



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO

**EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE FACEBOOK REALIZADA POR
LA MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA LA DIFUSIÓN DE
CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL
TEMA: MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS**

**PRESENTADA POR
LYNDA HELLEN VÁSQUEZ CHAPARRO**

**ASESORA
CARLA QUEIROLO BOBADILLA**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
POBLACIÓN, COMUNICACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE**

LIMA – PERÚ

2018



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

CC BY-NC-ND

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE FACEBOOK
REALIZADA POR LA MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA
LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN
AMBIENTAL**

TEMA: MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS

PARA OPTAR

**EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN POBLACIÓN, COMUNICACIÓN Y
DESARROLLO SUSTENTABLE**

PRESENTADO POR:

LIC. LYNDA HELLEN VÁSQUEZ CHAPARRO

ASESOR:

MG. CARLA QUEIROLO BOBADILLA

LIMA, PERÚ

2018

**EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE
FACEBOOK REALIZADA POR LA
MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA LA
DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN
AMBIENTAL**

**TEMA: MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS
SÓLIDOS**

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

MG. CARLA QUEIROLO BOBADILLA

Dr.

PRESIDENTE DEL JURADO

MIEMBROS DEL JURADO:

DEDICATORIA

A Dios, San Judas Tadeo, la Virgen María y a mi padre José; por darme la fuerza y la sabiduría para realizar esta tesis.

A mi madre Antonia, por impulsarme siempre a lograr mis metas.

A Liliana, por ser mi ejemplo a seguir y mi compañera incondicional.

AGRADECIMIENTO

A Francisca Berrocal Ortiz, secretaria técnica de la Municipalidad de Lima, por su valioso apoyo para la realización de esta tesis de investigación.

ÍNDICE

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE	vi
RESUMEN	xi
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la situación problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema general.....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1 Objetivo general.....	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4. Justificación de la investigación	6
1.4.1. Importancia de la investigación.....	7
1.4.2. Viabilidad de la investigación	8
1.5. Limitaciones del estudio	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.2. Bases teóricas.....	13
2.3. Definición de términos Básicos	41
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	43
3.1. Formulación de la hipótesis	43
3.1.1 Hipótesis general	43

3.1.2 Hipótesis específicas	43
3.2. Variables y definición Operacional.	44
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	47
4.1. Diseño metodológico.....	47
4.2. Diseño muestral.	48
4.3. Técnicas de recolección de datos.	49
4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	51
4.5. Aspectos éticos	53
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	54
5.1 Descripción de resultados	54
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
6.1 DISCUSIÓN	58
6.2 CONCLUSIONES.....	61
6.3 RECOMENDACIONES	62
FUENTES DE INFORMACIÓN	63
ANEXOS	67
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	68
ANEXO 2: INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	70
ANEXO 4: ANALISIS DE CONFIABILIDAD	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de la variable la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook....	46
Tabla 2.	Niveles de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.....	51
Tabla 3.	Consolidado de Niveles de las dimensiones de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.....	52
Tabla 4.	Análisis descriptivo de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.....	54
Tabla 5.	Descripción de la dimensión Limitación en la difusión de campaña, según los ciudadanos.....	55
Tabla 6.	Descripción de la dimensión Familiarización con la Difusión de campañas.....	56
Tabla 8.	Descripción de la dimensión Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población, según los ciudadanos....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Distribución porcentual de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.....	54
<i>Figura 2.</i>	Distribución porcentual de la Limitación en la difusión de campaña, según los ciudadanos.....	56
<i>Figura 3.</i>	Distribución porcentual de la Familiarización con la Difusión de campañas.....	57
<i>Figura 4.</i>	Distribución porcentual de la Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población.....	58

RESUMEN

En la presente investigación científica se tuvo como objetivo principal, evaluar la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, y cómo afecta a la difusión de campañas sobre Educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Con respecto a la metodología, se ha seguido un enfoque cualitativo, descriptivo de diseño no experimental, en la que intervinieron diferentes actores, como autoridades locales, ciudadanos de Lima Metropolitana y especialistas en la materia; y para la cual se aplicaron las principales técnicas de recojo de información: análisis de fuente documental y la encuesta. Tanto los resultados, la discusión de resultados y las recomendaciones, han sido consecuencias del plan metodológico realizado para esta investigación.

Los resultados principales obtenidos, arrojaron que el 54,47% de los encuestados, manifestaron que es regular la gestión de Facebook que realiza la Municipalidad de Lima, para la difusión de campañas de Educación ambiental en el tema de manejo adecuado de residuos sólidos. Un 42,68% de los ciudadanos sostuvo que es mala la gestión. Por otro lado, solo un 2,85% sostuvo que es buena la gestión que realiza la Municipalidad de Lima para las campañas de Educación ambiental.

Palabras claves: Gestión, Facebook, Educación ambiental, Residuos Sólidos

ABSTRACT

The present research work was raised as the main objective; evaluate the management that the Municipality of Lima performs with the social network Facebook, and how it affects the dissemination of campaigns on Environmental Education developed for the proper management of solid waste in Metropolitan Lima.

With regard to the methodology, a qualitative, descriptive approach of non-experimental design has been followed, in which different actors, such as local authorities, metropolitan Lima citizens and specialists in the field, were involved; And for which the main techniques of collection of information were applied: Analysis of documentary source and the survey. The results, the discussion of results and the recommendations have been consequences of the methodological plan made for this investigation.

The main results obtained, showed that 54.47% of the respondents, said that it is regular Facebook management carried out by the Municipality of Lima, for the dissemination of environmental education campaigns on the issue of proper management of solid waste. 42, 68% of citizens said that management is bad. On the other hand, only 2.85% said that the management carried out by the Municipality of Lima for environmental education campaigns is good.

Keywords: Management, Facebook, environmental education, solid waste

INTRODUCCIÓN

La evolución de la informática referida a la comunicación e información, estableció que la Internet se desarrolle hacia la web 2.0, una plataforma que ha variado la forma de interrelacionarnos con el cosmos y la sociedad. Tim O'really, fue el personaje internacional que acuñó el término para postular una novedad en la experiencia del cliente virtual, basado en el arquetipo y la mezcla continúa de datos cibernéticos.

En tal sentido, Facebook nace en febrero del 2004, en la Universidad de Harvard, Estados Unidos; siendo Mark Zuckerberg su director general. Aunque pocos están enterados que sus orígenes corresponden a una práctica del mundo actual, vale explicar que antes de la llegada de esta red virtual social, era tradicional que en la Universidad se publique y distribuya un texto en el cual se integraban los estudiantes de la promoción con sus datos respectivos, fotografías y demás.

Por otro lado, en la administración pública peruana, las redes sociales también cumplen con un importante espacio que beneficia la interacción entre Estado y Sociedad, promoviendo de esta manera, la transparencia y la participación ciudadana. De esta forma, las administraciones públicas han venido anexando espacios de interacción y comunicación, con la finalidad de generar en el quehacer público una mayor incidencia de los ciudadanos; no obstante, no contaban con los beneficios que actualmente brindan las redes sociales al cumplir con estos objetivos propuestos.

Al respecto, la presente investigación se propuso evaluar la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, en la difusión de

campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Para lo cual, se sigue estructuralmente en VI capítulos:

Capítulo I: Se presenta el planteamiento del problema de investigación, que comprende la descripción de la situación problemática, formulación del problema, asimismo objetivos de la investigación, también la justificación de investigación, las limitaciones y viabilidad del estudio.

Capítulo II: En este se desarrolla el marco teórico, que contiene los antecedentes de la investigación propiamente dicha, asimismo las bases teóricas, y las definiciones de términos básicos.

Capítulo III: Se presenta la formulación de hipótesis, variables y definición operacional.

Capítulo IV: Aquí se presenta la metodología, que contiene el diseño metodológico, el diseño muestral; asimismo las técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de la información y los aspectos éticos.

Capítulo V: Se exponen los resultados, los mismos que son reflejados en los cuadros estadísticos, culminando con la verificación de la hipótesis elaborada.

Capítulo VI: Finalmente se explica la discusión, conclusiones y recomendaciones como consecuencia de la investigación realizada, además de la bibliografía consultada y los anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación problemática

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en una fuente de información casi obligatoria de consulta, para miles de usuarios digitales. En ese sentido, las instituciones públicas o las empresas privadas que no se alineen con las nuevas Tecnologías de la Información (TICS), y no pongan a disposición de los usuarios digitales nuevos conocimientos sobre un tema en particular, están perdiendo la oportunidad de generar un cambio en el pensamiento colectivo de la sociedad, especialmente en la que vive en Lima Metropolitana. Tan es así, que la red social Facebook juega un papel muy importante en la difusión de información relevante para el contexto en el que se genera. Por ejemplo, uno de los problemas que más afecta a Lima Metropolitana es el exceso de basura y la ineficiente gestión para su recojo y disposición. Lima es la capital de la República del Perú. En esta área viven, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 9 millones 485 mil 405 habitantes. En ese sentido, se puede considerar a Lima Metropolitana -con sus 43 distritos- como una de las capitales más sobrepobladas de América Latina. Esta sobrepoblación y la migración desordenada, no solo de peruanos sino también de extranjeros, acentúan uno de los problemas que más afectan a la ciudad, como es la acumulación de residuos sólidos independientemente de cual sea su origen. El consumismo desordenado e indiscriminado, una notoria falta de educación ambiental y una deficiente gestión de los residuos sólidos por parte de las autoridades municipales, son los factores que determinan que Lima Metropolitana, no pueda erradicar esta problemática que afecta la calidad de vida de todos por igual. Según datos del Ministerio del Ambiente (MINAN), en Lima Metropolitana se recogen casi 9 mil toneladas de

basura diariamente. Los especialistas de dicha institución, sostienen que esta cantidad de basura se encuentra en proporción directa al tamaño de la ciudad. Y la cifra es más que alarmante, porque cada limeño estaría produciendo 1 kilogramo de residuos sólidos al día. Cabe señalar, que los residuos sólidos que se generan incluyen domiciliarios, comerciales, de limpieza pública y otros.

Ante esta situación, la Municipalidad de Lima Metropolitana, cuenta con la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental como autoridad competente, que se encarga de la formulación de políticas ambientales, coordinación y supervisión de las mismas; además de promover el manejo, y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales de la ciudad, además la mejora de la calidad ambiental de la ciudad y la participación ciudadana en la gestión ambiental de la municipalidad. Dentro de esta gerencia, se encuentra la Subgerencia de Planeamiento e Información Ambiental, que a su vez, cuenta con la División de Educación e Información Ambiental. Y de acuerdo con la jefatura de esta última, las estrategias que se usan para aumentar el nivel de conocimiento y participación de los ciudadanos en cuanto a los servicios municipales del manejo de residuos sólidos, se encuentran amparadas en las normas legales que regulan la actividad de los residuos sólidos y su manejo adecuado, tales como la Ley General de Residuos Sólidos N° 27314-2000, y su modificatoria DL N° 1065-2007, que establece los derechos, deberes y responsabilidad de la sociedad en su conjunto, para asegurar una adecuada gestión y manejo de residuos sólidos. Además de la Ordenanza Municipal N° 1778-2014, que regula la actividad de los residuos sólidos en la provincia de Lima y que se encuentra alineada a la Ley General de Residuos Sólidos. También se rigen de la Ordenanza N° 1854-2014 para promover, impulsar y regular el reciclaje de los residuos sólidos en Lima.

Y en el ámbito de las actividades y programas de difusión, se desarrollan campañas educativas y de sensibilización con la participación directa de autoridades y personajes referentes del deporte, del arte y la música. Además, la actividad principal de concientización se realiza a través de talleres sobre prácticas adecuadas y programas de segregación de residuos sólidos en la fuente de generación, dirigidos a escolares y vecinos, que se difunden solo a través de los medios tradicionales como el volanteo, las pancartas ubicadas en zonas estratégicas, visitas guiadas o través del Metropolitano. Finalmente, el Programa de Educación ambiental difunde información sobre residuos sólidos, a través de cuatro ejes de intervención: ferias y festivales ambientales, educación sobre ruedas, sensibilización en escuelas y casas ambientales.

En todas estas acciones, no se menciona ninguna estrategia de comunicación que incluya el uso de la red social Facebook, en la difusión de las campañas de educación ambiental. En este contexto, se puede resaltar que la red social Facebook no está siendo aprovechada adecuadamente ni eficientemente y tampoco existe una interacción entre el poblador, usuario o habitante y las campañas que realiza la Municipalidad de Lima Metropolitana. El manejo inadecuado de los residuos sólidos genera un problema de salud pública que se podría minimizar si se utilizarán formas de comunicación no tradicionales para enseñar a la población a desechar adecuadamente y reciclar eficientemente la cantidad de residuos sólidos que genera al día. Y es que una persona no se da cuenta del daño a corto plazo que su falta de educación, criterio y civismo, ocasiona en la vida de otra persona y en la sociedad en general. Se necesitan acciones dirigidas y modernas, que ayuden a generar un cambio en el comportamiento de la población de Lima Metropolitana y sean replicadas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, afecta a la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?

1.2.2 Problemas específicos

a) ¿En qué medida la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?

b) ¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?

c) ¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, motiva un cambio en el comportamiento en la población?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Evaluar la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, en la difusión de campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

1.3.2 Objetivos específicos

a) Explicar cómo la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

b) Determinar si la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

c) Determinar si la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, motiva un cambio en el comportamiento de la población.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación teórica: La Municipalidad de Lima Metropolitana, no cuenta con un plan de comunicaciones en redes sociales exclusivo para difundir campañas sobre el manejo adecuado de los residuos sólidos. Por esta razón, la presente tesis se justifica en la medida que ha considerado el diseño de una estrategia de comunicación a través de la red social Facebook, que le permita al Gobierno Municipal, llegar a más usuarios digitales. La falta de educación ambiental y una falta total de respeto a la propiedad privada, a los espacios públicos y a las mismas personas, son aspectos que son considerados por muchos especialistas y profesionales en la materia de investigación, que señalan que la acumulación de basura, es un problema de conciencia y básicamente de educación.

Justificación práctica: La educación de la población es primordial para lograr un correcto manejo de los residuos sólidos, y evitar que esta problemática siga incrementándose por causa de la desinformación y la falta de interés ante esta realidad. Por eso esta tesis se justifica en la medida que la red social Facebook, es un medio de comunicación que tiene un increíble alcance y con la práctica de campañas de difusión efectivas, se podrá conseguir el objetivo. Esta tesis si tiene fines prácticos, porque pretende cambiar los malos hábitos de las personas en cuanto al manejo de sus residuos sólidos, gracias a una buena estrategia de comunicación que se realice por la red social.

Justificación metodológica: Esta tesis se ciñe al uso del método científico, que en este caso es cualitativa, descriptiva, no experimental y aplicada.

1.4.1. Importancia de la investigación

Esta tesis es importante para las autoridades responsables de la División de Educación e Información Ambiental de la Municipalidad de Lima, porque les dará un soporte sobre el cual justificar ante la gerencia correspondiente, la necesidad de implementar y gestionar una estrategia de comunicación a través de Facebook, con el objetivo de mejorar y ampliar su comunicación con el resto de los usuarios digitales. Es importante resaltar este problema de salud pública, porque estamos llegando a un nivel alarmante de acumulación de residuos sólidos, en cualquier distrito de Lima Metropolitana. Este problema no es solo de barrios populares, también lo es de zonas residenciales que cuentan con vecinos, transeúntes o pasajeros, que no tienen conciencia cívica ni educación ambiental. Es por esto que necesitamos de una estrategia de comunicación que permita llegar a más personas, a través de las TICS y educarlos, ya que no hay ciudadano que no cuente con un dispositivo digital, y que no tenga al menos una cuenta asociada a esta red. Además, es importante porque quiere demostrar que trabajar con Facebook no genera un costo significativo. Porque se ha identificado que para las instituciones públicas como la Municipalidad de Lima, incluir una campaña de este tipo, generaría un incremento en la planilla, en la medida que deben contratar a personal capacitado y disponible solo para realizar la función de difusión, seguimiento y respuesta de las campañas de Educación ambiental, a través de esta red social. Si las autoridades pudieran comprender el alcance significativo que esta red social tiene y el impacto que causa, se podrían destinar fondos suficientes para organizar una oficina dedicada solo a gestionar adecuadamente la red social Facebook y el impacto positivo de sus mensajes sobre educación ambiental.

Además, esta investigación es importante porque ha evaluado la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, en la difusión de campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Y tiene la finalidad de contribuir con la profundización de las teorías sobre el manejo adecuado de residuos sólidos mediante las redes sociales, abriendo un camino para el inicio de futuras investigaciones con temas afines a la gestión eficiente de Facebook, para la difusión de campañas educativas sobre el buen manejo de los residuos sólidos. Los datos y la información recogidos han sido probados científicamente durante el desarrollo de la investigación, lo cual constituye un valioso aporte que será de vital importancia para identificar fortalezas y/o mejorar y detectar algunas deficiencias municipales.

1.4.2. Viabilidad de la investigación

El proyecto de investigación contó con los recursos humanos disponibles, recursos financieros, recursos materiales, acceso a la información y conocimientos, que fueron necesarios para el desarrollo de la tesis y reunió las características, situaciones técnicas y operativas que aseguraron el cumplimiento de sus metas y objetivos propuestos. Acopió las experiencias de técnicos y profesionales que trabajan en el tema, además, reunió los testimonios de las personas que son afectadas directamente con este problema, como son los habitantes de Lima Metropolitana. La investigación se desarrolló en un contexto donde el acceso a la información es ilimitado y las TICS ayudan a reducir las fronteras del conocimiento. Por otro lado, la investigadora contó con toda la disponibilidad mental y física, para llevar a cabo esta tesis, y con las facilidades correspondientes como movilidad y logística.

1.5. Limitaciones del estudio

La principal limitación de este proyecto de investigación, estuvo relacionada con el acceso a la información que la Municipalidad de Lima ofreció en materia de educación ambiental, comunicación digital y redes sociales. Algunos directivos se mostraron reacios a colaborar en esta investigación.

Los trámites burocráticos también fueron un limitante ya que se debió esperar varios días para recibir autorización de las Gerencias consultadas para esta investigación. El tráfico y la congestión vehicular también se consideraron una limitación, porque la oficina de División de Educación e Información Ambiental se encuentra en el Centro de Lima y el acceso fue difícil. Además, considerando que solo una persona desarrolló esta tesis, el tiempo influyó mucho en el plazo de entrega del proyecto y su posterior aplicación.

Asimismo al evaluar la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, en la difusión de campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana; se presentaron limitaciones en cuanto al tiempo para la realización y el llenado de los cuestionarios, debido a que los encuestados no se mostraban dispuestos a colaborar con el desarrollo de los mismos.

Una de las limitaciones que se pudieron apreciar, es que un gran número de integrantes de la sociedad como el Gobierno Local, no estaban interesados en aplicar estrategias de comunicación dirigidas, porque no consideran que la red social Facebook sea confiable. Por eso era necesario cambiar esta percepción, con la aplicación de instrumentos válidos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

El problema de la basura en Lima no es reciente. Sin embargo, la inclusión de la red social Facebook en la difusión de campañas de Educación ambiental dirigidas al manejo adecuado de residuos sólidos, si es reciente. Y para explicar la poderosa influencia que esta red social tiene sobre el pensamiento colectivo de los usuarios digitales, es que se han desarrollado investigaciones que explican la importancia de diseñar estrategias de comunicación que usan la mencionada red, como soporte para la difusión de contenidos.

Para el presente estudio se consideró a los siguientes antecedentes de investigación, tanto a nivel internacional como nacional.

a.- Internacionales

Fuentes, A. y Vásquez, M (2013) en su tesis “La utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación entre los gobiernos municipales y la ciudadanía en El Salvador”, que realizaron para optar el título de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación por parte de la Universidad Dr. José Matías Delgado; señalan que los municipios locales se están iniciando en el uso de las redes sociales porque se dieron cuenta, de que se pueden acercar más a sus ciudadanos y a la vez informar de una manera más eficiente, sobre las diversas acciones que realizan en favor de su comunidad. Las autoras han utilizado el método descriptivo para realizar la investigación, y observaron que los municipios se comunican a través de las redes sociales con sus ciudadanos. Además la

investigación es cuantitativa, porque determinaron que más del 50% de los municipios tiene una cuenta vinculada a redes sociales.

En la tesis presentada por González, A. (2017) denominada “Alternativas y retos para la gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios medianos: el caso de Xicotepec, Puebla”, que le permitió optar por el título de Maestra en Administración Integral del Ambiente en otorgado por Colegio de la Frontera Norte y el Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada de México, la autora aplica una investigación de tipo cualitativo-interpretativo, que pretende determinar cuáles son las causas por las que las autoridades de esta ciudad mexicana, aun no encuentran una manera regular para comunicarse y plantear soluciones ante esta problemática que se disemina a todas las ciudades de la región. También propone que el municipio en mención, utilice el modelo de la asociatividad con otros municipios locales, a fin de combatir el problema de los residuos sólidos comunes.

b.- Nacionales

Cárdenas, C. (2015) en su tesis “La comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones públicas” para optar el título profesional de Licenciada en Comunicación Social, por parte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; explica que las instituciones públicas aun no cuentan con un manual sobre comunicación digital y redes sociales, que les sirva de guía para dirigir sus mensajes. También dice, que hacen falta políticas públicas que permitan una mejor gestión de la comunicación a través de Facebook. Esta tesis es de tipo cualitativa y descriptiva, porque evalúa la comunicación de las diferentes instituciones públicas a través de las redes sociales.

Mientras que Dulanto, A. (2017) en su tesis “Asignación de competencias en materia de residuos sólidos de ámbito municipal y sus impactos en el ambiente”, para optar el grado de Abogado por parte de la Pontificia Universidad Católica del Perú; señala que no se está realizando un adecuado manejo de los residuos sólidos por parte de la autoridades locales, y aun el panorama se ve incierto, puesto que no se están aplicando las normas y leyes correspondientes que están establecidas, pero que no se toman en cuenta. A través de una metodología de análisis dogmático, el autor propone medidas para mejorar la gestión de residuos sólidos en el ámbito municipal, como el aprovechamiento del modelo de “mancomunidades municipales” que consiste en que los gobiernos municipales unan esfuerzos en materia de infraestructura y dispongan adecuadamente de los desechos orgánicos e inorgánicos que se generan.

En tanto, Paccha. P (2011) en su tesis “Plan integral de gestión ambiental de residuos sólidos en zonas urbanas para reducir la contaminación ambiental”, con el que obtuvo su título como Maestro en Gestión Ambiental otorgado por la Universidad Nacional de Ingeniería; analiza el Plan Integral de Gestión Ambiental de Residuos Sólidos (PIGARS) implementado por el municipio de San Juan de Lurigancho. Aquí se resalta, la importancia de aplicar el PIGARS para la reducción significativa de la contaminación ambiental. A través de una investigación de tipo aplicada, el autor ha desarrollado un trabajo de campo que le permitió obtener los resultados. Y usando un método descriptivo-explicativo, pudo determinar que el distrito de San Juan de Lurigancho redujo la contaminación, aplicando el PIGARS en los años 2009, 2010 y 2011.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 La Gestión de la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook

La evolución de la informática referida a la comunicación e información (TICs), ha asumido que la Internet se desarrolle hacia la web 2.0, una plataforma que ha variado la forma de interrelacionarnos con el cosmos y la sociedad. Tim O'really, fue el personaje internacional que acuñó el término para postular una novedad en la experiencia del cliente virtual, basado en el arquetipo y la mezcla continúa de datos cibernéticos.

En tal sentido, Caldevilla (2009) refirió que:

La web 2.0 tiene la caracterización desde el aspecto de la ubicuidad, es decir, puede acceder a una información pertinente desde un punto indiferente conectado a la Internet. En otros términos, se muestra al usuario como navegador de asimilaciones y puede provocar que la información se vuelva viral.

Si bien es cierto, anteriormente el acceso a la información masiva e indiferente estaba destinada de forma preferencial para sectores sociales A, con buena solvencia económica. Hoy en día, debemos afirmar que cualquier persona tiene la posibilidad de iniciar una investigación sobre diferentes temas desde un móvil interconectado a la Internet.

¿Qué hacía la sociedad antes de la llegada de la web 2.0? Las personas eran muy asiduas a la lectura de contenidos producidos por los mass media, es decir, por los medios masivos de comunicación.

Cabe destacar que la plataforma digital no solo asume que los contenidos son interesantes, sino que además, se pueden distribuir entre los contactos de los usuarios. En tiempos anteriores a la web 2.0 esto no era posible, solo se podía acceder a los mensajes que estaban en los medios de comunicación tradicionales, es decir, prensa escrita, radio y televisión y que eran difundidos por los mismos.

Debemos señalar que en la web 2.0, el supertexto es el lenguaje por esencia.

Levy (2002) conceptualiza con respecto al tema expuesto:

El término TEXTO, en su sentido más extenso, los hiperdocumentos pueden ser identificados como hipertextos. Esta señalización desde su descripción es opuesta a un texto lineal, a modo de un contenido estructurado en red. Este hipertexto está integrado en línea, es decir, integrado por nudos, esto es, instrumentos de información, textos, páginas, párrafos, secuencias musicales, imágenes, etc., además enlaces entre esos nudos, notas, referencias, punteros, 'botones' que señalan mediante flecheros el paso de un nudo a otro nudo(p. 42).

Debemos señalar que el hipertexto es la expresión de las comunidades en la red. Es decir, imágenes, videos, sonidos, texto escrito: todo unificado en un solo espacio virtual: la web 2.0.

Además, este instrumento sustancial motiva los dos lados cerebrales del ser humano: el hemisferio derecho e izquierdo, el creativo y el cognitivo, lo que en otras épocas, estaban sustancialmente distanciados por las incapacidades de

antiguos dispositivos comunicativos de años antiguos. Es un error precisar el término multimedia a lo expuesto.

Levy (2002) precisa que aceptar lo anterior expuesto, se tiene también que asumir una diferenciación de canales en la línea de información o comunicación, esto podría aceptar la tendencia central de integración e interconexión.

Por otro lado, Pablo Escandón señala que la cibercultura -además de la digitalización- acepta la reestructuración de elementos significados y significantes, hasta una vertiginosa aceleración sin el parangón de siglos pasados.

Escandón (2012) manifestó lo que sigue:

La cibercultura es consolidada en la digitalización, asimismo en el hipertexto, también en el consumo/transformación de contenidos en el monitor, estos son los famosos hiperdocumentos, que han sido focalizados para ser consumidos y convertidos en cualquier monitor. Incidiendo más aún, el texto escrito en un móvil de contenidos no necesariamente pertenece a la cibercultura, solo si y en sí mismo su objetivo es de tipo impreso: opuesto a cuando este se elabora por fuera de lo escrito en el monitor y de manera secuencial o aleatoria, más todavía si tuviese enlaces a direcciones en la web, más si existen archivos de fuerte volumen, de imagen o de texto en el mismo ordenador (p. 67).

De esta forma, los enunciados o contenidos desarrollados previamente a la evolución de la cibercultura tanto en la televisión, radio y diarios; desde hace tres décadas pueden ser usados de una interfaz. Vale decir, los instrumentos tecnológicos como móviles, televisores, cámaras fotográficas y tabletas, ahora

están integrados: alguien puede ser visto o expuesto en otro dispositivo gracias a la tecnología del control remoto.

Juan Amador (2010) pretende definir la acepción de convergencia con relevante claridad:

Alude que las convergencias están referidas a la forma cómo se interconectan, articulación, el factor de la hibridación, y/o el grado de afectación a través de la contaminación de diferentes destrezas y dispositivos de comunicación virtual, los mismos que se sustentan en flujos de creaciones multiformes que vemos en los monitores de los televisores, cuya relevante renovación es su grado de conectividad, todo por las bondades de las redes fijas, abiertas y portátiles (p. 149).

Marshall McLuhan, declara a modo de aseveración: “el medio es el mensaje”. Posterior a su fundamentación comprobada de las aldeas globales, se puede confirmar lo dicho en explicación: estos medios de comunicación tecnológicos muestran ser una influencia concreta sobre cada uno de los usuarios, esto es en forma personal o masiva (colectiva). Este grado de influencia es desde la percepción, dirigida desde una sensación expuesta al lenguaje oral y al factor sonoro, hacia una sensación visual expuesta desde un punto fijo, como es la impresión de lo expuesto. Lo que antes era imposible como salir del hogar sin antes comunicarnos o ser comunicados, en este tiempo y por las virtudes expuestas del tema, podemos hacerlo gracias a las capacidades nuevas de los medios electrónicos. Pues bien, ahora nos encontramos en nuevas etapas con la evolución de la web 2.0, hasta el punto de conformar una sociedad en red, interconectados en décimas de segundos.

Si nos preguntamos dónde surgió este avance, no hay duda que el desarrollo tecnológico surge a propósito de las necesidades de las propias sociedades humanas. Más aún, podemos afirmar hoy en día que el avance es vertiginoso y real, sólido y sostenido, más cuando el sujeto consciente se apropia, domina y renueva la propia naturaleza de este avance tecnológico.

A lo descrito en las primeras líneas, ahora sí existe una íntima conexión de los dos hemisferios cerebrales, más aún, estamos afirmando la concordancia entre el ser pensante y la tecnología, esto es, de forma preferencial.

Por otro lado, las Naciones Unidas (2014):

El número de países que utilizan los medios de comunicación social se ha triplicado desde 2010 hasta 2012 y un aumento de otro 50% en 2014. El reto para los gobiernos es identificar el "caso de negocio" adecuado para la implementación de un canal de medios de comunicación social, uno con un argumento convincente y un plan de aplicación que permita a los gobiernos a reducir los costos para ofrecer un mejor servicio o para entregar estos dos aspectos al mismo tiempo (p.104).

Las redes sociales plantean una mayor responsabilidad con respecto a la gestión. La responsabilidad que recae en las instituciones públicas se considera mayor, cuando se hace uso de las redes sociales, dado que la información proporcionada debe ser clara, sencilla, oportuna y útil, manifestando las necesidades principales que tienen los ciudadanos. Además, tienen que plantear estrategias para llegar al ciudadano como por ejemplo, la propiedad intelectual.

2.2.2 La comunicación digital

Núñez (2005) sostiene que el principal esquema es el cliente virtual, el mismo en los polos de las tic's. En otros términos un interfaz, constituye un instrumento digital, y este como punto de conexión con cualquier otro elemento estructural (p. 32).

El elemento interfaz resulta de la conexión con el sistema automatizado, expuesto exclusivamente al usuario, obviamente, y este al servidor de una red virtual, como una central de teléfonos, hospedaje web o servidores de chat. Dicho de otras maneras, una interconexión mediatizada por una plataforma: la web 2.0.

Principales características de la comunicación virtual:

- a. A diferencia de tiempos anteriores, aquí el que emite (EMISOR) y el que recibe (RECEPTOR) constituyen usuarios, que son considerados nuevos términos frente a este avance tecnológico, pues el término consumidor se desplaza por 'prosumidor'. Vale decir, que no hay agente exclusivo para construir contenidos.
- b. Más aún, lo interpersonal y masivo se fusionan. Un ente puede interconectarse con otro u otros que se encuentren en cualquier parte del globo terráqueo y en el espacio temporal que desee. Esta difusión, cabe destacar se hace dentro de una cobertura cada vez mayor.

Más todavía, existe el riesgo de salirse de control y dominio, por cuanto el mensaje puede convertirse en muy masivo hasta el punto de viralizarse.

c. La convergencia de medios. Esta comunicación virtual es absorbida de forma tal, que las actividades tradicionales de difusión pueden realizarse en la web 2.0. Y de forma automática, los instrumentos digitales de comunicación se incluyen, conectan, superponen y además coexisten entre sí, esto es asombroso gracias a las innovaciones de la tecnología.

d. El marco de la personalización del mensaje y feedback. Si bien es cierto, antes los modos tradicionales de comunicación eran ortodoxos, parecidos, homogéneos, todos por igual. Ahora, la comunicación digital accede mejor a los gustos de los miembros de la sociedad, con el fin de preparar mensajes alineados a sus necesidades, al punto de ser más preferenciales y precisos. Para realizarlo, existe la posibilidad de retroalimentar los mensajes, en tiempo real, en décimas de segundos.

2.2.3 La Red Social Facebook

a) Las redes sociales

Acuña la frase socrática, el hombre es un sujeto de la polis (ser social). Este primer enunciado ha conseguido mantener las especies antropológicas definidas, diferenciadas por sus innumerables integraciones y adaptaciones a grupos humanos en el espacio y a través de los siglos, ya que en sus inicios de existencia estaban sometidos a animales enormes y más fuertes y tenían que sobrevivir. Haciendo una paráfrasis a lo anterior, también están en nuestra esencia genética, las redes sociales. Nicholas Christakis (2010) afirma de lo anterior:

Coeficiente viral es igual al número de invitaciones enviadas por el ratio de conversión.

La polis expuesta por Sócrates y las redes sociales constituyen antiguas raíces en sus esencias genéticas. Es decir, los primates formaban vínculos, se dedicaban a la caza en grupos, desarrollaban uniones duraderas, llegando a beneficiarse de esto último, por términos de comodidad futura y de reproducción.

Al contrario, los seres humanos -a diferencia de los primates- se llevan de un modo muy distinto. El propósito de las uniones sociales no se basa exclusivamente en el factor reproductivo, en lo sexual biológico, sino que se encuentra aún más codificada a otro nivel. El ser pensante explora amistades no sólo para el apareamiento.

Christakis (2010), sostuvo que:

Pues, gracias a las investigaciones se ha descubierto que los genes humanos desarrollan funciones más complejas en la disyuntiva del tema de las redes sociales. Dicho de otra manera, los genes humanos son capaces de determinar los grados de amistades o no, también el espacio y la hora de confirmar en qué lugar de la amplia red social deseamos instalarnos (p. 242-243).

Es pertinente la interrogante: ¿Qué son las redes sociales? Significa que constituyen espacios de servicios, en los cuales las sociedades humanas incorporan perfiles públicos dentro de un entorno de acceso restringido.

Existen espacios exclusivos, donde se muestra la identidad personalizada del ciberespacio y expone a la red de contactos del cliente virtual. Esto es lo que señalamos en su rasgo sustantivo.

Sostenemos que para Christakis (2010), la Internet ha beneficiado a las nuevas formas sociales que generan transformaciones en sus distintos tipos de redes en este intento de interacción social. Vale decir y sin intención de exagerar:

lo vasto de las redes sociales, la integridad de una hasta los millones de comunidades virtuales y el acceso inmediato de la virtualidad.

Fundamentando que el ser humano es un ser social, esta actividad humana en las redes sociales es antes que nada, también esencialmente social. Por lo mismo que existe la directriz de instrumentalizar la comunicación.

Somalo (2011), realiza una comparación entre la COMUNIDAD VIRTUAL con la RED SOCIAL. Lo primero está referido a una interrelación que se desenvuelve en torno a una temática o concepto compartido por los clientes virtuales que los une a interactuar uno con otro, o unos con otros; mientras que el segundo aspecto, se focaliza en el sujeto y es personalizado de uno mismo respecto de los demás.

Las redes sociales no tienen margen de jerarquización. Por lo mismo que hay carencia de liderazgo formal y especial. La única diferenciación innata es la de contar con clientes virtuales activos e inactivos. Además, una red social puede congregar indistintas sociedades virtuales.

Y en cuestión de segundos, existe la posibilidad inequívoca de interactuar con personas de cualquier parte del mundo en un espacio de tiempo libre, este aspecto, es un importante dominio en el desarrollo de las redes sociales virtuales. Complementando lo anterior, estamos precisando un aspecto democrático en las nuevas tecnologías, en la que no hay exclusivismo ni excluyente, ya no es necesario integrar un grupo de élite para gozar un beneficio virtual.

Otro detalle sustancial es la que constituye la reconstrucción que el sujeto hace en las redes sociales virtuales respecto a su identidad. En muchos de estos casos, se configuran versiones más sofisticadas de lo que uno es en la vida real. Este beneficio democrático corresponde al anonimato de los clientes virtuales, en

otras palabras, cualquiera puede incorporar un nuevo perfil en una red social, con edad, sexo y hasta rostro distinto si así lo desea.

Los muy llamados “trolls” o cuentas falsas dan muestra por sí mismos de lo expuesto ahora último.

Y al igual que la Grecia antigua, los actores virtuales pueden usar máscaras para no ser expuestos con sus identidades reales.

Por otro lado, en la dimensión no virtual, el sujeto viene a ser la consecuencia de sus vivencias, experiencias e intermediaciones. Esto es, no decide que rasgos muestra o no, excepto cuando existen aspectos de desviaciones psiquiátricas. Además, como es pertinente, dentro de las normas virtuales, existe la necesidad de pertenecer al mismo espacio social virtual.

A diferencia de la dimensión virtual, el sujeto se encuentra consciente de que es un producto racional de sí mismo; esto es, desarrolla un dominio sobre los aspectos y elementos que lo detallan como tal, y no necesita que ambos individuos sean del mismo espacio virtual para poder interconectarse (diálogos con sujetos no conocidos).

b) Facebook

Facebook nace en febrero del 2004, en la Universidad de Harvard, Estados Unidos, siendo su director general Mark Zuckerberg. Aunque pocos están enterados que sus orígenes corresponde a una práctica del mundo actual, vale explicar que antes de la llegada de esta red social virtual, en la Universidad era tradicional que se publique y se distribuya un texto en el cual se integraban a los estudiantes de la promoción con sus respectivos datos, fotografías y demás.

Este Facebook se hizo necesario para que los futuros profesionales se integren a redes de desarrollo profesional - académico. La actividad principal de este movimiento fue expuesta en la web 2.0 por Mark Zuckerberg.

En estos tiempos, Facebook realiza actividades de comunicación en tiempo real, tales como chatear, también el desarrollo de los aplicativos para aparatos teléfonos celulares. Es decir, de ser una tecnología de uso académico-universitario se integró a las realidades de las redes sociales por excelencia. Más aún, cuando su estructura de funcionamiento es muy sencillo. Se pueden crear perfiles con características muy personalizadas e impersonalmente deseadas, realizar contactos con amigos, crear grupos de interés, compartir videos y fotos o también llegar al punto de comunicaciones en líneas con estos u otros.

También, otro de los elementos que propicia el interés a esta red, implica que los contactos estarán atentos a la vida digital de los usuarios, en vista de que las actualizaciones e interacciones pueden ser simultáneamente seguidas mediante una fuente de noticia dada.

Hay que reconocer que la ventaja de Facebook no solo se limita a que puede mantener en contacto permanente a personas diferentes dentro la red social virtual, sino que a su vez, permite encontrar grupos de personas con intereses o capacidades comunes.

Es más, uno puede conversar con un contacto, etiquetarlo en alguna foto, compartir un video en su muro (interfaz personal), inclusive mostrar a través de la publicación lo que está pensando u otro detalle.

Si bien es cierto que Facebook desarrolla la función de interrelacionarse con los demás, no constituye solamente una plataforma de comunicación virtual entre amigos. Facebook está llegando a dimensiones de una extensión misma de

la realidad social. Como también, llamar a alguien por teléfono celular o enviarle un e-mail para detalles como onomásticos, resulta natural y común en la actualidad. Estas son las facultades que permite Facebook, por lo que otras redes sociales virtuales también se están convirtiendo en comunes accesibles y complementarias a lo que en sus inicios no había.

Es decir, las dimensiones de crecimiento de Facebook son exponenciales con respecto a las actividades habituales gracias a los instrumentos que proveen las redes sociales virtuales, lo que antes no era posible en toda la red social.

Asimismo, Gabriela Sued (2010) ha expuesto un modelo atractivo para poder analizar las praxis que se contemplan en Facebook mediante cinco categorías, estas son:

- Arquitectura
- Identidad
- Participación
- Comunidades virtuales
- Convergencia

Para lo cual, se considera a la dimensión de Arquitectura como la principal. Además, las categorías de Participación y Comunidades Virtuales se integran en otra dimensión para el estudio. Por último, se suma la dimensión del contenido virtual.

La Arquitectura está referida a cómo Facebook se muestra frente al individuo a fin de convertirlo en un cliente virtual. En otros términos, el diseño y las alternativas que se le ofrece a este. En realidad, Facebook está dedicado a la autorreferencialidad. Por otro lado, la interfaz propone al usuario a captar primero

el muro, la barra para incorporar estados, así como alternativa de compartir fotos, también videos.

Cabe la interrogante pertinente, ¿cómo transita la información en Facebook?

Mediante cuatro maneras:

- Insertando un mensaje en el muro de un contacto.
- De manera colectiva a través de fan page o grupo.
- Publicando fotos y videos.
- Incorporando mensajes privados en el chat.

Para un fan page existen casilleros de uso o menús donde se encuentran la foto de portada, también la foto de perfil, videos, galerías fotográficas, como también casilleros de información, iconos de me gusta, así como también un espacio donde se destaca la visualización que realizan en el muro los usuarios.

Por otro lado, la dimensión Contenido está integrado por los mensajes que envía Facebook, aquí te permite compartir diversos tipos de formatos. Es así: publicación de solo texto, texto con video, texto con foto, texto con un 'meme'.

Debemos destacar que el meme es un formato central utilizado en Facebook para publicar mensajes. Es en realidad una viñeta, cuyo espacio humorístico se caracteriza por mostrar mensajes simples a fin de sostener una sencilla forma de difundir este contenido.

Por último, la dimensión Interactividad es esencial. En Facebook, los usuarios pueden compartir contenidos mediante: texto, foto, video, o un meme, hacia su red de contactos, asimismo pueden expresar algunas observaciones a modo de comentarios en las diversas páginas de las organizaciones y del plano

político, así como comentar su relación hacia una publicación registrada a través de la opción 'me gusta'.

Dicho de otra manera, existe la disponibilidad del usuario para desarrollar la retroalimentación del mensaje. Facebook en realidad es un espacio bidireccional.

Tan es así, que solo en este espacio virtual se desarrollan comunidades virtuales o colectivos ciudadanos mediante grupos de Facebook y también nuevas páginas de seguidores. Por ejemplo, si se quiere desarrollar una campaña electoral, tener estos grupos como principales aliados es relevante porque realizarán la réplica del mensaje de la campaña a más personas, más aún con opciones de mayor credibilidad, en vista de que no es el político quien hable bien de sí mismo sino otros ciudadanos.

Es así que existen instrumentos de monitoreo de redes sociales, las mismas que ofrecen datos estadísticos sobre la aceptación o rechazo determinado acerca de un temario o personajes, del oponente, así como también de los temas más difundidos y comentados por los ciudadanos virtuales en la Internet. Hablaremos, entonces de las características del Facebook:

a.- Es comunicación personal

Las redes sociales son en realidad una maraña de relaciones en la que cada cliente virtual se construye un espacio virtual de comunicación interpersonal, sobretodo bajo argumentos lúdicos, de recreación, de empatías con el propio círculo (o red), de amistades con las que asume libremente cómo compartir un escenario virtual en común.

b.- Herramienta diacrónica

Se refiere a un estudio del fenómeno social en las diversas fases de la historia, donde se atiende el desarrollo histórico y a la cronología de cómo sucedieron los hechos que fueron relevantes en determinados tiempos. Facebook propone un eje virtual de reunión, en el cual la integración es constante, por lo que se registran participaciones activas, aportan materiales, comentarios, aceptan una invitación o propuesta. Es una comunicación interpersonal y masiva, sin la condición de unirse temporalmente en la acción diacrónica.

c.- Los contenidos son proactivos

Este es quizás uno de los aspectos más relevantes del uso de Facebook. Se refuerza el mensaje y se convierte en el protagonista y no es el receptor en los flujos habituales de comunicación. Los contenidos llegan al cliente virtual sin que estos los busquen, están en un espacio de interconexión personal cada vez que se apoyan sobre la red social.

d.- La vigencia del mensaje es corta

En tanto se deja constancia de las publicaciones de estados, fotografías y videos por los clientes virtuales.

e.- Diseñado para el diálogo en lugar del discurso

Una de sus capacidades es la de aceptar alguna idea o acontecimiento difundido por algún usuario y darle una aseveración rápida. Un espacio que es necesario abordar, es el que corresponde a las campañas políticas electorales en redes sociales.

Una interrogante esencial, es cómo formular y gestionar un marco estratégico de comunicación en las redes sociales y saber qué buscan los

usuarios con las acciones y mensajes desarrollados en las redes sociales: ¿tal vez se divierten, participan, comparten o informan?

La estrategia de comunicación que incluye enlaces en redes sociales, debe iniciarse a partir de objetivos muy precisos, pensamientos sostenibles y clasificados alineados con las personas con quienes se interconectará.

Martínez (2012) sostuvo que: Existen dos sendas para ejercitar métodos estratégicos de comunicación digital, es decir, la convencional y la no convencional. En la primera los fines se centralizan, en especial, para medir el número de clics, impresiones y cantidad de seguidores, parte cuantitativa. Mientras en el otro aspecto, el método a seguir parte de los contenidos, parte cualitativa, su difusión, sostenibilidad en la participación de los clientes virtuales.

2.2.4 La comunicación digital en Perú, Lima

Al desarrollo innato de las sociedades, se complementa un vertiginoso avance de las nuevas tecnologías de comunicación e información virtual (TICs), las mismas que se transforman e incluyen la interacción entre miembros de la sociedad y sus autoridades.

En el segundo decenio del presente siglo, en el Perú ya se habían instalado la llamada red social Hi5, la que en su momento fue la más popular, mientras que Facebook era una novedad en la informática.

Al mismo tiempo, las organizaciones gubernamentales tenían la posibilidad de relacionarse más con sus ciudadanos a través de la web 2.0, pero solo como meros receptores de información y como proveedores de trámites virtuales.

Por otro lado, el Perú ha logrado importantes avances respecto a las políticas explícitas sobre la promoción de ciencia, tecnología e innovación (CTI). A modo de ejemplo, se ha promulgado un único texto ordenado de la Ley Marco de Tecnología, Ciencia e Innovación (D. S 032-2007-ED), como también “el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica para el desarrollo Productivo, Social y Sostenible 2008 – 2012” (CONCYTEC). En el mismo sentido, fue creado el Fondo de Ciencia y Tecnología (FINCYT – 2006). También, el Ministerio de la Producción realizó una primera convocatoria de Innóvate Perú – fondo sobre investigación y desarrollo para la competitividad (FIDECOM – 2009). Posteriormente, los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) que fueron creados en 1998, se han revitalizado como la red de soporte tecnológico para el apoyo al desarrollo de la industria de nuestro país.

Actualmente, En todo el país existen catorce CITEs, de las cuales once brindan servicios de asistencia técnica, capacitación, control de calidad de insumos, también bienes para los sectores forestales, vitícola, textil, etc.

Kuramoto (2008) sostiene que:

Las iniciativas valiosas que fueron arriba mencionadas buscan la contribución en la mejora de los indicadores (CTI), como también el incremento de producción y la competitividad de la nación. En este sentido, la mención especial la merece el nivel de inversión pública CTI del Perú; dado que se encuentra en América Latina entre los más bajos. Para el año 2004 el gasto Público en el Perú de CTI representó 0,16% del PBI, cifra que se encuentra por debajo del promedio latinoamericano de 0,55%. Sin embargo, los mejores

niveles de inversión CTI Con respecto a su PBI son: Brasil (0,9%) y Chile (0,7%), Por otro lado, la inversión más alta significativamente es en países industrializados como: Corea del Sur (2,6%) y Estados Unidos (2,7%).

Es indispensable promover políticas de innovación tecnológica para brindar sostenibilidad y expandir el crecimiento económico. No obstante, expertos en tecnología han llamado la atención, debido a la importancia de orientar las inversiones CTI hacia aplicaciones prácticas y relevantes para los sectores productivos de una nación. De manera, que se debe de promover innovaciones tecnológicas donde se pueda generar demandas efectivas desde las empresas a nivel nacional.

Gobierno electrónico

La política de gobierno informático se formaliza en el Decreto Supremo N° 081-2013-PCM. La indicada norma tiene jurisdicción nacional y es supervisada por la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI).

Es de singular relevancia para el Gobierno Peruano el uso pertinente de la Tecnología de la Comunicación e Información por cuanto es un elemento paralelo (transversal) en las determinaciones políticas nacionales concernientes a la gobernabilidad democrática, la transparencia y el desarrollo igualitario y permanente.

La política está organizada bajo los objetivos estratégicos para el período 2013-2017:

- Fortalecer el gobierno electrónico en las oficinas de Administración Pública.

- Propiciar un acercamiento entre Gobierno y ciudadanos.
- Propiciar la garantía hacia la integridad.
- Presentar la disponibilidad en la participación ciudadana como medio para sostener la gobernabilidad.
- Garantizar la transparencia del gobierno de turno.
- Afrontar la lucha contra la corrupción en la gestión del Gobierno.
- Promover cambios nacionales hacia una sociedad de información y conocimiento.

En el 2013 fue publicado el decreto supremo. Muestra datos oficiales sobre la situación de las nuevas tecnologías de la comunicación e informática en el Perú. Es así, que la Banda Ancha tiene una penetración de solo 5,3% mientras que el promedio en la región es de 9,8%. En tanto los hogares que cuentan con acceso a las TICs, tienen al menos uno de los servicios siguientes: móvil celular, móvil fijo, TV cable e Internet.

Telecomunicaciones por el Gobierno del Perú

El Estado peruano ha manifestado un compromiso continuo con la finalidad de promover en el país el Gobierno abierto. En abril de año 2012, en el Perú se presentó el “Plan de Acción para una Sociedad de Gobierno abierto (2012-2014)”; estableciendo parte de la Alianza para el Gobierno Abierto. Del mismo modo, se ha consolidado este proceso mediante la publicación de la Política Nacional sobre la Modernización de la Gestión Pública (PNMGP), La mencionada política menciona como objetivo principal orientar, articular e impulsar en todas las entidades de gestión pública, el proceso de modernización que impacten positivamente con resultados el bienestar del ciudadano y el desarrollo de la

nación. Igualmente, plantea entre sus objetivos específicos: establecer en las entidades públicas los tres niveles de gobierno, donde se cuente con objetivos claros, alcanzables, medibles, y acordes con las Políticas Nacionales y Sectoriales; Asimismo, asegurar la transparencia, la participación, la colaboración y la vigilancia ciudadana, con respecto al debate de las políticas públicas, como también sobre la expresión de opinión respecto a la calidad de los servicios públicos y el desempeño de las entidades a nivel nacional. La mencionada política muestra el papel de las TIC's considerando como ejes estratégicos al Gobierno Electrónico, el Gobierno Abierto y la articulación interinstitucional.

Las redes sociales en Lima Metropolitana

Cabe indicar que a nivel nacional la incorporación de la Internet es realmente menos de lo previsto, mientras que en la zona urbana es más frecuente. Los datos son parte del estudio "Perfil del usuario de redes sociales 2012" realizado por Ipsos Apoyo.

Debemos indicar que la población de clientes virtuales de limeños en las redes sociales, entre los 8 y 70 años de edad, representa el 79% de los usuarios virtuales, el mismo que ha aumentado en relación al 2011 (64%).

La gran población de usuarios de Facebook ha incrementado a 98%, a diferencia de los Hi5, que ha sentido una disminución a 22%. En el 2009, Hi5 fácilmente era más popular que Facebook.

Hi5 tuvo que ceder, debido y en forma relevante, a que su plataforma no se acondicionaba a las propias necesidades de comunicación de los clientes virtuales. Esta interacción en tiempo real constituyó un factor esencial de la red social creada por Mark Zuckerberg.

Por otro lado, según el INEI (2015):

Respecto a las estadísticas nacionales en los últimos años, el acceso a las TIC's se ha incrementado en la población. Principalmente en el acceso a la telefonía móvil. En el 85% de los hogares, al menos un miembro del hogar cuenta con un teléfono móvil. Seguidamente, el servicio de Tv por cable representa el 35.9% y la computadora el 32.3%, siendo aún bajo el acceso a la Internet que representa 23.5%. Por otro lado el acceso a telefonía fija ha venido decreciendo.

Además la PCM (2013) indicó que:

En el 200, las entidades de la administración pública aprueban la directiva para el uso del servicio de correo electrónico, dando lugar a la creación del Portal del Estado Peruano como un portal de jerarquía máxima entre los portales de la administración pública. Subsiguientemente, es creado el Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas (2006), estableciendo a este portal como ventanilla única del Estado para acceder a servicios (2007), además en el 2010 son establecidos los lineamientos para la implementación del portal de transparencia estándar en las entidades de la administración pública.

De acuerdo a la propuesta del presente estudio, se realizó una exploración al uso de las redes sociales de los ministerios del Perú (19 en total). Las redes sociales utilizadas por los ministerios son principalmente Facebook, Twitter, YouTube y Flickr.

Todos los ministerios poseen una cuenta en Twitter y YouTube y respecto a Facebook, el Ministerio de Economía y Finanzas es el único ministerio que no

posee una cuenta en esta red social. Así mismo, 16 ministerios utilizan Flickr para compartir las fotografías institucionales y solo el Ministerio de Cultura utiliza Instagram con este mismo fin. De estas entidades, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Ministerio de Trabajo cuentan con políticas de redes sociales (Iriarte: 2014).

2.2.5 Educación ambiental

El factor educativo debe ser una exigencia en constante desarrollo, colocando al desarrollo sostenible en el centro de las actividades, incrementando la toma de conciencia en los ciudadanos, sobretodo en su forma de decidir acciones que podrían afectar su entorno.

Ancona Peniche Ignacio y otros, 2004: p. 201, propone para la educación ambiental, el enunciado que constituye la adquisición de aspectos axiológicos y clasificación de conceptos, “cuyas finalidades son propiciar su evolución en las actitudes y capacidades necesarias para comprender y contemplar las interrelaciones entre el sujeto racional y su alrededor biofísico enmarcados en su proceso cultural”.

Con respecto a la educación ambiental, no deberían existir reparos frente a la integración de cursos en los proyectos de estudio, sino que este deba accionarse como un centro formativo, el mismo que le confiere un espacio permanente en los programas y en la vida académica de cada estudiante. Este temario, debe resaltar un programa de enseñanza-aprendizaje que integre cualidades para el reconocimiento y aprecio del lugar donde cada sujeto existe. Por lo tanto, el principal método para alcanzar una evolución sostenible tiene mucho que ver con la propia educación.

Esto constituye una forma de recepción de conocimientos acerca de continuar la evolución, al mismo tiempo que protege, conserva y preserva los sistemas de soporte vital del planeta tierra, la idea esencial es en realidad la sostenibilidad. Es asombroso pensar que aún hoy tengamos que enseñar cómo se pueden enseñar, pero hay argumentos para creer que hay personas que no entienden el impacto que muchos malos comportamientos han tenido y están teniendo sobre el ambiente (Cicerón d. Sánchez P y Reich S. 2006).

Educación – Sensibilización

Afirmamos que la parte conductual de la persona, corresponde a las consecuencias de los factores axiológicos y estos son el reflejo de nuestros sentimientos y el grado de compromiso que tenemos hacia los demás y con el mismo entorno. (Conocimientos Básicos en educación ambiental: p. 170)

Se debe tener la capacidad de educar a los individuos para que valoren la naturaleza como tal, asimismo para que sean capaces de superar el nivel de desconcierto o desconocimiento poco relacionado con las propuestas racionales frente a cualquier disyuntiva. Todos los ciudadanos asumen responsabilidades con los problemas ambientales, a pesar de no ser los responsables directos de la contaminación.

Para ello, son propicios los programas de sensibilización pública, acerca de las urgencias necesarias para tomar acuerdos colectivos y personalizados que ayuden a menguar el problema del medio ambiente (reciclaje, consumo de agua, etc.) En fin, los programas de conservación deben incluir una actitud relevante y deben exigir un cambio en el comportamiento de la población.

Para afectar e influir en la relación con respecto a las acciones personales y de grupo, el propósito es mejorar la calidad de vida humana y la condición del ambiente. La comprensión de sistema de soporte (reglas) no es suficiente, también deben existir acciones humanas que afecten las reglas y cómo el grado cognitivo de estas reglas pueden colaborar a guiar eficientemente las conductas humanas.

Gómez (2012) hace alusión al factor educativo, que es ineludible para el progreso de las sociedades:

Para ello, las diversas dificultades deben ser asumidas desde esta dimensión para hallar *per se* principales soluciones. Pero cabe resaltar que de los problemas surgen determinaciones inmediatas como la preservación del medio ambiente. Y entonces es inequívoco que el objetivo educativo sea irrenunciable, ineludible para ser incorporado a todo currículo (p. 13).

No cabe duda que la educación ambiental desde el marco de la conservación, sea considerada desde la creación misma, bajo los conceptos de conciencia y preguntas acerca de los temas ambientales que conducen las acciones personales y masivas de forma responsable. El buen logro de la educación ambiental se basa en la dialéctica promovida desde el análisis, cuestionamientos y capacidades para determinarla eficientemente.

Esteban (2013) quien cita a Borgan (1973) asevera lo siguiente: el desarrollo de la educación ambiental, ayuda a que el estudiante pueda percibir y aceptar principios y cuestiones ambientales; desde la capacidad para presentar y evaluar posibles alternativas de solución, beneficiando y anticipando riesgos. Destaca el proceso de teorías y técnicas prudentes para comprender la

estructura, las condiciones y el choque de interacciones entre diferentes sistemas y subsistemas ambientales (p. 76).

“La educación ambiental está sólidamente relacionada a la educación axiológica, en vista que, adherida a la recepción de conocimientos, promueve valores y actitudes de bien, caridad, piedad, respeto, colaboración y empatía” (Pastor, 2015, p. 171).

La formación ambiental de nivel óptimo en basa en las etapas educativas. Los formadores ambientales deben considerarse como defensores del medio ambiente desde la vida propia. Pero, en este rol de educador ambiental que debe accionar de forma neutral, no debe haber espacio para fetichismos o creencias personales hacia el centro del escenario. Es relevante que los formadores sean conscientes del rol que tienen a desempeñar, en el tiempo de laborar con el público e impactar positivamente.

Pino & Probanca (2012) sostuvo que:

Un concepto relevante que se encuentra en la etapa de conciencia ambiental, es también la educación ambiental como proceso secuencial y sostenido. Esto corresponde a una capacidad de educación total de todos los ciudadanos, además de promover el desarrollo en costumbres, capacidades, actitudes virtudes que consoliden la formación de valores, para relacionarse entre los seres humanos y ellos con la comunidad y la propia naturaleza, a fin de motivar las etapas económicas, sociales y culturales en pro de una dialéctica sostenible (p. 327).

“El innegable problema que enfrenta la sociedad humana es la herida grande que sufre el medio ambiente, de ahí la esencia de la educación ambiental” (Pino & Probanca, 2012, p. 327)

La formación académica, en relación con científicos sostenibles y la conciencia cívica, puede colaborar a restaurar y conservar un relevante ambiente de vida salvaje; por otro lado, el requerimiento de la colaboración de una sociedad en temas de conservación, lo cual puede ayudar a convertir en un espacio más limpio.

Quintanilla (2011) presenta tres nociones esenciales que se deben afrontar como praxis ambientales:

- a. Reducción: Esta supone la minimización del uso de materias de origen, la misma que tiene menos recursos y propicia menos recursos.
- b. Reutilización: Se fundamenta en alargar el ciclo de vida de un producto a través de instrumentos similares o alternativos de un tipo de material (...)
- c. Reciclaje: Esta praxis destaca la reelaboración de un tipo de recurso ya usado a fin de generar un nuevo producto (p. S/N).

La educación ambiental o reconocida como EA dirige enseñanzas a los niños, jóvenes y adultos; con instrucciones acerca del cuidado del medio ambiente y también investiga, con la finalidad de que puedan tomar determinaciones sabias e informadas para protegerlo. En los centros de enseñanza, varias veces se reflejan los estándares nacionales de aprendizaje fiscal o nacional.

Mora & Ávila (2013) aclara que:

Por fuera del ambiente escolar, también es probable identificar organizaciones sociales, tipos de fundaciones, grupos ecológicos, grupos ambientalistas, comunitarios, universitarios, sociedades indígenas, afro-descendientes, grupos feministas, quienes desarrollan proyectos educativos con perspectiva ambiental (p. 65).

Ortiz (2013) sostuvo:

El riesgo ambiental es el terrible acceso de sufrir daño, intencionado o no, en el medio ambiente, en personas o instalaciones. Un importante punto es considerar los daños del entorno a fin de sopesar las acciones lamentables del medio ambiente en cuanto su impacto ecológico y el impacto en los pobladores ante posibles accidentes (p. 52).

Los cuestionamientos y peligros ambientales son arcanos y no existen respuestas sencillas. Por lo general, hay muchas salidas accesibles o ninguna solución obvia de forma completa. Son los períodos educativos de educación calificada, los tiempos en los cuales los educandos deben ordenar los conceptos con más frecuencia, dentro de un marco con distintos lados que representa un problema y puedan de tomar determinaciones balanceadas, ordenadas y conscientes.

“La educación ambiental corresponde a un tema transversal de la temática del programa de ecología, esta asimila como un instrumento de estrategia educativa para la preservación del entorno físico-natural y así se procesa la enseñanza”. (Ramírez, 2010, p. 8).

El lugar de enseñanza de la educación ambiental se encuentra al interior de las aulas tradicionales, a su vez, también en centros de naturaleza, museos, parques y zoológicos.

Borderías & Martín (2011) hace referencia a la contaminación del medio ambiente:

Los efectos negativos del medio ambiental son los más importantes indicadores acerca de la degradación de las zonas de la ciudad, por lo que sus mayores porcentajes de casos de contaminación provienen de los hidrocarburos, estos degradan el medio ambiente hasta puntos de mucha afectación. (p. 326).

La influencia que mantiene sobre los seres humanos, desde sus actitudes y aptitudes. Para ello, los defensores del medio ambiente proporcionan la oportunidad, apoyo y propuestas creativas para crear modos de cambio.

Protección ambiental

Este tipo de conservación y protección, es una defensa que está basada en el tipo de gestión ambiental, es decir, las tareas de conservación, defensa y protección a fin de un proyecto de defensa sostenible. (Andréu, 2011, p. 297).

Esta afectación del medio ambiente pasa por los desastres naturales como incendios, tormentas y erupciones volcánicas pero a su vez por obra y gracia del mismo hombre por negligencia e inconciencia. Para ello, es bueno incorporar estrategias al hombre para que de ellos salga sus contribuciones de bienestar al medio ambiente.

2.3. Definición de términos Básicos

Comunidad virtual: La expresión comunidad virtual designa a las personas unidas mediante Internet por valores o intereses comunes, pasatiempos, gustos, o profesiones. La finalidad de la comunidad es establecer valores mediante el intercambio entre los miembros al compartir sugerencias, consejos o simplemente al debatir un argumento. Enciclopedia Webmastering (2017).

Documento electrónico: Se refiere a la unidad básica ordenada de información publicada o no, registrada, susceptible de ser generada, gestionada, transmitida, clasificada, procesada o conservada por una persona o una organización de acuerdo a sus requisitos funcionales, usando sistemas informáticos (DS-052-2008-PCM, 2008, p.16).

Facebook: Su fundador es Mark Zuckerberg. Es una red social gratuita que admite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos mediante el internet. Se comenzó a usar en el 2004.

Gestión: 1. f. Acción y efecto de gestionar. f. Acción y efecto de administrar. Der. Cuasicontrato que se origina por el cuidado de intereses ajenos sin mandato de su dueño. Real Academia Española (2017).

Gobernabilidad: Esta referida al ejercicio de la autoridad política, económica y administrativa en la gestión de los asuntos de una nación, conteniendo la expresión por parte de los ciudadanos de sus intereses y el ejercicio de sus derechos legales y compromisos. (UNESCO, 2008, p.2).

Inclusión Digital: Es acercar las tecnologías de la información y la comunicación a los habitantes de una ciudad para permitir la inserción en la Sociedad de la Información (DS-081- 2013-PCM, 2013, p.11).

Participación Electrónica (E-Participación): Formar la participación activa del ciudadano, mediante su Identidad Digital en la gestión pública con plataformas de internet como: redes sociales, chats en línea, foros, u otras formas de interacción con la finalidad de satisfacer eficientemente necesidades de información, control y consultas públicas en la construcción de Políticas con la finalidad de obtener un Estado accesible (PNGE, 2013, p.22).

Red social: Esta referida a un conjunto organizado de individuos formado por dos tipos de elementos: seres humanos y las conexiones entre los mismos (Christakis y Fowler, 2010, p. 27);

Residuos sólidos: Los residuos solidos lo forman aquellos materiales desechados tras su vida útil, y que generalmente por sí solos carecen de un valor económico.

Tecnologías de la información y comunicación: Están definidas como sistemas tecnológicos a través del cual se recibe, manipula y procesa información, además facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Hilbert y Katz (2009, p. 9)

Transparencia: Iniciar la comprensión de la gestión del Estado mediante los nuevos canales que permitan la participación del ciudadano en las funciones públicas con información confiable, accesible y oportuna. (PNGE, 2013, p.21).

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Formulación de la hipótesis

Para el presente estudio se formularon las siguientes hipótesis de investigación.

3.1.1 Hipótesis general

La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, afecta significativamente la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

3.1.2 Hipótesis específicas

a) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita significativamente la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

b) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita significativamente que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

c) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, no motiva un cambio en el comportamiento de la población.

3.2. Variables y definición operacional

Variable: La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook.

Es de singular relevancia para la gestión, el uso pertinente de la Tecnología de la Comunicación e Información por cuanto y en tanto, es un elemento paralelo (transversal) en las determinaciones políticas nacionales concernientes a la gobernabilidad democrática, la transparencia y el desarrollo igualitario y permanente.

La política es organizada bajo objetivos estratégicos para el período 2013-2017:

- Fortalecer el gobierno electrónico en las oficinas de Administración Pública.
- Propiciar un acercamiento entre Gobierno y ciudadanos.
- Propiciar la garantía hacia la integridad.
- Presentar la disponibilidad en la participación ciudadana como medio para sostener la gobernabilidad.
- Garantizar la transparencia del gobierno de turno.
- Afrontar la lucha contra la corrupción en la gestión del Gobierno.
- Promover cambios nacionales hacia una sociedad de información y conocimiento.

Al respecto, Mesa (2015) refirió que:

Las redes sociales proponen una responsabilidad mayor en la gestión de la información brindada. Es mayor la responsabilidad

de las instituciones públicas al hacer uso de las redes sociales dado que se debe precisar la información proporcionada en las redes sociales, además debe ser clara, sencilla, útil, oportuna y que responda las necesidades de los habitantes. Asimismo se requiere de políticas nuevas, estrategias y regulación. De manera que, se plantee la necesidad de generar estrategias para llegar de mejor manera al ciudadano, también políticas de uso para las entidades públicas y normativa en el campo de la privacidad o la propiedad intelectual entre otros. En tal sentido los ciudadanos se convertirán de manera principal en nativos digitales, donde lo que supone un mayor consumo de la información e interacción por parte de ellos, al convertir las redes sociales en un medio natural de acción digital. (p.4)

Operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de la variable la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook

Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala y Valores	Niveles y rangos
Limitación en la difusión de campañas	Sensibilización y concienciación reducir contaminación ambiental	1-4	Siempre (3) A veces (2) Nunca (1)	Buena Regular Mala
Familiarización con la difusión de campañas	Uso de Facebook Participación en red Frecuencia en redes	5-8		
Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población	Utilidad positiva de las redes responsabilidad y toma de conciencia Información Sensibilidad valores sociales	9-15		

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Diseño metodológico

Se utilizó una metodología participativa, en la que intervinieron los diferentes actores de esta investigación, como las autoridades locales, los ciudadanos de Lima Metropolitana y los especialistas de la materia, respondiendo al cuestionario de investigación. Con este se evaluó la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, y cómo afecta a la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Señalamos, a la investigación de diseño no experimental, dado que se ejecutó sin la manipulación u aplicación de algún tratamiento o programa, es decir se observó de manera natural los hechos, recogiendo información sin la manipulación de la variable de estudio.

El presente trabajo de estudio es de nivel básico. En tal sentido Vargas (2009) sostuvo que: conocida también como una investigación fundamental, exacta o Pura. Aquí la investigación se encarga del objeto de estudio, no considerando una inmediata aplicación. No obstante, parte de los resultados y descubrimientos nos llevan a iniciar nuevos productos, como avances teóricos científicos (p.159).

El estudio fue realizado bajo el enfoque hipotético deductivo. Para Cegarra (2011), mediante el método hipotético deductivo se emite hipótesis respecto a las soluciones posibles del problema que se planteó, además se comprueba con los datos que dispone la muestra de estudio, si se está de

acuerdo con las hipótesis que se plantearon (p.82). Este método presenta pasos de manera esencial:

Primero: observación del fenómeno a estudiar. Segundo: creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno. Tercero: deducción de resultados comprobando la verdad de los enunciados. Asimismo este método obliga a la investigadora a combinar la reflexión racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad (la observación y la verificación).

4.2. Diseño muestral

Con el propósito de asegurar la información proveída y en especial contar con los resultados, se dio de forma probabilística a los integrantes de la población.

- Autoridades de la Municipalidad de Lima.
- Ciudadanos entre los 18 y 40 años de Lima Metropolitana.
- Expertos en el tema.

Para determinar la muestra se usó la siguiente fórmula, considerando un universo infinito.

$$n = \frac{(Z)^2 (pq)}{(E)^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza es el valor asociado a un nivel de confianza

p = Porcentaje de la población que tiene atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1 - p.

e = error de estimación máximo aceptado

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.8) \cdot (0.2)}{(0.05)^2} = 245.86$$

$$n = 246$$

La muestra del presente estudio fue de 246 ciudadanos.

4.3. Técnicas de recolección de datos

Dado que se trata de una investigación de enfoque cualitativo, se han utilizado las técnicas pertinentes para el recojo de la información, las que a continuación se detallan:

a.- La técnica de la encuesta

Como técnica para el recojo de la información se usó la encuesta, Al respecto Carrasco (2006) sostuvo que, es una técnica para la exploración, la indagación y recolección de información, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen una unidad de análisis en el estudio.

b.- La entrevista

Para Tamayo (2007), la entrevista es un diálogo intencional, una conversación personal que la entrevistadora establece con el sujeto investigado, con el propósito de obtener información (p. 30). Para aplicar esta técnica se usó el instrumento de Ficha de entrevista.

- **Instrumentos**

Para recoger datos, el instrumento utilizado de la variable fue un cuestionario.

- **Validación y confiabilidad del instrumento**

- **Validación**

Se refiere a el grado mediante el cual un instrumento mide realmente las variables fueron utilizadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Determinar la validez de los instrumentos en nuestro estudio, se sometieron a consideraciones de juicio de expertos. De manera que Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostuvieron que, el juicio de expertos para contrastar la validez de los ítems, reside en preguntar a personas expertas en el dominio de nuestro estudio, sobre el grado de adecuación a un criterio determinado y previamente señalado.

Para la validez de los instrumentos, se utilizaron criterios, como pertinencia y claridad. La validez de un instrumento, se atribuye como: realiza lo que debe medir, es decir debe estar orientada a la variable de estudio, o a un tema de investigación (Hernández, et al. 2010).

- **Confiabilidad**

En la investigación de estudio, los instrumentos de recolección de datos se usaron mediante la escala de Likert. Con la finalidad de medir la confiabilidad se utilizó el coeficiente del alfa de Cronbach para determinar la consistencia interna. El cual fue de 0,844 determinando de esta manera una alta confiabilidad del instrumento de estudio.

4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La técnica para llevar a cabo el procesamiento de la información, se utilizó para el análisis descriptivo de los datos la estadística descriptiva mediante el software estadístico SPSS en su versión 24.0.

Proceso de Baremación

Se realizó de la siguiente manera:

Máximo puntaje= (valor de la escala x total de ítems)

Máximo puntaje= (3x15) = 45

Mínimo puntaje= (valor de la escala x total de ítems)

Mínimo puntaje= (1x 15)=15

Rango R= 45-15=30

Amplitud A= (30/3)=10

Tabla 2*Niveles de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.*

Nivel	Rango
Malo	[15 ; 24]
Regular	[25 ; 34]
Alto	[35 ; 45]

Nota: Fuente del cuestionario de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.

Tabla 3*Consolidado de Niveles de las dimensiones de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.*

	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3	Dimensión 4
Índices	Limitación en la difusión de campañas	Familiarización con la Difusión de campañas	Influencia significativa en la población	Fase Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población
Malo	[4; 7]	[4; 7]	[4; 7]	[3; 5]
Regular	[8 ; 10]	[8 ; 10]	[8 ; 10]	[6 ; 7]
Alto	[11 ; 12]	[11 ; 12]	[11 ; 12]	[8 ; 9]

Nota: Fuente del cuestionario de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.

4.5. Aspectos éticos

Acorde con las características de nuestra investigación se consideraron los aspectos éticos que son considerados como fundamentales. Además, se mantuvo el anonimato de cada ciudadano, como también el respeto hacia el evaluado en todo instante: antes, durante y después del proceso; resguardando los datos recogidos sin juzgar la información lograda. Asimismo se ha dado la relevancia científica a la parte metodológica que fue autorizada por la asesora. En tal sentido, se sostuvo el compromiso insoslayable de la investigadora, al cuidar que estén perenemente presentes en el estudio las normas éticas y la ética profesional. Tan es así, que el proceso de esta investigación no estuvo exento de tenerlas en cuenta. Toda investigación influye, directa o indirectamente, sobre el bienestar, los derechos, y hasta en la vida privada de los individuos. En tal sentido es que en esta actividad, por ejemplo, la honradez y la honestidad son vitales.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

Se presenta a continuación los resultados descriptivos de la variable de investigación.

5.1.1 Descripción de la Variable

Análisis de los resultados descriptivos de la variable de estudio: La gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima

Tabla 4

Análisis descriptivo de la gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.

Gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook	Frecuencia	Porcentaje
Mala	105	42,7
Regular	134	54,5
Buena	7	2,8
Total	246	100,0

Nota: Resultados de IBM SPSS (2018)

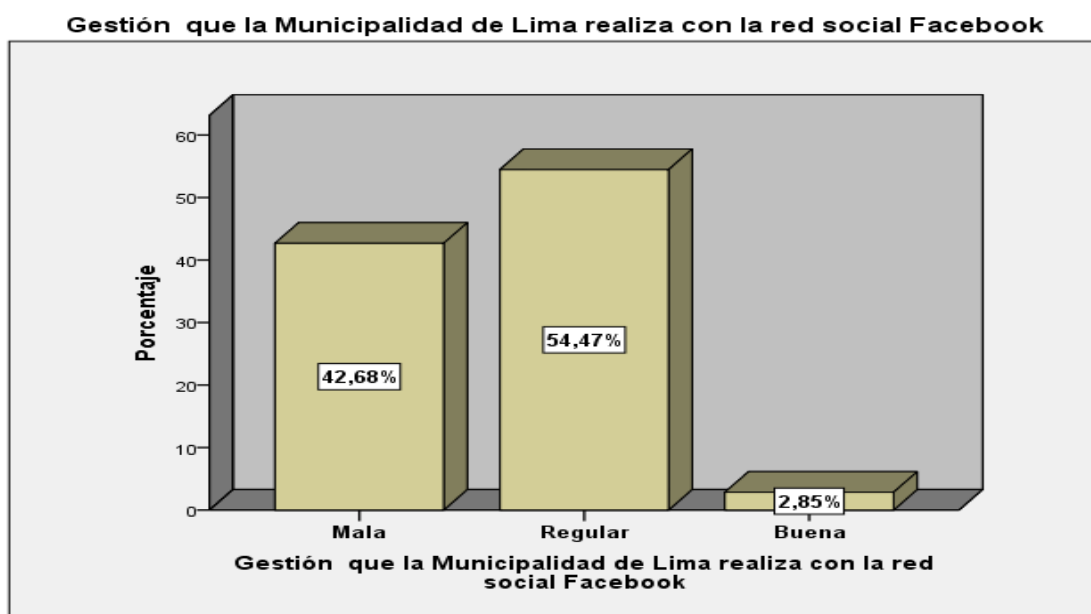


Figura 1. Distribución porcentual de la gestión de facebook realizada por la Municipalidad de Lima.

De la tabla y figura anterior se aprecia la opinión de los ciudadanos de Lima Metropolitana, el 54,47% de la muestra de estudio manifestó que es regular la gestión de Facebook que realiza la Municipalidad de Lima, para la difusión de campañas de educación ambiental en el tema de manejo adecuado de residuos sólidos. Asimismo se evidencia que un 42,68% de los ciudadanos sostiene que es mala la gestión para el tema en mención. Por otro lado sólo un 2,85% sostiene que es buena la gestión que realiza la Municipalidad de Lima para las campañas de educación ambiental.

Análisis descriptivo sobre las dimensiones de la variable: Gestión de Facebook realizada por la Municipalidad de Lima.

Tabla 5

Descripción de la dimensión Limitación en la difusión de campaña, según los ciudadanos

Limitación en la difusión de campañas	Frecuencia	Porcentaje
Mala	84	34,1
Regular	141	57,3
Buena	21	8,5
Total	246	100,0

Nota: Resultados de IBM SPSS (2018)

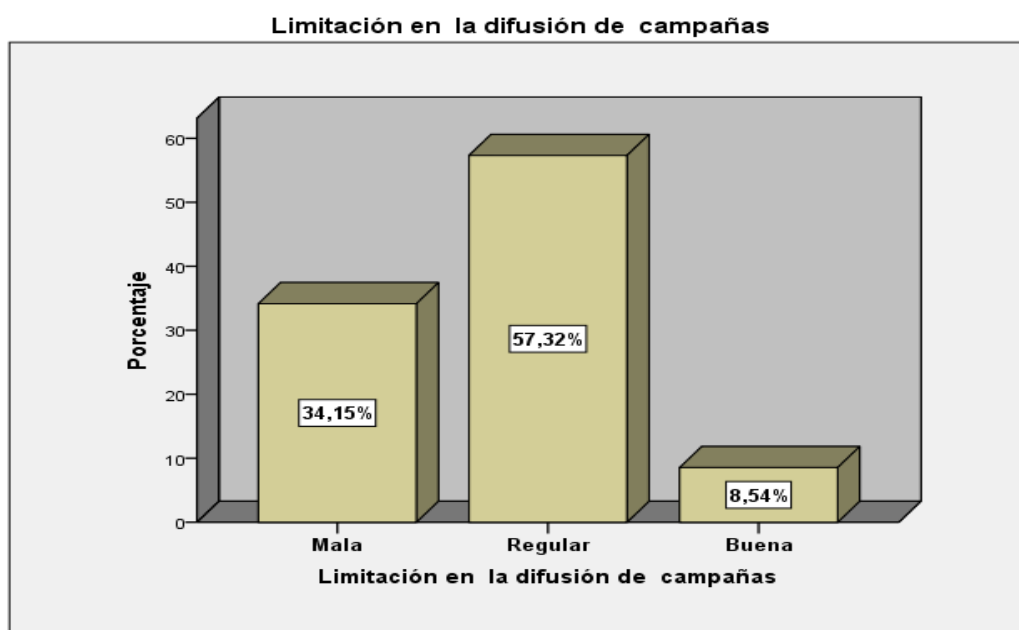


Figura 2. Distribución porcentual de la Limitación en la difusión de campaña, según los ciudadanos.

De la tabla y figura anterior, se aprecia que el 57,32% de los ciudadanos encuestados, refieren que se limita de manera regular la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Un 34,15% refiere que existe una escasa limitación en la difusión de campaña. Por otro lado un 8,54% sostiene que se encuentra una buena limitación en la difusión de campañas.

Tabla 6

Descripción de la dimensión Familiarización con la Difusión de campañas.

Familiarización con la Difusión de campañas	Frecuencia	Porcentaje
Mala	211	85,8
Regular	35	14,2
Buena	0	0,0
Total	246	100,0

Nota: Resultados de IBM SPSS (2018)

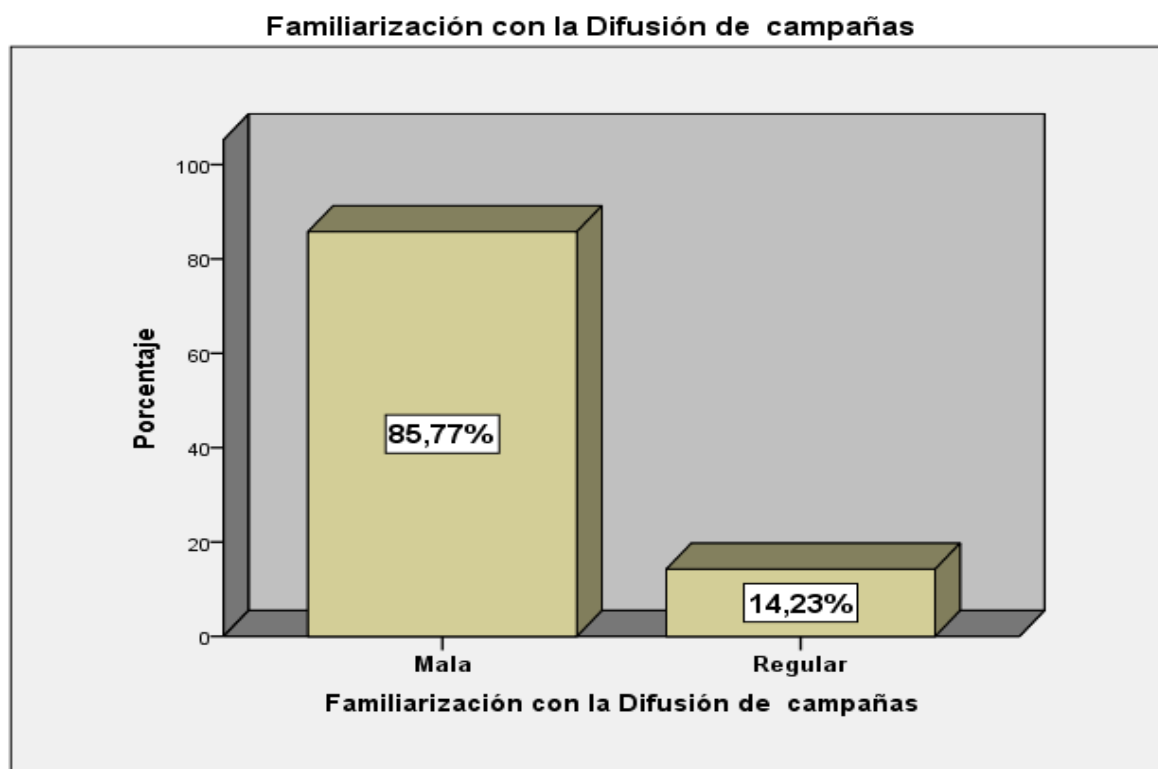


Figura 3. Distribución porcentual de la Familiarización con la Difusión de campañas.

De la tabla y figura anterior, se aprecia que el 85,77% de los ciudadanos refiere que existe una mala familiarización respecto a la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos

en Lima Metropolitana. Asimismo un 14,23% de la muestra de estudio refirió que es regular la familiarización respecto a la difusión de campañas.

Tabla 7

Descripción de la dimensión Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población, según los ciudadanos

Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población	Frecuencia	Porcentaje
Mala	105	42,7
Regular	127	51,6
Buena	14	5,7
Total	246	100,0

Nota: Resultados de IBM SPSS (2018)

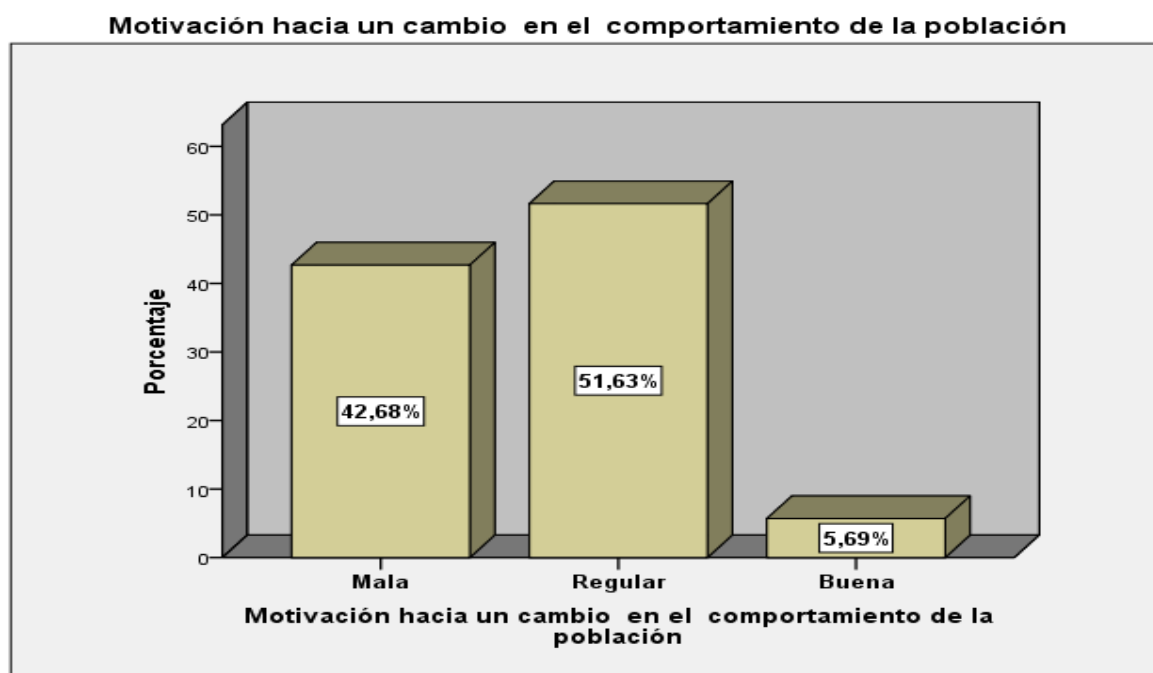


Figura 4. Distribución porcentual de la Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población.

De la tabla y figura anterior, se aprecia que el 51,63% de los ciudadanos encuestados refieren es regular la manera en que se motiva un cambio en el comportamiento en la población sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Asimismo un 42,68% refiere que existe una escasa motivación. Por otro lado un 5,69% sostiene que se encuentra una buena motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 DISCUSIÓN

Con relación a los resultados obtenidos en el presente estudio, se muestra que el 54,47% de los ciudadanos manifestaron que es regular la gestión de Facebook que realiza la Municipalidad de Lima, para la difusión de campañas de educación ambiental en el tema de manejo adecuado de residuos sólidos. Un 42,68 % de los ciudadanos sostuvo que es mala la gestión. Por otro lado sólo un 2,85% sostuvo que es buena la gestión que realiza la Municipalidad de Lima para las campañas de educación ambiental. En tal sentido citamos a Mesa (2015) quien indicó que: Las redes sociales proponen una responsabilidad mayor en la gestión de la información brindada. Es mayor la responsabilidad de las instituciones públicas al hacer uso de las redes sociales dado que se debe precisar la información proporcionada en las redes sociales, además debe ser clara, sencilla, útil, oportuna y que responda las necesidades de los habitantes. Situación que los ciudadanos perciben de manera regular a mala, de manera que se evidencia una mala gestión que realiza la Municipalidad de Lima, para la difusión de campañas de educación ambiental en el tema de manejo adecuado de residuos sólidos.

Asimismo estos resultados coinciden con los de Cárdenas, C. (2015) en su tesis “La comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones públicas”, donde sostuvo que hacen falta políticas públicas que permitan una mejor gestión de la comunicación a través de Facebook, estableciendo que las

instituciones aun no cuentan con un manual sobre comunicación digital y redes sociales que les sirva de guía, para dirigir sus mensajes.

Respecto a los objetivos específicos se encontró que el 57,32% de los ciudadanos encuestados refieren que se limita de manera regular la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Un 34,15% sostuvo que existe una mala limitación de la difusión de campaña. Por otro lado un 8,54% sostiene que se encuentra una buena limitación en la difusión de campañas. Al respecto Fuentes, A. y Vásquez, M (2013) en su tesis “La utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación entre los gobiernos municipales y la ciudadanía en El Salvador”, señalaron que los municipios locales se están iniciando en el uso de las redes sociales porque se dieron cuenta, de que se pueden acercar más a sus ciudadanos y a la vez informar de una manera más eficiente, sobre las diversas acciones que realizan en favor de su comunidad, realizándolo de manera limitada.

Asimismo el 85,77% de los ciudadanos sostuvo que existe una mala familiarización respecto a la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Asimismo un 14,23% de la muestra de estudio refirió que es regular la familiarización respecto a la difusión de campañas. Al respecto González, A. (2017) en su tesis denominada “Alternativas y retos para la gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios medianos: el caso de Xicotepec, Puebla”, determinó las causas por las que las autoridades, de esta ciudad mexicana, aun no encuentran una manera regular para comunicarse y plantear soluciones ante esta problemática que se disemina a todas las ciudades

de la región. También propuso que el municipio en mención, utilice el modelo de la asociatividad con otros municipios locales, a fin de combatir el problema de los residuos sólidos comunes.

Por último, el 51,63% de los ciudadanos encuestados sostuvo que es regular la manera en que se motiva un cambio en el comportamiento en la población sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana. Asimismo un 42,68% sostuvo que existe una mala motivación. Por otro lado un 5,69% indicó que se encuentra una buena motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población. Al respecto Paccha. P (2011) en su tesis “Plan integral de gestión ambiental de residuos sólidos en zonas urbanas para reducir la contaminación ambiental”, señaló determinar que el distrito de San Juan de Lurigancho redujo la contaminación aplicando el PIGARS, en los años 2009, 2010 y 2011 como motivación, logrando de esta manera su objetivo.

6.2 CONCLUSIONES

Primera: La inadecuada gestión que realiza la Municipalidad de Lima con la red social Facebook, afecta negativamente la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Segunda: La gestión inadecuada que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita significativamente la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Tercera: La gestión inadecuada que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita significativamente que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.

Cuarta: La gestión inadecuada que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, no motiva un cambio en el comportamiento de la población.

6.3 RECOMENDACIONES

PRIMERO: Dado que las redes sociales proponen una responsabilidad mayor en la gestión de la información, se recomienda una mayor responsabilidad por parte de las instituciones públicas al hacer uso de las redes sociales precisando que la información proporcionada en las redes sociales sea útil, sencilla y clara, además de oportuna y que reconozca las necesidades de los ciudadanos.

SEGUNDO: Se sugiere contar con una política gubernamental nacional sobre las redes sociales, para una mejor gestión, formalizando el cargo de gestor de redes sociales al interior de las entidades públicas.

TERCERO: Se sugiere fomentar y desarrollar cursos de capacitación especializados para los gestores de las redes sociales de la Municipalidad de Lima. Además, se debe perpetuar y potenciar a labor que viene desempeñando la Presidencia del Consejo de Ministros con los gestores de las redes sociales.

CUARTO: Se sugiere una actualización continua del directorio de redes sociales de la Municipalidad de Lima. Además el INEI debe incorporar información sobre las redes sociales que utilizan los ciudadanos.

QUINTO: Se sugiere desarrollar estudios con mayor profundidad que permitan demostrar las buenas prácticas en cada una de las Municipalidades y demás entidades públicas, asimismo permitan reconocer las potencialidades de las redes sociales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

Amador, J. C. (2010). Mutaciones de la subjetividad en la comunicación digital interactiva. Consideraciones en torno al acontecimiento en los nativos digitales. *Signo y Pensamiento*, 142-161.

Andréu, J. (2011). *Redes locales*. Madrid: Editex.

Borderías, M., & Martín, E. (2011). *Medio ambiente urbano*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Caldevilla Domínguez, D. (2009). Democracia 2.0: la política se introduce en las redes. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 31-48.

Christakis, N. (2010). *Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. México: Taurus.

Cicerone, D. S., Sánchez Proaño, P., & Reich, S. (2010). *Contaminación y Medio Ambiente. Colección Ciencia Joven*. Buenos Aires.: Editorial EUDEBA.

Escandón, P. (2012). Cibermedios y cibercultura: ¿senderos narrativos que se bifurcan? *Revista Chasqui*, 66-72.

Esteban, M. (2013). *Naturaleza y Conducta Humana: Conceptos, Valores y Prácticas para la Educación ambiental*. Bloomington: Palibrio.

Gómez, J. (2012). *Valores medioambientales en la educación: situación del futuro profesorado de Extremadura ante la ecología y el cambio climático*. Madrid: Secretaría General Técnica.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (12 de Diciembre de 2014). *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. Obtenido de INFORME TÉCNICO No 4 - Diciembre 2014: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tecnologia-informacion-y-comunicaciones-jul-ago-set-2014.pdf>

Iriarte , & Asociados. (12 de Setiembre de 2014). *“Políticas y Regulación de Redes Sociales en Entidades Gubernamentales en Perú*. Obtenido de I&A: <http://www.iriartelaw.com/gobierno-y-redes>

Katz, J., & Hilbert, M. (2009). *Definiciones y principios fundamentales de una sociedad de la información”, en Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Kuramoto, J. (2008). *Agenda de investigación para el Programa de Ciencia y Tecnología*. Lima: CIES.

Levy, P. (2002). *Cultura digital: informe al Consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos Editorial.

Mesa Torre, C. (2015). *Gestión de las redes sociales en la administración pública del Perú: espacio de innovación para una mejor relación Estado-ciudadano*. Lima: XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública.

- Mora, A., & Ávila, G. (2013). *Apropiación de territorio a través de la gestión del ordenamiento hídrico*. Bogotá: Grupo Girsá.
- Martínez, E. y Nicolás, M. (2014). Comunicación empresarial en redes sociales: gestión de contenidos y experiencias. *Revista de Ciencias Sociales*, 276-285.
- Núñez, F. (2005). *Guía de comunicación digital*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Ortiz, E. (2013). *Educación Ambiental para la sostenibilidad: El medio ambiente y su relación con la ecobionomía y la sostenibilidad*. Madrid: Instituto Mediterráneo Publicaciones.
- Pastor, A. (2015). *Técnicas y recursos de animación en actividades de tiempo libre: Valoración, Análisis y Aplicación*. Vigo: Ideas Propias Editorial.
- Pino, Y., & Probanca, M. (2012). *Desarrollo económico, protección ambiental y bienestar social: El derecho de la sostenibilidad desde la perspectiva hispano-cubana*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Quintanilla, R. (2011). *UF0410: Prevención de riesgos, seguridad laboral y medioambiental en la instalación de aparatos y tuberías*. Málaga: Innova.
- Ramírez, E. (2010). *Ecología: secuencias didácticas para bachilleratos tecnológicos sobre la base de competencias genéricas y disciplinares básicas*. México D.F: Cengage Learning.
- Somalo, I. (2011). *Todo lo que hay que saber de marketing online y comunicación digital*. Valencia: WoltersKluwer España.

Sued, G. (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Ariel- Fundación Telefónica.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA
LA GESTIÓN DE FACEBOOK REALIZADA POR LA MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE
EDUCACIÓN AMBIENTAL
TEMA: MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, afecta a la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?	Demostrar que la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, afecta a la difusión de campañas sobre Educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, afecta significativamente a la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	Gestión de la red social Facebook Educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	INDICADORES
a) ¿En qué medida la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?	a) Explicar cómo la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	a) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, limita significativamente la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	

<p>b) ¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana?</p>	<p>b) Determinar si la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre Educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.</p>	<p>b) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, evita significativamente que la población se familiarice con la difusión de campañas sobre Educación ambiental para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.</p>	
<p>c) ¿De qué manera la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre Educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, motiva un cambio en el comportamiento en la población?</p>	<p>Determinar si la gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, motiva un cambio en el comportamiento de la población.</p>	<p>c) La gestión que la Municipalidad de Lima realiza con la red social Facebook, para la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, no motiva un cambio en el comportamiento de la población.</p>	

**ANEXO 2: INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
LA GESTIÓN DE FACEBOOK REALIZADA POR LA MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA
LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL**

TEMA: Manejo Adecuado De Residuos Sólidos

**INSTRUMENTO PARA MEDIR LA GESTIÓN DE FACEBOOK REALIZADA POR LA
MUNICIPALIDAD DE LIMA**

Estimado: la presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información sobre las red social Facebook. En las siguientes líneas encontrarás preguntas sencillas a las que debes responder con sinceridad. Esta encuesta es anónima y la información que nos des es confidencial. ¡Muchas gracias por tu colaboración!

A. Usas la red Social Facebook Sí No

Si considera que siempre se cumple la pregunta o afirmación de la tabla, marque un aspa en el casillero correspondiente.

Nunca	Algunas veces	Siempre
1	2	3

	Limitación en la difusión de campañas	1	2	3
1	La municipalidad de Lima, mediante el uso de la red social Facebook realiza difusión sobre las campañas de educación ambiental de manera limitada.			
2	En la página de Facebook de la municipalidad de Lima se evidencia campañas de sensibilización y concienciación del medio ambiente de forma limitada.			
3	La red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre Educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.			
4	Considera usted que las campañas en Facebook son limitadas, para logra reducir la contaminación ambiental y el manejo adecuado de residuos sólidos.			
	Familiarización con la Difusión de campañas			
5	Considera usted que se encuentra familiarizado con la difusión de campañas sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.			

6	Usas grupos de Facebook que manejan información sobre Educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.			
7	La información que me brindan las redes sociales sobre Educación ambiental, para el manejo adecuado de residuos sólidos es confiable.			
8	Usas grupos de Facebook que manejan información sobre Educación ambiental, Manejo Adecuado De Residuos Sólidos.			
	Motivación hacia un cambio en el comportamiento de la población			
9	Son de influencia positiva las páginas y grupos de las redes sociales, sobre Educación ambiental.			
10	Consideras que la información que recibes sobre Educación ambiental, para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, tiene influencia significativa en la población			
11	La municipalidad de Lima Metropolitana mediante la red social Facebook Colabora para que la comunidad desarrolle un sentido de responsabilidad y toma de conciencia de la urgente necesidad de prestar atención a los problemas del medio ambiente, para asegurar que se adopten las medidas adecuadas al respecto.			
12	Considera usted que es importante la comunicación de Facebook para una mayor eficiencia en el recojo de residuos sólidos en Lima Metropolitana			
13	La información que brindan la red social Facebook de la municipalidad de Lima Metropolitana, sobre Educación ambiental, son motivadoras, para el manejo adecuado de residuos sólidos.			
14	La municipalidad de Lima Metropolitana a través de Facebook Crea conciencia en las personas y grupos sociales con el fin de aumentar la sensibilidad referente a las temáticas medio ambientales y problemas existentes.			
15	La municipalidad de Lima Metropolitana a través de Facebook Impulsa a las personas a adquirir valores sociales y un profundo interés por el medio ambiente, con el objetivo de promover la participación activa en la protección y mejoramiento de éste.			

Gracias.

ANEXO 4: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD ALFA DE CROMBACH

Al respecto se aplicó una prueba piloto, que estuvo dirigido a sujetos, que presentaban las mismas características de la muestra de estudio.

La confiabilidad se encontró a través de la aplicación del cuestionario que fue analizado con la ayuda del software estadístico SPSS versión 24. Considerando el siguiente Rango:

Tabla

Rango del alfa de Cronbach

Rango	Nivel de Confiabilidad
0.76 a 1	Muy Alta
0.51 a 0.75	Alta
0.26 a 0.50	Baja
0.01 a 0.25	Muy Baja

Fuente: **Coefficient alpha and the internal structure of tests (Cronbach Lee, 1951)**

CUESTIONARIO

LA GESTIÓN DE FACEBOOK REALIZADA POR LA MUNICIPALIDAD DE LIMA, PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

TEMA: Manejo Adecuado De Residuos Sólidos

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	15

En función de los resultados obtenidos para la variable de estudio, teniendo en cuenta el índice de fiabilidad obtenido por el alfa de Cronbach igual ,844 se puede asumir que el instrumento presenta muy alta confiabilidad y procede su aplicación.

A continuación se presenta el resumen de las medias y varianzas de los datos analizados.

Estadísticas de elemento de resumen							
	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	2,193	1,950	2,600	,650	1,333	,056	15
Varianzas de elemento	,524	,253	,842	,589	3,333	,043	15

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La Municipalidad de Lima, mediante el uso de la red social Facebook realiza difusión sobre las campañas de educación ambiental de manera limitada.	30,95	31,103	,560	.	,829
En la página de Facebook de la Municipalidad de Lima se evidencian campañas de sensibilización y concienciación del medio ambiente de forma limitada.	30,35	38,871	-,281	.	,872
La red social Facebook, limita la difusión de campañas sobre educación ambiental desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	30,90	35,463	,173	.	,848
Considera usted que las campañas en Facebook son limitadas, para lograr reducir la contaminación ambiental y el manejo adecuado de residuos sólidos.	30,50	33,842	,486	.	,835
Considera usted que se encuentra familiarizado con la difusión de campañas sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	30,90	28,832	,737	.	,815
Usas grupos de Facebook que manejan información sobre educación ambiental, desarrolladas para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	30,75	33,355	,404	.	,838

La información que me brindan las redes sociales sobre educación ambiental, para el manejo adecuado de residuos sólidos es confiable.	30,30	38,642	-,277	.	,868
Usas grupos de Facebook que manejan información sobre educación ambiental, manejo adecuado de Residuos Sólidos.	30,85	35,187	,157	.	,851
Son de influencia positiva las páginas y grupos de las redes sociales, sobre educación ambiental.	30,90	29,779	,685	.	,820
Consideras que la información que recibes sobre educación ambiental, para el manejo adecuado de residuos sólidos en Lima Metropolitana, tiene influencia significativa en la población.	30,35	31,608	,883	.	,818
La Municipalidad de Lima mediante la red social Facebook colabora para que la comunidad desarrolle un sentido de responsabilidad y toma de conciencia hacia urgente necesidad de prestar atención a los problemas del medio ambiente, para asegurar que se adopten las medidas adecuadas al respecto.	30,55	33,313	,484	.	,834
Considera usted que es importante la comunicación de Facebook para una mayor eficiencia en el recojo de residuos sólidos en Lima Metropolitana.	30,90	28,305	,864	.	,806

La información que brinda la red social Facebook de la Municipalidad de Lima Metropolitana, sobre educación ambiental, son motivadoras para el manejo adecuado de residuos sólidos.	30,85	28,345	,826	.	,808
La Municipalidad de Lima a través de Facebook crea conciencia en las personas y grupos sociales con el fin de aumentar la sensibilidad referente a las temáticas medio ambientales y problemas existentes.	30,90	28,937	,786	.	,812
La Municipalidad de Lima a través de Facebook Impulsa a las personas a adquirir valores sociales y un profundo interés por el medio ambiente, con el objetivo de promover la participación activa en la protección y mejoramiento de este.	30,65	32,450	,561	.	,830

BASE DATOS

VARIABLE 1: Gestión de las Redes Sociales															
N°	DIMENSIÓN 1				DIMENSIÓN 2				DIMENSIÓN 3						
	Ite 1	Ite 2	Ite 3	Ite 4	Ite 5	Ite 6	Ite 7	Ite 8	Ite 9	Ite 10	Ite 11	Ite 12	Ite 13	Ite 14	Ite 15
1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
2	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
3	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
4	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
5	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
6	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
7	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
8	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
9	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
10	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
11	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
12	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
13	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
14	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
15	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
16	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
17	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
18	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
19	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
20	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
21	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
22	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
23	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
24	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
25	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
26	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
27	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
28	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
29	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
30	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
31	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
32	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
33	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
34	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
35	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
36	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
37	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
38	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
39	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
40	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
41	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
42	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
43	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
44	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
45	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
46	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
47	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
48	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
49	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
50	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1

51	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
52	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
53	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
54	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
55	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
56	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
57	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
58	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
59	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
60	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
61	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
62	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
63	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
64	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
65	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
66	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
67	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
68	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
69	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
70	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
71	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
72	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
73	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
74	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
75	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
76	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
77	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
78	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
79	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
80	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
81	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
82	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
83	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
84	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
85	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
86	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
87	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
88	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
89	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
90	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
91	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
92	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
93	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
94	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
95	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
96	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
97	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
98	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
99	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
100	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3

101	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
102	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
103	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
104	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
105	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
106	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
107	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
108	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
109	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
110	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
111	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
112	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
113	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
114	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
115	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
116	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
117	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
118	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
119	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
120	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
121	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
122	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
123	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
124	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
125	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
126	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
127	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
128	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
129	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
130	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
131	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
132	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
133	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
134	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
135	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
136	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
137	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
138	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
139	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
140	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
141	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
142	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
143	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
144	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
145	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
146	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
147	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
148	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
149	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
150	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3

151	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
152	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
153	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
154	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
155	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
156	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
157	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
158	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
159	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
160	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
161	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
162	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
163	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
164	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
165	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
166	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
167	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
168	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
169	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
170	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
171	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
172	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
173	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
174	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
175	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
176	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
177	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
178	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
179	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
180	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
181	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
182	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
183	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
184	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
185	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
186	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
187	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
188	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
189	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
190	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
191	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
192	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
193	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
194	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
195	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
196	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
197	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
198	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
199	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
200	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1

201	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
202	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
203	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
204	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
205	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
206	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
207	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
208	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
209	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
210	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
211	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
212	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2
213	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
214	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3
215	1	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2
216	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
217	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
218	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
219	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
220	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3
221	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2
222	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1
223	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
224	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	3
225	3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1
226	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
227	3	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	3	1
228	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
229	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1
230	3	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
231	1	3	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	1
232	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2
233	1	2	1	3	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1
234	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1
235	3	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1
236	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3
237	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
238	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3
239	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1
240	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
241	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
242	2	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1
243	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	3	1
244	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
245	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1
246	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	2	3	1