcendencia ya que por lo general estos medios comunicativos son utilizados con mucha frecuencia y tienen grandes cantidades de usuarios.

4) ¿Cómo beneficiaría un ambiente libre de basuras toxicas a la salud de la población de la 29 y Argentina?

Tendrían muchos beneficios porque son estos desechos los causantes de un ambiente contaminado lo que en consecuencia acarrearía graves enfermedades respiratorias, dermatológicas etc.

5) ¿Capacitando a los moradores del sector, mejorarían sus ingresos económicos?

Sin lugar a duda el reciclar genera ingresos además estarían ayudando a su sector y cuidando la salud de sus familias.

ENTREVISTA#2

- **Sra. Melba Andrade**

Presidenta Comité Pro-Mejoras del Sector.

1) ¿Por qué los habitantes del sector de 29 y Argentina, no tienen la cultura del reciclaje?

La verdad este problema es muy frecuente en nuestro sector, debido a que nuestros vecinos desconocen los beneficios que les aportaría el reciclar y la ayuda importante que le estarían dando al planeta.

2) ¿Qué proyectos se están ejecutando actualmente para sobrellevar esta problemática?

Hasta el momento solo se están estudiando algunas posibilidades, sin embargo no hay nada puntual aun porque no existe el medio como llegar a todos los moradores.

3) ¿Cómo impactaría los consejos o tips en las redes sociales sobre el prejuicio que causa a la humanidad la contaminación ambiental?

Tendrían un gran impacto ya que las redes sociales son muy utilizadas hoy en día.

4) ¿Cómo beneficiaría un ambiente libre de basuras toxicas a la salud de la población de la 29 y Argentina?

En mucho porque la mala distribución de estos desechos son el detonante clave de un sin número de enfermedades, que afectaría a todos los moradores.

5) ¿Capacitando a los moradores del sector, mejorarían sus ingresos económicos?

Sí, porque el reciclar les aportaría en sus ingresos y les ayudaría a fomentar hábitos ambientalistas.

ENTREVISTA#3

- **Sra. Lucrecia León**

Moradora del Sector

1) ¿Por qué los habitantes del sector de 29 y Argentina, no tienen la cultura del reciclaje?

Porque no hemos recibido la información adecuada en lo que trata el cuidado ambiental.

2) ¿Qué proyectos se están ejecutando actualmente para sobrellevar esta problemática?

Nada en concreto, pero estamos muy preocupados deseamos como comunidad realizar un cambio.

3) ¿Cómo impactaría los consejos o tips en las redes sociales sobre el prejuicio que causa a la humanidad la contaminación ambiental?

Sería una propuesta importante ya que la mayoría de los vecinos utilizan las redes sociales a diario

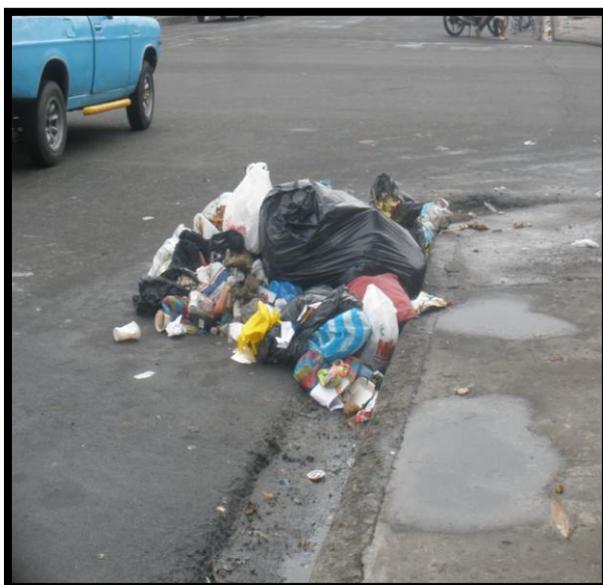
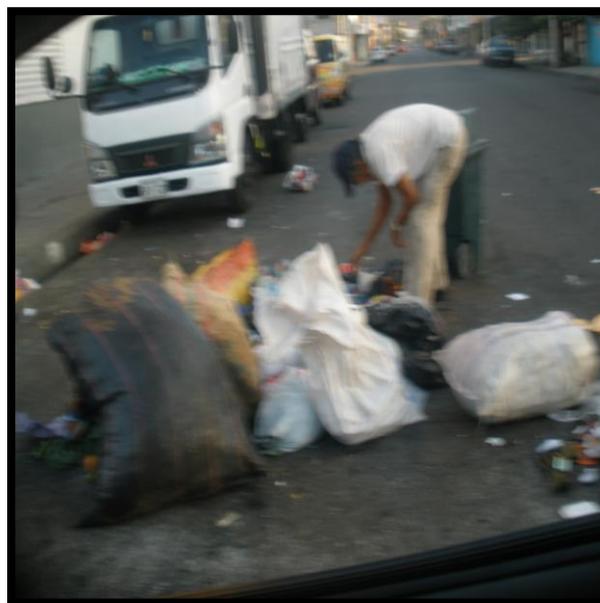
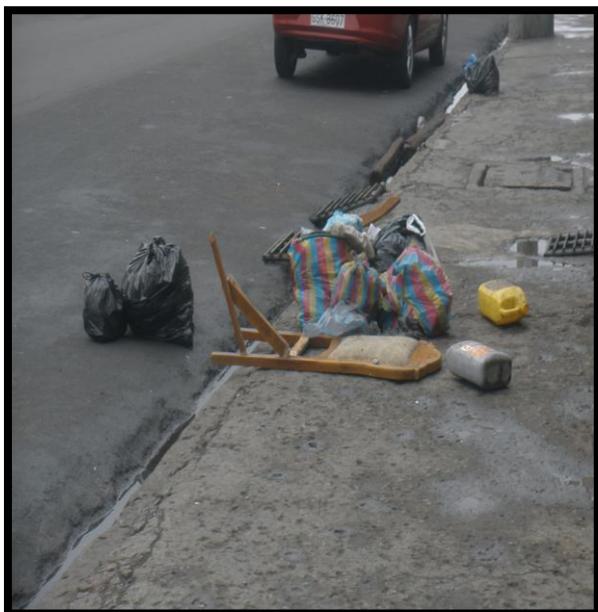
4) ¿Cómo beneficiaría un ambiente libre de basuras toxicas a la salud de la población de la 29 y Argentina?

Nos libraría de tantas enfermedades, la basura emana olores que afectan a las personas adultas y a los más vulnerables de contraer enfermedades serias como son los niños.

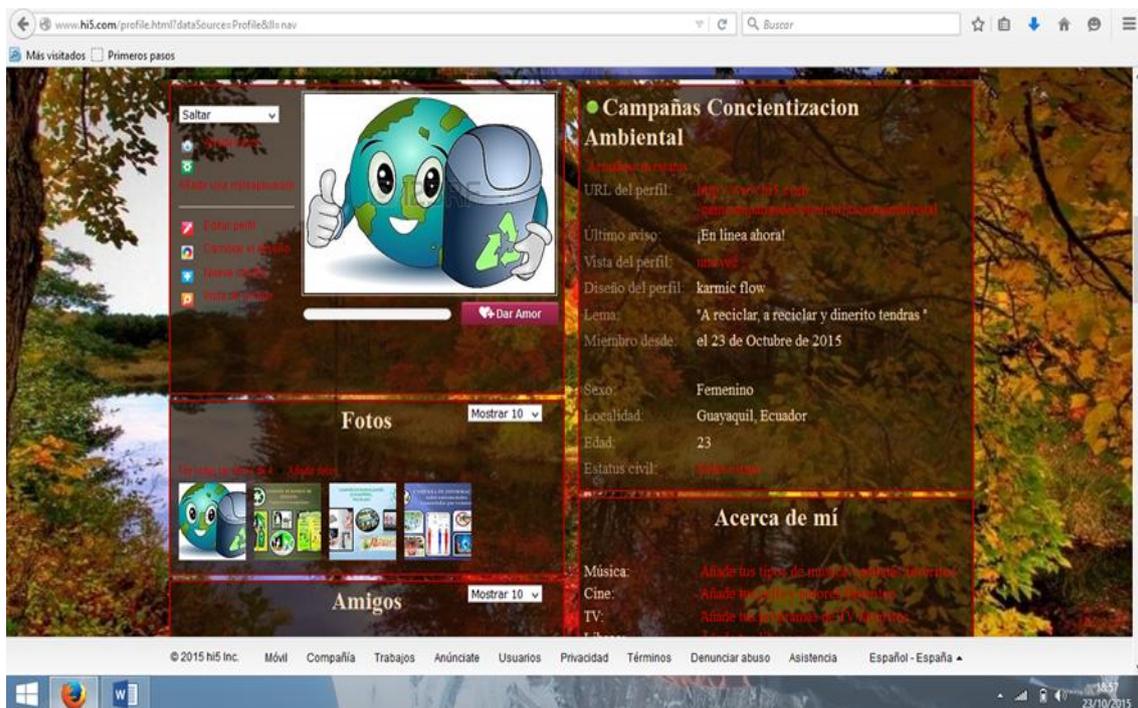
5) ¿Capacitando a los moradores del sector, mejorarían sus ingresos económicos?

Conociendo bien que es lo que debemos hacer aprovecharíamos al máximo los ingresos que estaríamos generando para mejorar nuestra economía y mejoraríamos la imagen de nuestro barrio y podríamos ser ejemplo para los demás sectores.

FOTOS DE LOS ALREDEDORES DEL SECTOR DE LA 29 Y
ARGENTINA



CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACION EN REDES SOCIALES



Twitter, Inc. (US) https://twitter.com/JOAFERNANDA/media

Más visitados Primeros pasos

Inicio Notificaciones Mensajes

Buscar en Twitter

Desechos en general
Orgánica
Envases de vidrio
Plástico y envases metálicos
Papel
Hospitales y clínicas

TWEETS 311 SIGUIENDO 457 SEGUIDORES 43 FAVORITOS 33

Editar perfil

Conciencia Ambiental
@JOAFERNANDA

Campañas de concientización ambiental para el sector de la 29 y Argentina con el fin de cambiar hábitos y costumbres y ayudar al planeta

Ecuador, Guayaquil, 29 y Argenti

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos

Conciencia Ambiental @JOAFERNANDA · 1 h
MANEJO DE RESIDUOS Orgánicos e Inorgánicos

CAMPAÑA DE MANEJO DE RESIDUOS Orgánicos e Inorgánicos

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

Lucero @LuceroMexico Seguido por Yomaira Silva y ...
Seguir

Shakira @shakira Seguido por carolina ramos ...
Seguir

23/10/2015 18:46

YO

CAMPAÑA DEL USO DE LA R
recicla, reduce, reusa, y recupera

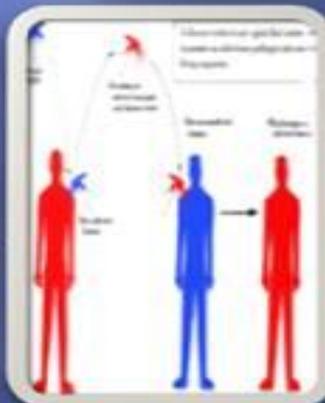
SEPARAR Y RECICLAR ESTÁ EN TUS MANOS

Las 3 erres

CAMPAÑA DE MANUALIDADES CON MATERIAL RECICLADO



CAMPAÑA DE INFORMACION sobre enfermedades transmitidas por vectores



ENCUESTAS REALIZADAS



Srta. Josselyn Velastegui

Moradora del Sector



Sr. Oscar Guillermo

Morador del Sector

PERSONAS ENTREVISTADAS



Sra. Melba Andrade

Presidenta Comité Pro-Mejoras
Del Sector.



Sr. Alex Mendoza

Activista Ambiental



Sra. Lucrecia León

Moradora del Sector

URKUND

Document: [TESIS FINAL JOHANNY NUÑEZ.pdf](#) (D15865455)

Submitted: 2015-10-26 09:12 (-05:00)

Submitted by: vamile2706@gmail.com

Receiver: vamile2706.ug@analysis.orkund.com

Message: NUÑEZ MANCHALÑA JOHANNY FERNANDA PRIMERA VEZ [Show full message](#)

6% of this approx. 28 pages long document consists of text present in 5 sources.

Rank	Path/File name
	TESIS COMPLETA.pdf
	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7479/1...
	FREIRE-TATIANA-ENSAYO.pdf
	TOAPANTA_TERCERO_IMAN_RESUMEN_MARCO LEGA...
	https://www.wiziq.com/online-class/872209-redes-so...
	http://www.bdigital.unal.edu.co/4366/1/797009.2011...

0 Warnings Reset Export Share

100% Active

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL TRABAJO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL TEMA:

DISEÑAR PLAN COMUNICACIONAL UTILIZANDO LAS REDES SOCIALES
PARA LOGRAR CONCIENCIAR A LA POBLACION DEL DISTRITO 4 SECTOR
29 Y ARGENTINA SOBRE LA CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE
PERIODO 2015 – 2016. AUTOR: JOHANNY FERNANDA NUÑEZ MINCHALA

TUTORA: Lcda. PATRICIA MURILLO, Msc.

GUAYAQUIL – ECUADOR 2015-2016 ii REPOSITORIO NACIONAL EN
CIENCIA Y TECNOLOGÍA FICHA DE REGISTRO DE TESIS TÍTULO:

DISEÑAR PLAN COMUNICACIONAL UTILIZANDO LAS REDES SOCIALES
PARA LOGRAR CONCIENCIAR A LA POBLACION DEL DISTRITO 4 SECTOR
29 Y ARGENTINA SOBRE LA CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE
PERIODO 2015 – 2016. AUTOR: Johanny Nuñez Minchala

TUTOR: Lcda. Patricia Murillo, Msc.

Urkund's archive: UNIVERSIDAD GUAYAQUIL / TESIS COMP... 100%

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL TRABAJO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL TEMA:

ES 11:01 27/10/2015

