



Decanato de Artes y Comunicación

Título de la Monografía:

Campaña Educativa sobre Conciencia Ambiental en un
Plantel Escolar

Sustentada por:

Sara Pimentel	2014-1435
Nicole Mancebo	2014-3073
Emanuel De León	2014-0691

Asesores:

Alicia Puello y Amelia De León Roberts

Monografía para optar por el título de Licenciatura en:

Publicidad

Distrito Nacional, República Dominicana

2019

Índice.

Dedicatorias.....	4
Agradecimientos.....	5
Resumen.	6
Palabras claves.	6
Introducción.....	7
Capítulo I. La Conciencia Ambiental en un Plantel Escolar.....	9
1.1. Origen y antecedentes de la conciencia ambiental.....	9
1.2. Tendencias y movimientos de conciencia ambiental en planteles educativos.....	12
1.3. Acciones de concienciación ambiental realizadas por el colegio San Gabriel de la Dolorosa.	14
Capítulo II. Campaña educativa.	17
2.1. Condiciones previas de una campaña educativa.....	17
2.2. Modelo de una campaña educativa.	22
2.2.1. Campañas educativas realizadas en planteles educativos.	24
2.3. Estrategias de una campaña educativa.	27
2.3.1. Las entrevistas.....	30
2.3.2. Encuestas a estudiantes del plantel educativo San Gabriel de la Dolorosa.....	32

Capítulo III. Campaña educativa sobre conciencia ambiental en un plantel escolar.....	39
3.1. Valoración y ejemplificación de una campaña educativa en el plantel escolar San Gabriel de la Dolorosa.	39
3.2. Ventajas y desventajas de una campaña educativa en el plantel escolar San Gabriel de la Dolorosa.	52
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	69
Referencias de informaciones.....	70
Anexos.....	72

Dedicatorias.

Dedicamos nuestro trabajo de forma unánime a Dios Todopoderoso quien siempre está a nuestro lado en todo lo que hacemos y le adoramos por permitirnos concluir de manera satisfactoria este importante trabajo.

A nuestros padres por el apoyo que nos han brindado a lo largo de nuestros estudios y a quienes les debemos lo que hemos alcanzado hasta ahora. A nuestros demás familiares, gracias por su apoyo incondicional.

Agradecimientos.

Agradecemos a la Universidad Acción, Pro-Educación y Cultura, UNAPEC, por acogernos estos años llenos de conocimientos y experiencias inolvidables. Nos sentimos gratificados por las orientaciones otorgadas para convertirnos en profesionales capaces de adentrarse en el mundo laboral, por inculcar en nosotros la ética y el compromiso social que por siempre nos acompañará.

Finalmente, agradecemos de manera especial a nuestras asesoras, Alicia Puello y Amelia De León Roberts por su valiosa guía y orientación a lo largo de este proyecto, les agradecemos por su paciencia y compromiso para responder a nuestras dudas y compartir sus conocimientos de forma desinteresada.

Resumen.

Este proyecto expone el resultado de un proceso de investigación realizado en los meses mayo-julio respecto a lo relacionado con la contaminación ambiental, la conciencia ambiental y el cuidado del medioambiente, con el propósito de elaborar una propuesta de una campaña de conciencia ambiental aplicable en un plantel escolar. Para llevar a cabo el mismo, se realizó un análisis para determinar el nivel de responsabilidad ambiental que poseen los estudiantes del colegio San Gabriel de la Dolorosa actualmente e identificar qué los motiva a generar un cambio en el plantel y su comunidad en un sentido más ecológico. Asimismo, se evaluó en diferentes campañas ambientales implementadas en planteles educativos: cómo influyeron y/o beneficiaron al alumnado, qué cambios adoptaron en beneficio del medio ambiente y cómo generaron cambios positivos en la salud de la comunidad educativa y el cuidado del planeta tierra. Estas conclusiones fueron equiparadas con los resultados del proceso de investigación donde fueron identificados los elementos más convenientes para la campaña. Por último, con base en la información recopilada durante la investigación se diseñó una propuesta para una campaña de conciencia ambiental que mejore el buen uso de los recursos naturales aplicable en un centro educativo por parte de los estudiantes buscando que creen conciencia sobre la necesidad de cuidar su entorno y realizar acciones para preservarlo.

Palabras claves.

Conciencia ambiental, medio ambiente, educación ambiental, estudiantes, campaña, comunicación.

Introducción.

La conciencia ambiental es un recurso esencial para que las personas obtengan el conocimiento necesario sobre su entorno para que puedan desarrollar cambios en su conducta y estilos de vida en pro del medio ambiente, con el interés de aumentar sus conocimientos sobre los problemas ambientales y promuevan soluciones para su prevención.

En República Dominicana ha aumentado la conciencia ambiental de sus ciudadanos, hasta el punto de que muchas de las grandes empresas del país han optado por realizar campañas de conciencia ecológica procurando la reducción de los residuos contaminantes y han organizado actividades de recolección de basura en las playas y parques.

Ante esta situación, se han desarrollado por parte del Ministerio de Educación de la República Dominicana distintas propuestas dentro de su diseño curricular, con una serie de enfoques que promueven la acción ecológica en el aprendizaje de los estudiantes en todos los niveles. Este trabajo de investigación procura determinar las motivaciones de los estudiantes de un instituto educativo del Distrito Nacional para elaborar una campaña de conciencia ambiental en un plantel escolar.

La propuesta de campaña busca que los estudiantes, los maestros y toda la comunidad escolar comprendan y conozcan las problemáticas medioambientales de la sociedad actual. De igual forma, se fomentan las prácticas pedagógicas en el centro para que se obtengan conocimientos y habilidades que puedan ponerse en práctica para influir de manera responsable y efectiva en la solución ante la contaminación del medioambiente.

El objetivo general de la campaña a desarrollar consiste en generar conciencia ambiental en la comunidad estudiantil para que estos se conviertan en agentes de cambio que protejan el medio ambiente.

La investigación está delimitada en el tiempo al año 2019, y se llevó a cabo durante los meses mayo-julio del año en curso. Toda la información relevante de este proyecto fue obtenida a través de las fuentes de la biblioteca virtual de UNAPEC, su base de datos, artículos y textos escritos desarrollados por profesionales de vasta experiencia.

Este proyecto investigativo consta de tres apartados o capítulos, en el primero se mencionan los aspectos teóricos de la conciencia ambiental, sus antecedentes y orígenes, así como las acciones realizadas por el plantel para proteger el medio ambiente; el segundo capítulo proporciona los elementos que se deben considerar para crear una campaña educativa, que estrategias seguir, los métodos de recolección de datos utilizados, sus resultados y posterior análisis. Finalmente, el último capítulo abarca todo lo relacionado a la propuesta de campaña de conciencia ambiental que se aplicaría en el plantel escolar, sus ventajas y desventajas, así como las consideraciones finales de la investigación.

Capítulo I. La Conciencia Ambiental en un Plantel Escolar.

1.1. Origen y antecedentes de la conciencia ambiental.

El concepto de conciencia ambiental nace en la Conferencia de Estocolmo sobre el Medio Humano de 1972. La ONU (1972) afirma:

Es imprescindible una educación en labores medioambientales, que esté dirigida a las generaciones jóvenes y adultas del mundo, que preste la requerida atención al sector menos privilegiado de la población, para aumentar las bases de una opinión pública bien informada y de una conducta responsable de las personas, de las empresas y de las comunidades, inspirado en el sentido de responsabilidad en cuanto a la protección y mejoramiento del medioambiente en toda su dimensión. Es también fundamental que los medios de comunicación masivos eviten contribuir al deterioro del medio y expongan, por el contrario, información de educativa sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el hombre pueda desarrollarse en todos los aspectos (p. 5).

Stern (2000) argumenta que la conciencia ambiental se refiere a la creación de una conciencia general de los problemas ambientales, sus causas, a generar cambios en la percepción, la actitud, los valores y las habilidades necesarias para resolver problemas relacionados con el medio ambiente. Además, es el primer paso hacia la formación del comportamiento ambiental responsable.

En síntesis, la conciencia ambiental es tener conocimiento de los problemas y peligros que enfrenta la humanidad y el medio ambiente, estar consciente de la urgente necesidad de una acción positiva para controlar el impacto no deseado de las actividades del ser humano sobre el medio ambiente. La conciencia ambiental es comprender la fragilidad de nuestro entorno y la importancia que tiene protegerlo.

Para Bamberg (2003) la población utiliza el término conciencia ambiental para referirse a todo el conjunto de percepciones, emociones, conocimiento, actitudes, valores y comportamientos relacionados con el medio ambiente.

Mientras que algunos autores como Roselló y Del Toro (2005) señalan que ante la crisis ambiental a la que nos enfrentamos, que cada vez afectan más directamente mediante desastres naturales que ganan cada año en intensidad, la sociedad no puede quedarse de brazos cruzados. Se debe alzar la voz para un llamado de alerta, para enseñar mejores hábitos y conductas ambientalmente adecuadas, así como fomentar la participación en el diseño de una sociedad para un futuro sustentable.

En la última década ha crecido enormemente la conciencia sobre los problemas ambientales y a medida que la ciencia avanza, la población obtiene mayor conocimiento de la conexión que existe entre tener un planeta limpio y las formas de vida en todo el mundo. Durante décadas, se puede decir que esa conexión se ha debilitado por el crecimiento de la población, la industrialización y la pérdida de recursos naturales, creando una división entre las personas y el medio ambiente.

Después de todos los efectos derivados de la contaminación ambiental, se ha vuelto más importante encontrar una solución preventiva para frenar estos efectos y finalmente mitigar de manera sostenible el daño ambiental a largo plazo. Una de las formas de prevención es crear conciencia ambiental en la sociedad, especialmente en los estudiantes, ya que son futuros líderes, futuros padres, futuros gobernantes y educadores del medio ambiente y sus problemas.

Por otro lado, Barrios (2018) expresa que la educación ambiental, junto a la conciencia ambiental deben preparar al individuo en la comprensión de los principales problemas del mundo contemporáneo, proporcionarles conocimientos, ayudarlos a desarrollar cualidades y valores éticos que les permita desempeñar una función productiva para satisfacer sus necesidades y, a su vez, proteger al medio ambiente, orientar a la comunidad permitiéndole al individuo, en un proceso activo, resolver problemas en el contexto de realidades específicas y contribuir a renovar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En definitiva, la conciencia ambiental se define para ayudar a los grupos sociales e individuos a obtener diversas experiencias y a adquirir una comprensión básica del medio ambiente y los problemas que a este le afectan.

El hogar y la escuela son parte de las esferas básicas en la creación de conciencia ambiental. Los esfuerzos en cada una de las esferas, así como los esfuerzos para combinar el impacto de estos en el medio ambiente, forman el enfoque ideal hacia la creación de percepción de los problemas medioambientales, que los impulsen a desarrollar soluciones efectivas para proteger el medio ambiente.

1.2. Tendencias y movimientos de conciencia ambiental en planteles educativos.

Buscando en la degradación ambiental podemos apreciar que la preocupación por el medio ambiente ha tomado un impulso. La mejor manera de sensibilizar y educar a las personas con respecto al medio ambiente y los problemas relacionados a este es a través de la educación. Con los avances en la ciencia y la tecnología, los seres humanos han manipulado el entorno físico y han causado un desequilibrio ambiental a través de la proliferación de una serie de problemas medioambientales como la contaminación del aire, el agua, la tierra, la deforestación, la erosión de los suelos, la extinción de especies endémicas y no endémicas, el agotamiento de los recursos naturales, el calentamiento global y muchos más.

Para permitir a los estudiantes enfrentar los retos actuales y dar forma a un mundo mejor para sí mismos y las futuras generaciones, es imperativo integrar la conciencia ambiental en la educación de las escuelas.

Ya ha sido recomendado por la Dirección general de gestión ambiental y de riesgos del Ministerio de Educación de la República Dominicana, que los estudiantes, especialmente los de etapa superior, se les debe enseñar educación ambiental de manera interdisciplinaria que le permita a los estudiantes comprender los cambios que toman lugar en los ecosistemas y para hacerlos conscientes de los problemas medio ambientales. A pesar de esta iniciativa tomada para impartir educación ambiental en los estudiantes de etapa superior, es necesario investigar si los alumnos han desarrollado preocupación y/o conciencia sobre la actitud que deben tener para preservar la naturaleza.

La UNESCO-PNUMA (1987) plantea que:

La educación ambiental debería crear conciencia, transmitir información, enseñar conocimientos, desarrollar hábitos y habilidades, promover valores, proporcionar estándares, criterios y presentar directrices para la resolución de problemas y la toma de decisiones. Por lo tanto, debe apuntar tanto a la modificación cognitiva como afectiva de las personas (p. 18).

De esta forma se puede determinar que la conciencia ambiental sirve para ayudar a los individuos y grupos sociales a obtener experiencias variadas y la comprensión necesaria del medio ambiente y los problemas que le afectan.

Los profesores y especialistas en el medio ambiente señalan que la solución a la crisis ambiental requiere que la conciencia ambiental y el entendimiento estén arraigados en los sistemas educativos.

Shobeiri (2005) afirma que para resolver la crisis ambiental existente es necesario tener conciencia ambiental y una comprensión adecuada que debe estar profundamente arraigada en el sistema educativo en todos los niveles de la educación escolar.

Los jóvenes que participan en los cambios en su entorno y aprenden a reconocer la relación causa y efecto, empiezan a comprender la interdependencia y la interacción que tienen con el mundo, comienzan a percibir que ellos también desempeñan un papel en estas problemáticas, cuando sus acciones se vuelven más conscientes y organizadas adquieren una visión diferente del entorno al que pertenecen, descubren que sus acciones en el ambiente afectan sus vidas y la de los demás.

1.3. Acciones de concienciación ambiental realizadas por el colegio San Gabriel de la Dolorosa.

El Colegio San Gabriel de la Dolorosa desde su fundación en 1965 tiene como uno de sus valores fundamentales elevar la conciencia ecológica y dentro de su filosofía se ha contemplado el cuidado del planeta como uno de los pilares fundamentales en el perfil de los estudiantes. Actualmente, dentro de los lineamientos de los valores del Colegio se encuentra el valor de la conciencia ecológica y sensibilidad ante los problemas ambientales de nuestro planeta como la casa común.

Así mismo, dicho instituto al ser parte de la Congregación Pasionista se ha mantenido como valor cristiano y de crecimiento moral la responsabilidad ecológica, promovido por los distintos sacerdotes que han sido directores del colegio que desde siempre han alentado y fomentando actividades de acción ecológica dentro y fuera del instituto con la participación de profesores, docentes, padres y alumnos de la comunidad educativa.

Dentro de la parte formativa en un sentido ecológico el colegio llegó a tener charlas con la participación del científico botánico Eugenio de Jesús Marcano, donde relató sobre la exposición de las formas de la capa terrestre y mostró su colección de mariposas, insectos y de piedras en gran parte endémicas del país. Sus nietos formaron parte del colegio y participaron de las actividades de formación ecológica.

Según el profesor Sánchez (2019) el colegio ha realizado desde 1980 colaboraciones de reforestación ante distintos incendios forestales en las distintas zonas rurales del país, como en 1984, cuando un equipo de docentes liderados por el profesor Rafael Olimpo y un comité de estudiantes participaron en la reforestación de la zona de Pinar Bonito en Constanza fruto de un incendio forestal que destruyó gran parte de la zona rural.

De igual forma, hubo una gran participación en la limpieza y reforestación de algunas zonas devastadas por el Ciclón David en 1979 por fomento del director el Padre Florencio, donde algunas zonas verdes quedaron destruidas como lo fue el Parque Mirador Sur, zonas de Villa Altagracia y a orillas del río Ozama de la mano de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Ayuntamiento.

Sin embargo, con el avance del tiempo las actividades de acción y actividad fuera del colegio fueron dejándose a un lado y se han desarrollado en actividades de menor envergadura de la mano de instituciones alternas, como es la participación del Rally Ecológico realizado por el Jardín Botánico con la participación de estudiantes del centro, el cual ha terminado siendo uno de los colegios más premiados de todo Santo Domingo teniendo premios de medallas y trofeos en los últimos 23 años casi de forma consecutiva.

El colegio también ha sido reconocido por su participación en distintos concursos de ecología como fue el Concurso RED 3 RS del Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF) y la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y patrocinado por el Banco Popular, en el cuál resultaron ganadores dos estudiantes del centro por la elaboración de un dibujo que promovía el cuidado al medioambiente.

Dentro de las participaciones más recientes en el año 2016 un grupo de estudiantes tomó participación de la actividad “¡Soy ecoeficiente!” realizado por el Banco popular en comunión con Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el programa CEDAF, donde en la realización del concurso mostraron un proyecto realizado en el centro durante ese año sobre el de los residuos plásticos principalmente de botellas en el centro para su posterior reciclaje.

En este concurso resultaron reconocidos los jóvenes de Colegio San Gabriel de la Dolorosa por haber compuesto una canción para la presentación del proyecto, acto que les permitió el reconocimiento de la JICA la cuál propuso la grabación de dicha canción.

En el año 2015, con el actual profesor de ciencias naturales de secundaria el profesor Orioly Roa se creó un grupo estudiantil de fomento de la conciencia ecológica en el colegio con los estudiantes de 3ro de Secundaria, este se llamó Club Ecológico “Eco-Cosanga”. Actualmente consta con más de 15 estudiantes de 3ro de Secundaria comprometidos con la labor y el desarrollo de una conciencia ecológica entre sus compañeros.

En ese mismo año, de la mano de la profesora de artística Jennifer Ledesma, se realizó una actividad de diseño de modas con materiales reciclables en los que se diseñaron más de 6 piezas completamente diseñadas con materiales reciclables como periódicos, revistas, botellas, tapas y telas usadas. Dicha actividad fue llamada “Recicla, Crea y Modela” y contó con la participación de estudiantes de todos los niveles de secundaria.

En el 2016 un grupo de estudiantes participaron como espectadores en una feria ecológica de la Universidad UFHEC llamada Red Escolar Ecológica (RECO) en el más de 1503 de los institutos y centros educativos participaron con el diseño y realización de proyectos de protección ambiental.

El colegio San Gabriel de la Dolorosa ha realizado durante distintos años las llamadas Ferias Ecológicas en las cuales se han invitado a otros centros educativos a presentar distintos proyectos de crecimiento ecológico y presentaciones de campañas de protección del medio ambiente. Desde la actividad de Moda ecológica en 2015 en el colegio no se han realizado actividades de acción ecológica fruto de una propuesta del Centro Cabecera del Distrito 1503 y el MINERD para integrar todas las actividades de acción ecológica de los centros. Dicha propuesta que aún no se ha concretizado.

Capítulo II. Campaña educativa.

2.1. Condiciones previas de una campaña educativa.

El marketing social representa un nuevo enfoque para tratar los problemas medio ambientales. Puede ser definido como un proceso de planificación de programas que promueven el comportamiento voluntario de las personas al ofrecer beneficios que estos desean, reduciendo las barreras que les preocupan y usando la persuasión para motivar a que participen en actividades para el bien común (Philip Kotler, 1989).

En resumidas palabras el marketing social se puede definir como un proceso que aplica principios, herramientas y técnicas de mercadeo para crear, comunicar y entregar valor que influya en las conductas del público objetivo que beneficien a la sociedad.

En ese mismo sentido, Vásquez (2006), citando a Kotler (1982), define el marketing social corporativo como las actividades que desarrolla una empresa o sector determinado con el objetivo de lograr un mayor compromiso por parte de los miembros de un grupo hacia un determinado comportamiento o interés social. Esta práctica favorece tanto la imagen de la empresa como el interés de la conciencia del consumidor, buscando un beneficio mutuo entre la empresa y la sociedad.

Siguiendo a Vásquez (2006) el marketing social también puede ser denominado marketing de las ideas, marketing de las causas sociales o marketing de las cuestiones públicas, cuya finalidad es el desarrollo de programas para animar o desanimar la aceptación de ideas o comportamientos sociales.

Aunque el objetivo de una campaña social o, en este caso, una campaña educativa no sea incrementar las ventas, existe una incidencia por la modificación de la imagen de la empresa. Un centro educativo es una institución responsabilizada por la educación en valores de sus estudiantes, sin embargo, el desarrollo de campañas sociales en preservación del medio ambiente puede llegar a promocionar a la institución externamente ya sea directa o indirectamente.

A partir de los enunciados de Kotler (1982) en función del tipo de ideas o causas sociales propuestas, se puede clasificar los objetivos del marketing social en los siguientes:

- a) Proporcionar información.** Hay muchas causas sociales que tienen como objetivo informar o enseñar a la población. Se trata, por tanto, de llevar a cabo programas educativos, tales como las campañas de higiene, nutrición, concienciación de problemas del medio ambiente.
- b) Estimular acciones beneficiosas para la sociedad.** Otra clase de causas sociales tratan de inducir al mayor número posible de personas a tomar una acción determinada durante un periodo de tiempo dado.
- c) Cambiar comportamientos nocivos.** Otro tipo de causas sociales tratan de inducir o ayudar a las personas a cambiar algún aspecto de su comportamiento que pueda beneficiarlos.
- d) Cambiar los valores de la sociedad.** Tratan de modificar la creencias o valores arraigados en la sociedad (pp. 500-510).

Considerando una definición más moderna, el marketing social en base a estrategias de cambio social voluntario, tiene como objetivo modificar las actitudes y/o comportamientos, opiniones, así como las ideas arraigadas en la población con el propósito de mejorar sus vidas y la de los demás.

Para poder diseñar correctamente una campaña educativa es necesario conocer los procedimientos previos de integración que nos darán los resultados que nos garanticen el éxito de dicha campaña. Estas condiciones previas, según la CAC (2004), deben ser cumplidas antes del inicio de cualquier actividad o realización de un proyecto.

Para poder desarrollar una campaña de este tema, es necesario tener un diagnóstico definido por parte del cliente en cuestión de donde se derivará el briefing que brindará las directrices del plan publicitario. Para Carpintero (2014) antes de comenzar una campaña es necesario una reunión entre los directivos de la empresa anunciante y los ejecutivos de la agencia. De esta reunión se desprenden de forma detallada las instrucciones sobre lo que quieren hacer, lo que se quiere anunciar, a quién se dirige y en qué medios.

Cuando se trata de un plantel escolar se vuelve primordial la definición detallada de ciertas condiciones que se vuelven valores propios del centro. Según Ramírez (2018) un centro educativo, a la hora de elaborar un briefing, debe tomar en cuenta elementos como la información de la escuela, antecedentes institucionales, los valores del centro, antecedentes del mercado, características de la marca, competencia, perfil del consumidor y generalidades del servicio ofrecido por el centro entre los que se encuentran, los valores o atributos principales del proyecto y el presupuesto.

La imagen de un centro educativo se forja a través del tiempo, por lo que debe ser estimado la conservación de la personalidad de la marca. Para esto es necesario que la agencia estudie profundamente los valores institucionales de la misma para que pueda penetrar verdaderamente en la conciencia de los estudiantes y los docentes sin desdeñar o deformar la forma en cómo el plantel llega a la comunidad.

Basado en el argumento de Kleppner (2005) se identifica que el primer paso en el proceso de planeación es un conocimiento profundo del plan de marketing en el cual se incorpora la estrategia, para que los a la hora de definir los objetivos de la publicidad puedan verse desde un panorama de comunicación general. Tomando en cuenta que se trata de una campaña educativa va orientado hacia la promoción o desarrollo de competencias fundamentales a través de la implementación de ciertos proyectos didácticos que contribuyan al desarrollo de los estudiantes.

Educar a los jóvenes en la conciencia ecológica, forjando valores morales en beneficio de la sociedad, es un objetivo comunicacional en sí mismo. Es el concepto de educación y formación de agentes de cambio que promueven el crecimiento de una sociedad más identificada con el bien común procurando el desarrollo del país hacia un futuro más ecológico.

De igual forma, Vásquez (2006) al referirse a una campaña de índole social, establece que los objetivos deben de centrarse en inducir al mayor número de personas posibles a tomar una acción determinada, a través de información proporcionada que ayude a cambiar comportamientos nocivos o que promuevan una serie de valores en un colectivo determinado.

Un elemento clave dentro de la elaboración de todo proyecto que involucre el plantel escolar es realizar una instrucción con los profesores y demás docentes del centro para explicar e identificar sus oportunidades de participación e identificación con la misma. Las capacitaciones realizadas a los docentes deben cumplir con la misión, visión y valores de la empresa, así como también con los objetivos de la campaña.

Por otro lado, para Kotler, Lee y Roberto (2002) el marketing social, igual que el marketing comercial, se compone de las conocidas 4 p's que son:

Producto Social: que se conoce tras la investigación y análisis de la social; Este punto es muy importante ya que indicará las necesidades que existen y cómo satisfacerlas.

Un dato que debe ser observado es, si las personas entienden el concepto del producto social que se ofrece, si ve los beneficios y los considera importantes, debe estimularse a los participantes para que ofrezcan sugerencias y que advierta las condiciones que estaría dispuesto a aceptar por la causa social.

Precio: este es el costo que asume el destinatario para adoptar el comportamiento deseado por la campaña. Son valores intangibles, como el tiempo y esfuerzo de los empleados para el cambio en su conducta.

Promoción: son acciones encaminadas a motivar a la comunidad para que adopten el cambio en su comportamiento.

Plaza o distribución: se coloca a disposición de la comunidad lo necesario para que esta adopte el nuevo comportamiento que persigue la campaña. Es idóneo que el cambio en el comportamiento se pueda lograr fácilmente (p. 88).

Lograr una campaña educativa siguiendo los pasos ya expuestos, supone que el mensaje sobre la protección del medio ambiente y la adopción de actitudes más ecológicas podrá influir en los estudiantes del plantel escolar, influenciar a los jóvenes a que sean más receptivos a la información sobre conciencia ambiental podrá acercarnos a un logro ecológico que pueda ayudar a la nación a cumplir con los objetivos globales, satisfaciendo así la necesidades actuales sin comprometer las futuras generaciones.

2.2. Modelo de una campaña educativa.

Teniendo correctamente definidos los elementos básicos de las necesidades de la empresa en un briefing comunicacional y habiendo definido correctamente un objetivo de la campaña, se pueden elaborar correctamente los elementos de la campaña educativa.

Es necesario partir de público meta para redirigir los objetivos y la estrategia de forma que se adecuen a la condición de estos y pueda generar el interés necesario en ellos. Captar la atención de los estudiantes de un centro educativo puede llegar a convertirse en una meta de condiciones difíciles de alcanzar.

Según Toro (2009) al diseñar una campaña de publicidad social se deben de establecer los siguientes tipos:

Persuasión contra disuasión. Se pudiera considerar la publicidad social como una manera diferente de comunicación pues utiliza la persuasión y la disuasión o cambio de opinión. La publicidad social trabaja la persuasión igual que las demás formas de publicidad.

Publicidad preventiva. Es una comunicación más preventiva. Es la práctica más deseable en la que se desea anticiparse a los hechos antes de que sea muy difícil establecer una relación con el público. Es el caso de las campañas que buscan que los jóvenes no consuman drogas o que se reduzca el consumo de cigarrillos en adolescentes.

Vender intangibilidad. Es la que realiza la publicidad con la idea de vender un intangible. Tratar de convencer al consumidor el “adquirir” la idea de la solidaridad o de la participación ciudadana. Se convierte en un reto por la dificultad que radica en que tendremos que influir en comportamientos arraigados en la anticipación y ante las cuales hay que competir.

Función educativa e informativa. Es necesario recalcar sobre la función informativa, sobre todo educativa de la publicidad social para llegar a un mayor número de personas y hasta llenar los vacíos que ha dejado el sistema educativo.

Comunicación masiva y participativa. Es el desarrollo de planes en los que trata de vincular a las organizaciones con el público al que se quiere dirigir. A estas se aplican la publicidad o marketing directo y las relaciones públicas (pp. 171-174).

Es el desarrollo de planes en los que trata de vincular a las organizaciones con el público al que se quiere dirigir. A estas se aplican la publicidad o marketing directo y las relaciones públicas.

Para que una práctica comunicacional interna con función didáctica alcance la aceptación esperada por el público meta, generalmente joven, es necesario que la estrategia de comunicación promueva una participación directa del público objetivo como posibles agentes de cambio, esto permitirá un mayor interés y que haya una mayor captación por parte de los estudiantes del plantel escolar por el mensaje publicitario diseñado para la campaña en cuestión.

Siguiendo con el modelo de Curto, Fuentes y López (2008) para enfocar con mayor precisión el sentido de la campaña es necesario la conceptualización de la publicidad. Definir un concepto creativo o idea creativa tienen como finalidad dar a entender el sentido de la campaña, establecer una idea y especificar cómo puede incidir o influir en la mente del consumidor.

2.2.1. Campañas educativas realizadas en planteles educativos.

Campaña “Yo reciclo, yo reciclo” de la Fundación Espacios Verdes.

La fundación Espacios Verdes con sede en Argentina, es una organización sin fines de lucro de carácter nacional y ambiental cuyo objetivo principal es el desarrollo del ser humano y el cuidado del medio ambiente. En el año 2015 realizó la campaña “Yo Reciclo, yo reutilizo” en escuelas de todo Buenos Aires, donde junto a alumnos y docentes plantan árboles y reciclan tapas plásticas de refrescos.

El objetivo principal de esta campaña es lograr que los jóvenes tomen conciencia de los beneficios de cuidar el medio ambiente, entre las actividades que realizan, está la plantación y cuidado de retoños de distintos ejemplares, reciclar materiales que se degradan en el suelo y charla sobre la importancia del arbolado en la zonas urbanas; Los elementos reciclados son acopiados en la escuela y luego se donan a la Fundación del Hospital de niños de Buenos Aires para que con su venta se compren materiales y equipos para ese centro asistencial.

En esta campaña se logró reciclar unos 500 kilos de material reciclables (tapas de refrescos) que luego fueron acopiados.

Campaña “Yaocalli Verde” del Colegio Yaocalli.

Es un colegio privado para niñas con sede en la ciudad de México, imparte los niveles de kinder, preprimaria, primaria y secundaria. En este colegio se desarrolló la campaña “Yaocalli Verde” la misma fomenta el amor a la vida y al medio ambiente, las estudiantes instalaron botes de basuras en áreas del colegio con divisiones de diferentes colores para la separación de residuos.

De igual forma, realizaron el llamado reciclaje de PET, donde la basura recolectada y separada en el colegio se vende a un lugar de reciclaje y las ganancias se utilizan para comprar plantas para las huertas, el colegio cuenta con dos huertas creadas por las alumnas donde plantan hierbas de olor y algunas frutas que luego utilizan en las clases de cocina que imparte la institución educativa.

Otra de las actividades realizadas dentro de la campaña es recolectar tapas para entregarlas a diferentes instituciones que ayudan a niños enfermos con cáncer.

Existe otra campaña realizada por el colegio Yaocalli y es la llamada “Avienta tus libros, cuadernos y útiles escolares” donde las jóvenes que participan contribuyen llevando libros que ya no usan para reciclar su papel. Los cuadernos se envían como papel para reciclar, los libros y útiles escolares se separan y se mandan a colegios de bajos recursos.

Campaña “Escuelas Verdes” de la Federación de Estudiantes de Secundaria FES y El Movimiento Ambientalista Guardabarranco.

La Federación de Estudiantes de Secundaria, FES, es una organización que defiende los derechos de las y los estudiantes nicaragüenses, promueve el cumplimiento de los deberes estudiantiles y la formación de ciudadanos con valores patrióticos y cívicos.

En cuanto al Movimiento Ambientalista es una organización sin fines de lucro de carácter ambiental con sede Nicaragua, que incentiva a la población a preservar las riquezas medioambientales de todo el país.

La Federación de Estudiantes de Secundaria (FES) junto al Movimiento Ambientalista Guardabarranco realizaron la campaña “Escuelas Verdes” en enero de 2019, donde desarrollaron actividades proambientales en centros educativos de todo Nicaragua, con el objetivo de promover el amor a la naturaleza y el cuidado de los centros educativos.

Dentro de las acciones en pro del medio ambiente realizadas por ambas entidades, estuvieron jornadas de reforestación, concursos de las escuelas más limpias, el mejor huerto escolar, la creación de arboretos en lugares públicos y jornadas de reciclaje.

Con las campañas medioambientales mostradas anteriormente, podemos concluir que para que las campañas educativas sobre conciencia ambiental o educación ambiental sean exitosas, se deben realizar actividades didácticas donde los estudiantes asuman responsabilidades y compromisos con el medio ambiente, de esta forma respetan más el entorno que les rodea, aprenden a valorar los recursos naturales, desarrollan actitudes para detener la contaminación ambiental dentro su escuela y comunidad, que resulten en beneficios positivos para la conservación y preservación del medio ambiente.

2.3. Estrategias de una campaña educativa.

Las campañas educativas buscan corregir y sensibilizar a la población para que cambie actitudes y comportamientos inadecuados que puede afectar a la comunidad, logrando con esto concebir una cultura responsable y segura para todos.

Fortalecer el conocimiento de los estudiantes sobre temas medioambientales, suponen el desarrollo de ciudadanos más responsables, generadores de ideas e influenciadores en su comunidad para mejorar el entorno.

Durante los últimos cincuenta años el marketing social ha dado como resultado una diversidad de estrategias metodológicas que, desde un enfoque relacional, según Moliner (1998) pueden resumirse en tres grandes áreas:

Marketing Social Interno.

El marketing social interno se refiere al desarrollo y al fomento del cambio cultural en los propios miembros, responsables del proceso de comunicación, es decir políticos, agentes sociales, profesionales, educadores, estudiantes, intelectuales, representante de agrupaciones empresariales, sociales, sindicales, entre otros.

Dado el carácter poco tangible y la naturaleza del mensaje que se quiere fomentar, es imprescindible que todos aquellos organismos, instituciones y entidades implicados, interioricen los valores y comportamientos que se pretenden transmitir.

Marketing Social Externo.

El marketing social externo, la publicidad social, las acciones propagandísticas o las campañas socioculturales son algunas de las técnicas de comunicación social, utilizadas para fomentar un cambio de valores.

De todas ellas, el marketing social externo tiene como objeto la estrategia idónea para dar a conocer los valores y actitudes que deben primar en la sociedad, creando flujos de opinión en torno a esta forma de pensar, sentir y actuar.

En esta tarea informativa y persuasiva, además de otras, juegan un papel fundamental todas aquellas acciones relacionadas con los diferentes medios de comunicación de masas dado un enorme potencial para llegar a grandes colectivos, haciendo converger el espacio y el tiempo.

Marketing Social Interactivo.

En todo proceso de intervención social, el receptor no se concibe, en ningún caso como un agente pasivo. Por el contrario, se supone a los diferentes individuos receptores una capacidad crítica y analítica para poder establecer relaciones de causa-efecto, a través de un proceso lógico-racional, entre la presencia de determinados valores, creencias y actitudes, y una serie de consecuencias positivas para el desarrollo social.

Las estrategias de marketing social buscan cambiar la conducta y promover acciones que beneficien a la sociedad, entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

Satisfacción personal.

Es aquella que le produce bienestar al participante con el solo hecho de participar. El principal propósito es concienciar a la población sobre la importancia de la acción a realizar.

Obtener un premio.

Esta estrategia involucra a los participantes dándoles algo a cambio por su aporte en la campaña.

Mostrar los motivos.

Es aquella estrategia de marketing social donde se le muestra a los participantes la realidad, el problema que les afecta, de manera que les impacte y decidan formar parte y mejorar la situación.

Acciones de proximidad.

Es aquella táctica que se utiliza en proyectos que las personas consideran cercanos pues abordan problemáticas de su entorno social, de manera que provocan una mejor recepción y participación.

Por todo lo exhibido en este apartado se considera oportuno utilizar la estrategia de marketing social, satisfacción personal, que permitirá mostrar a los estudiantes que su aporte en la campaña puede marcar la diferencia en el colegio y su comunidad, que obtener un nivel de conciencia ambiental mayor les permitirá desarrollar valores proambientales que influyan de manera positiva en su entorno.

2.3.1. Las entrevistas.

Durante la etapa de investigación para la campaña de conciencia ambiental en el plantel educativo se realizaron dos entrevistas, la primera fue a la Coordinadora de secundaria del Colegio San Gabriel de la Dolorosa, la Licda. Ramona González. Como resultado de esta entrevista se obtuvo información importante acerca del nivel de conciencia ambiental que poseen los estudiantes y maestros del plantel, quedando claro que los estudiantes cuidan su entorno y están dispuestos a participar en cualquier tipo de actividad sobre este tema.

Durante la entrevista se discutió de cómo afecta la contaminación ambiental en la República Dominicana, donde Ramona González nos comentó que es bien sabido que en los medios de comunicación masivos se habla mucho de un incremento en el deterioro medioambiental de la nación, principalmente en las redes sociales se habla sobre este tópico (Anexo 02-03: Modelos de entrevista, págs. 75-76).

La Licda. González considera que la implementación de una campaña ambiental en el colegio le agregaría valor a este y beneficiaría enormemente a los alumnos, de la misma manera, nos sugirió que entre los temas a tratar dentro de dicha campaña sea la recuperación del área verde del centro, ya que existe mucha zona pavimentada que podría utilizarse como huerto escolar, así mismo que se promoviera la reducción del plástico por parte de los estudiantes y trabajadores de la institución (Entrevista realizada el 1 de julio de 2019, a Ramona González).

La segunda entrevista, se realizó a la publicista egresada del UNAPEC, la Licda. Shantal Peguero, quien constató que, para lograr una campaña de concienciación en un centro educativo, se deben seguir ciertos pasos, el primero es el diagnóstico, que servirá para determinar la temática a trabajar en la campaña de acuerdo con la demanda de la comunidad que conforma el centro educativo.

Asimismo, se debe identificar el público objetivo de la campaña, luego se plantean los objetivos cuantitativos y cualitativos, lo siguiente es definir los medios y estrategias. Luego se elaboran los mensajes acordes a los objetivos y se emplea un lenguaje adecuado teniendo en cuenta que la campaña está dirigida a jóvenes estudiantes, y por último se deberá evaluar la campaña.

Peguro considera que se deben utilizar actividades que integren a los estudiantes en la campaña, como conferencias interactivas sobre el medio ambiente y la contaminación, así como muestras artísticas con materiales reciclados (Entrevista realizada el 28 de junio de 2019, a Shantal Peguro).

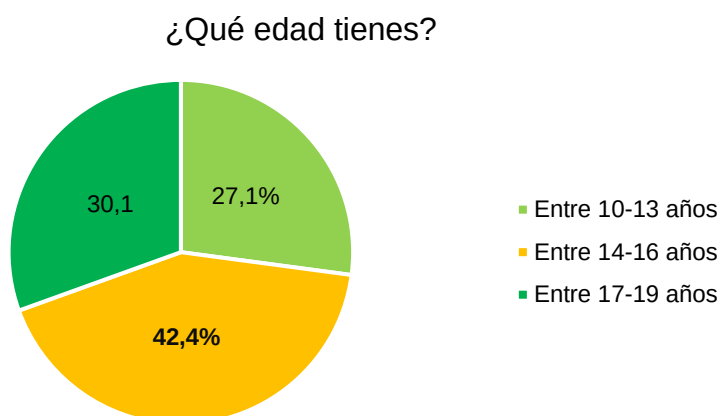
Partiendo de esa información una campaña de conciencia ambiental en el colegio San Gabriel de la Dolorosa puede proporcionar en los alumnos conocimientos y experiencias significativas de aprendizaje basadas en el cuidado del medio ambiente, las actividades podrían mejorar el bienestar, la salud física, social y mental de los alumnos puesto que trabajarían al aire libre y en grupos para lograr los objetivos.

Considerando la información también se puede inferir que la campaña podría capacitar a los alumnos en actitudes de investigación, observación, reflexión y experimentación debido a prácticas de interacción con el medio, de forma que el medio ambiente constituye un recurso didáctico idóneo en el desarrollo estudiantil.

2.3.2. Encuestas a estudiantes del plantel educativo San Gabriel de la Dolorosa.

Los resultados que se presentan son producto del instrumento de recopilación de datos aplicado, para el cual se escogió una muestra de 235 estudiantes del colegio San Gabriel de la Dolorosa del nivel secundario, para conocer la opinión de estos respecto al tema de investigación sobre la conciencia ambiental en un plantel educativo.

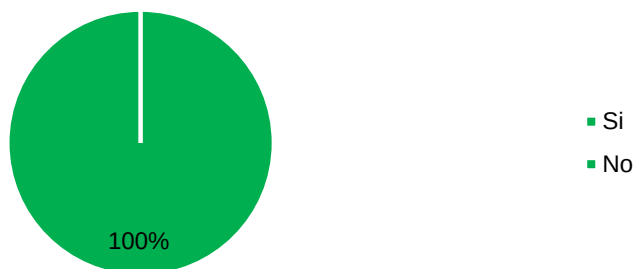
Gráfico No. 1.



De acuerdo con el gráfico No. 1 el 42.4 % de los estudiantes encuestados está en el rango de edad de 14-16 años, así mismo el rango de edad de 17-19 años estuvo representado por un 30,5% y un 27,1% los del rango de edad de 10-13 años.

Gráfico No. 2.

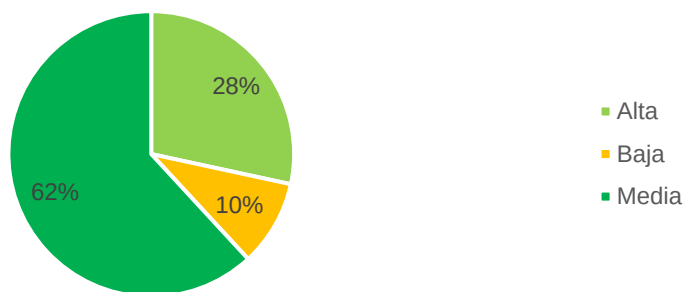
¿Sabes qué es contaminación ambiental?



De los estudiantes encuestados el 100% de ellos, dijo saber que es contaminación ambiental, lo que indica que saben de la problemática medio ambiental que afecta al país.

Gráfico No. 3.

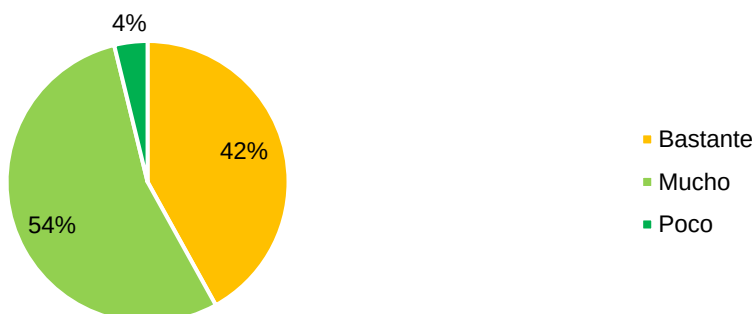
¿Cómo consideras la contaminación ambiental en tu sector?



De acuerdo con el gráfico No.4, el 62% de los jóvenes encuestados considera que la contaminación ambiental en su sector se encuentra en un nivel medio, mientras que el 28% entiende que la contaminación en donde residen es muy alta, el 10% restante piensa que la contaminación está un nivel bajo.

Gráfico No. 4.

¿En qué grado te preocupa la contaminación ambiental?



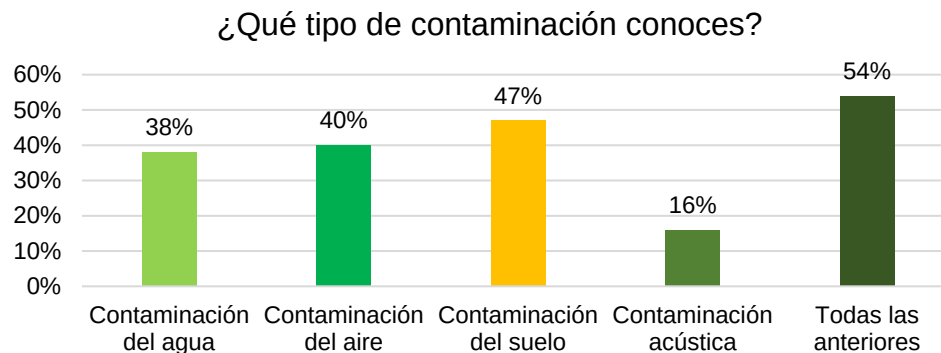
Respecto al grado en que le preocupa el medio ambiente, el 54% de los estudiantes se preocupa mucho por su entorno, en cuanto al 42% dice que le preocupa bastante el medio ambiente, el 4% restante dice preocuparse poco por el ambiente.

Gráfico No. 5.

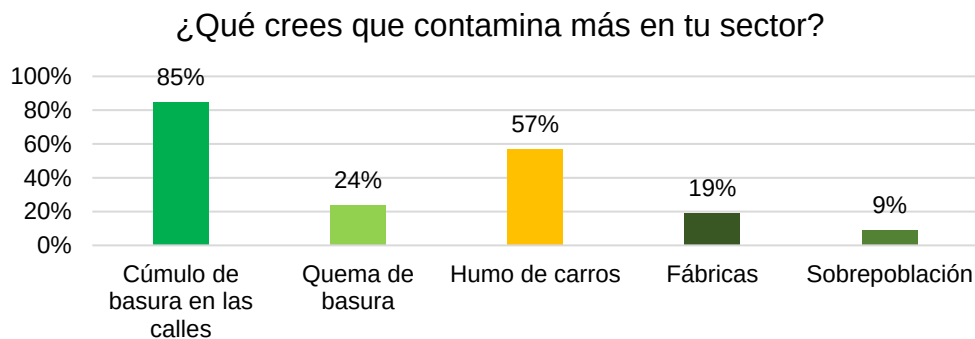
¿Consideras que eres responsable con el medio ambiente?



Según los encuestados, el 87% de ellos es responsable con el medioambiente, mientras que el 13% no lo es.

Gráfico No. 6.

La mayor parte de los estudiantes encuestados conoce los tipos de contaminación ambiental, sin embargo, un número elevado de ellos no conoce lo que es contaminación acústica, muchos de ellos no lo consideran como contaminación.

Gráfico No. 7.

Respecto a aquello que contamina más en su sector, el 85% de los encuestados dice que el cúmulo de basura en las calles es lo más contaminante, el 57% asegura que el humo que emana de los vehículos es un agente muy contaminante, 24% de los estudiantes dice que la quema de basura afecta mucho al sector, mientras que el 19% dice que las fábricas contaminan el ambiente, por último el 9% dice que la sobrepoblación es un factor contaminante en el área donde viven.

Gráfico No. 8.

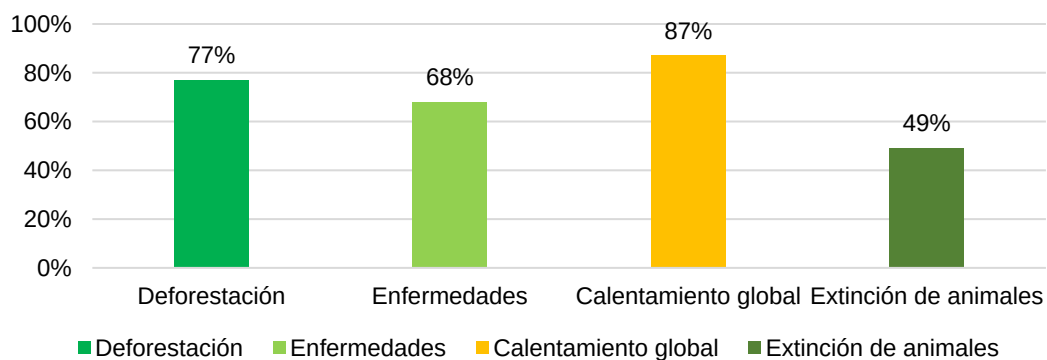
¿Sabes las consecuencias que produce la contaminación ambiental?



De acuerdo con el gráfico No. 8, el 100% de los encuestados, dice conocer las consecuencias de la contaminación ambiental.

Gráfico No. 9.

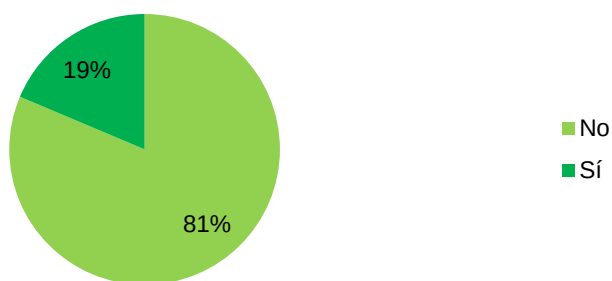
Si la respuesta anterior es positiva, ¿Cuáles de estas conoces?



Con relación a las consecuencias de la contaminación ambiental que los jóvenes conocen, el 87% de los alumnos dice que el calentamiento global, un 77% dice que la deforestación, 68% declara que conoce de las enfermedades que esta provoca y un 49% dice que la extinción de los animales.

Gráfico No. 10.

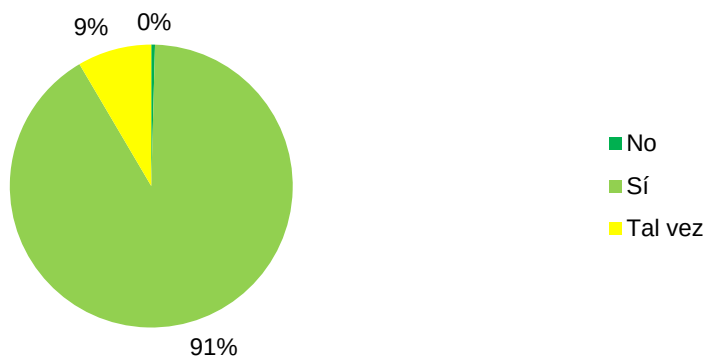
¿Consideras que tu colegio realiza actividades de acción ecológica eficaces?



De acuerdo con las respuestas de los estudiantes encuestados, el 81% considera que en su colegio no se realizan actividades de acción ecológica eficaces, mientras que el 19% cree que si se realizan.

Gráfico No. 11.

¿Te gustaría que en el colegio se promuevan campañas para la conservación del medio ambiente?



El gráfico muestra que al 91% de los encuestados les gustaría que en su colegio se realizarán campañas de conservación del medio ambiente, en tanto, un 9% dice que tal vez les agradaría que se realizarán y un 0% dice que no le gustaría.

Gráfica No. 12.

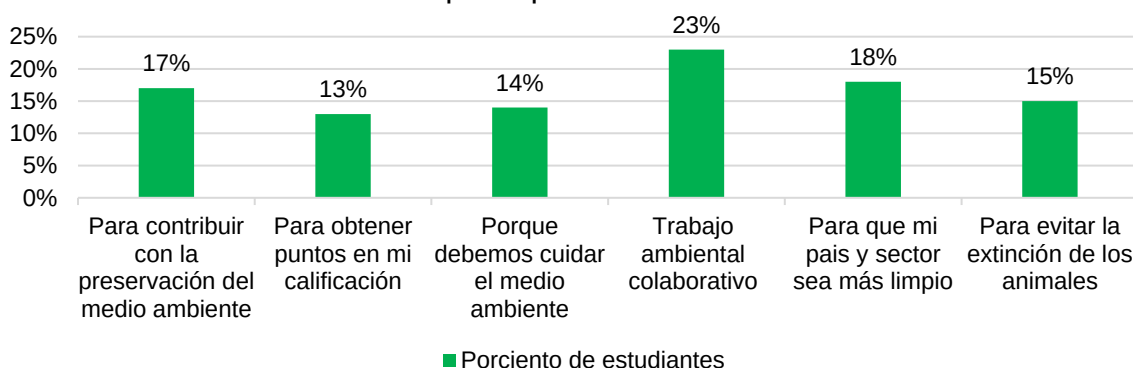
¿Te gustaría participar en estas campañas?



Según los encuestados, el 80% estaría de acuerdo en participar de estas campañas, mientras que el 15% dice que tal vez participará de ellas y un 5 % dice que no le gustaría participar.

Gráfico No. 13.

Si la respuesta anterior es positiva, ¿Por qué te gustaría participar en ellas?



El gráfico muestra que al 23% de los encuestados quiere participar por el trabajo ambiental colaborativo que desempeñarán junto a sus compañeros, el 18% quiere que su país y sector sea más limpio, el 17% quiere contribuir a la preservación del medio ambiente, mientras que el 15% de los estudiantes quiere evitar la extinción de los animales, un 14% dice que participarán porque quieren cuidar el medio ambiente y el 13% restante dicen que para obtener puntos en sus calificaciones escolares.

Capítulo III. Campaña educativa sobre conciencia ambiental en un plantel escolar.

3.1. Valoración y ejemplificación de una campaña educativa en el plantel escolar San Gabriel de la Dolorosa.

Situación actual.

Para el colegio San Gabriel de la Dolorosa no es algo nuevo realizar campañas de índole ecológico, sin embargo, en los últimos años estas actividades han mermado un poco. Para la directiva del colegio siempre es oportuno la exploración y la realización de diversas formas para llevar en los estudiantes el deseo de colaborar con esta labor ética.

Asimismo, los estudiantes muestran mucho deseo de que su colegio sea una fuente promotora de actividades en las que los mismos estudiantes puedan poner en práctica todos los aprendizajes adquiridos sobre cómo colaborar con el medio ambiente. Sin embargo, sus intereses son muy reducidos y resultaría necesario realizar una recompensa visible que motive aún más a la población meta que se encuentra la condición de querer evitar mayores modos de presión por parte del instituto referente a tareas y proyectos habituales de las distintas materias.

Es necesario realizar una campaña interna que permita ver a los estudiantes que acciones como el reciclaje, el control de los desperdicios, el cuidado del agua y otras acciones ecológicas pueden resultar divertidas si son trabajadas en equipo y pueden resultar beneficiosas para la vida de todos los dominicanos.

Briefing creativo o de campaña.**Grupos de interés.**

Docentes y estudiantes de Secundaria del Colegio San Gabriel de la Dolorosa. De entre 12 y 17 años. Son jóvenes que les encanta trabajar con sus compañeros, pero no les gusta la monotonía del colegio.

Reto de la comunicación.

Captar y mantener la atención del grupo de interés para realizar actividades de preservación ecológica, que sea de interés para ellos y que el cambio de actitud se mantenga más allá de acabada la campaña. Llevar un mensaje educativo, pero de una forma divertida para que cale en la conciencia de los más jóvenes.

Objetivos de la campaña.

- **General:** Sensibilizar y motivar a la comunidad de la institución educativa, fomentando la conciencia ambiental para que se conviertan en agentes de cambio para el cuidado y protección del medio ambiente.
- **Específicos (KPI / SMART).**
 - Efectuar actividades artísticas, que promuevan ideas sobre la conservación del medio ambiente y conlleven el uso de materiales reciclables.
 - Establecer en el plantel escolar diferentes botes de basura destinados a clasificar los materiales de desecho.
 - Realizar distintas charlas motivacionales con el objetivo de concienciar a la comunidad del centro lo importante que es el cuidado del medio ambiente.
 - Promover, en la comunidad estudiantil, el respeto y cuidado del medio ambiente.
 - Informar a los estudiantes y docentes sobre cómo proteger al medio ambiente en la escuela, para disminuir la contaminación.

Posicionamiento deseado.

“Me encantaría participar en la campaña porque estaría ayudando a la naturaleza”; “Es una forma muy linda de nosotros como compañeros donde podremos crear momentos, vínculos entre nosotros, hacer nuevas amistades y tener una mejor relación con nuestros maestros”; “Además de que cuidaremos activamente nuestro medio ambiente”.

Racional (Reason Why).

Me encantaría participar en la campaña porque estaría ayudando a la naturaleza.	La participación de los estudiantes en esta campaña les enseñaría la técnicas y criterios necesarios para cuidar y preservar la naturaleza.
Es una forma muy linda de nosotros como compañeros donde podremos crear momentos, vínculos entre nosotros, hacer nuevas amistades y tener una mejor relación con nuestros maestros.	Porque si son parte de la campaña, trabajarán unidos para proteger y preservar el medio ambiente, cuando desarrollan mejores relaciones tienen el poder de influenciar a los demás.
Además de que cuidaremos activamente nuestro medio ambiente.	Durante la campaña, los estudiantes aprenderán cómo cuidar de los recursos naturales con los que disponen de manera dinámica y entretenida.

Tono de la comunicación.

Amigable, institucional, motivador y educativo.

Estrategia creativa.**Big idea.**

Los puntos son muy importantes para los estudiantes porque con ellos descubren si salvan la materia.

Insights.

- Acumular puntos es importante para una buena calificación, acumular puntos para el medio ambiente puede salvar el planeta.
- La máxima calificación es satisfactoria, también lo es respirar en un mejor ambiente.
- Así como los padres se preocupan por la calificación, también piensa por la calificación que tendrán los hijos del mañana si tienen un mejor planeta.

Concepto creativo.

Puntos para el medio ambiente.

Plan de acción o mapa táctico.

PROYECTOS & ACCIONES	PLAN DE ACCIÓN															
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANAS															
CAMPAÑA DE CONCIENCIA AMBIENTAL	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Envío a los padres de una circular en la que se explique la campaña "Puntos para el medio ambiente".																
Brandeado del Colegio con "Puntos para el medio ambiente".																
Conferencia interactiva sobre los Humedales y el Cambio Climático.																
Jornada de Reciclaje "Puntos para el medio ambiente", se dispondrá de botes identificados para la recolección.																
Concurso de muestras artísticas por el día de San Valentín.																
Publicación de los logros de la campaña en las redes sociales del plantel.																
Obra de teatro y presentación de artes alusivas al natalicio del patricio Matías Ramón Mella y el 27 de febrero "Día de la Independencia".																
Desfile de prendas de vestir creadas con objetos reciclados por el día internacional de la mujer (8 de marzo).																
"Semana Forestal" consistirá en la creación de un huerto en el colegio por parte de los estudiantes y maestros. En esta semana se impartirán charlas sobre las plantas más importantes y cuáles pueden ser plantadas dentro del plantel.																
Concurso de afiches sobre la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales, posterior al concurso se realizará una caminata por el sector que rodea el plantel.																

[illegible]

Descripción de las acciones.**Publicación en las redes sociales.**

Se comunicarán oportunamente los logros de la campaña a través de las redes sociales del plantel, de esta manera los padres podrán conocer las actividades que están realizando sus hijos dentro del colegio en beneficio del medio ambiente.

Brandeado con “Puntos para el medio ambiente”.

Dentro de las iniciativas de la campaña se encuentra el brandeado del plantel escolar, se colocará el logo de “puntos por el medio ambiente” y la inscripción: “Este es el año de los puntos por el medio ambiente, trabajemos por ellos” en la parte frontal de la institución junto a botes de basura identificados, como papel, plástico y material orgánico, de esta manera los jóvenes a la entrada y salida de clases podrán mantener el área del colegio limpia. Los moradores cercanos al centro educativo también se verán incluidos en esta actividad, puesto que los botes de basura estarán disponibles para que estos depositen sus desperdicios fuera del horario de clases.

En el brandeado se incluirán también todos los murales del plantel escolar, los bordes serán pintados de color verde, las pizarras de las aulas del nivel medio tendrán en los bordes el lema: “Trabajemos por puntos para el medio ambiente”. De igual manera, toda la papelería de este año escolar tendrá como sello el logo de “Puntos por el medio ambiente”, como acción para incentivar el reciclaje se les instruirá a los maestros, a que, en la medida de lo posible, desarrollen sus exámenes en ambos lados de la hoja, de esta forma se ahorrará papel en el proceso. A los jóvenes se les permitirá en ciertos casos entregar sus proyectos en formato digital para apoyar la iniciativa.

Conferencia interactiva sobre los Humedales y el Cambio Climático.

Se impartirá una conferencia sobre los humedales y el cambio climático, el miércoles 5 y jueves 6 de febrero en las aulas del Colegio San Gabriel de la Dolorosa, a través de una llamada de videoconferencia con el climatólogo puertorriqueño Dr. Rafael Méndez Tejeda con la ayuda de la plataforma BlinkLearning, los estudiantes podrán charlar con el experto sobre cómo sucede el cambio climático, los riesgos de este para la vida humana y como como se agravia este con los años mediante sus celulares o tabletas.

Así mismo, se hablará de la importancia que tienen los humedales y como funcionan estos como una solución para el cambio climático. Los alumnos tendrán la oportunidad de hacer preguntas y el Dr. Méndez les proporcionará consejo para cuidar y preservar el medio ambiente.

Concurso de muestras artísticas por el día de San Valentín.

Se organizará un concurso el viernes 14 de febrero, día de San Valentín, en el plantel escolar Colegio San Gabriel de la Dolorosa que contará con la presencia del escultor dominicano Genaro Reyes “Cayuco”, experto en arte reciclado, quien fungirá como jurado junto a Caridad Javier, artesana experta en moda con materiales reciclados, de la actividad donde se premiará las obras más creativas y originales creadas por los estudiantes.

Semana Forestal.

Durante la semana del 23 al 27 de mayo los alumnos tendrán la tarea de crear un huerto escolar dentro del plantel, bajo la supervisión de EcoHuertos, quienes trabajan en la creación de huertos orgánicos y sostenibles en las escuelas y colegios de toda la República Dominicana, los cuales les guiarán en la elaboración, cuidado y mantenimiento del huerto. También se dictarán charlas durante la semana sobre la importancia de las plantas y cuáles pueden ser plantadas dentro del centro.

Regalo con huella verde para Mamá.

Se llevarán a cabo tres talleres de artesanía los días 25, 26 y 27 de mayo en el polideportivo del Colegio San Gabriel de la Dolorosa con motivo del día de las madres. El primero de ellos será liderado por el artesano Oscar Álvarez quien les enseñará a los estudiantes como elaborar llaveros y pulseras con materiales reciclados como cables de USB descompuestos y desodorantes.

El segundo taller tendrá lugar el día 26 de mayo, su monitora será la artesana artística Deyanira Castillo, quien les enseñará a crear joyería y objetos decorativos con gomas. Por último, el tercer taller se llevará a cabo el día 27 de mayo y tendrá como instructora a la artesana Estefana Molina, quien mostrará a los jóvenes cómo hacer artesanía reciclable con fundas de snacks (Papitas).

Gran feria de Puntos para el Medio Ambiente.

Como cierre de la campaña se realizará una feria de arte reciclado el 29 de mayo, a cargo de los maestros y estudiantes del Colegio San Gabriel de la Dolorosa, donde se mostrará todo lo realizado durante el recorrido de estos cuatro meses de campaña, el trayecto hasta el cumplimiento de los objetivos, se compartirán las experiencias vividas y lo que se espera en el futuro por parte de los alumnos. A la actividad podrán asistir los padres y/o tutores de los alumnos, familiares, ex alumnos y habitantes cercanos al plantel escolar.

Durante esta actividad el colegio dispondrá de material promocional de la campaña, que serán cuadernos reciclados con el logo de “Puntos para el medio ambiente”, estos estarán a la venta para los padres y podrán utilizarse en el año escolar.

Se presentará a los cursos con mayor nivel de recolección de la institución educativa, así como aquellos estudiantes que resaltaron por sus actitudes altruista y nobles para con la actividad. Se entregarán reconocimientos a los cursos, estudiantes y maestros destacados, de igual manera a todos los participantes se les remunerará con puntos para sus calificaciones escolares, estos puntos serán directamente proporcionales al nivel de compromiso que cada estudiante presentó en la campaña.

Calendario editorial.

FEBRERO				
Semana	Tema	Objetivo	Copy	Tipo de formato
S1	Los humedales y el cambio climático.	Concienciar	Videoconferencia al cuidado de los humedales.	Conferencia
S2	Reciclaje.	Compromiso	Participemos juntos en la Jornada de Reciclaje “Gana puntos para el medio ambiente”.	Jornada
S3	Reutilizar.	Concienciar	Concurso de San Valentín Crea tu manualidad reciclable.	Concurso
S4	Logros obtenidos durante la campaña.	Comunicar	Entérate de los logros por el medio ambiente del Colegio San Gabriel de la Dolorosa.	Post en Redes sociales

MARZO				
S1	Reutilización y reciclaje.	Compromiso	Reciclar está de moda.	Desfile
S4	Las plantas y su importancia.	Concienciar	Descubramos juntos el mundo de las plantas.	Reforestación & Charlas
S4	Logros obtenidos durante la campaña.	Comunicar	Entérate de los logros por el medio ambiente del Colegio San Gabriel de la Dolorosa.	Post en Redes sociales
ABRIL				
S2	Protección del medioambiente y conservación de los recursos naturales.	Concienciar	Concurso de afiches "Salvemos el medio ambiente".	Concurso
S4	Madre Tierra.	Concienciar	Proteger el planeta es trabajo de todos.	Debate
S4	Logros obtenidos durante la campaña.	Comunicar	Entérate de los logros por el medio ambiente del Colegio.	Post en Redes sociales

MAYO				
S1	Siembra de árboles.	Compromiso	Plantemos un árbol Jornada de Reforestación.	Reforestación
S2	Reciclaje.	Compromiso	Reciclemos juntos Jornada de recolección de basura.	Jornada
S4	Reutilización y reciclaje.	Compromiso	Huella verde para Mamá. Hagamos un regalo que sea verde.	Taller
S4	Acto de Clausura.	Comunicar	Acompáñanos a la feria de artes reciclables.	Feria
S4	Logros obtenidos durante la campaña.	Comunicar	Entérate de los logros por el medio ambiente del Colegio San Gabriel de la Dolorosa.	Post en Redes sociales

Key visuals o referencias visuales.

Logotipo de la campaña.

Conservando el tono de la comunicación y el sentido ecológico de la campaña se ha diseñado un logotipo que enmarque el dinamismo de los jóvenes y que represente el cuidado medioambiental. Uso de concepto: “Puntos para el Medio Ambiente”.



Variaciones del logotipo.

Para acrecentar el dinamismo de la campaña se varían algunas formas de presentación del diseño del logotipo según las prácticas del plan estratégico.



Original.



Cuidado
del Agua.



Reducción
de Plásticos

Afiches, pancartas y volantes.

Los distintos diseños serán colocados en los espacios del plantel escolar para visibilidad de los estudiantes.



Formato cuadrado.



Formato horizontal.



Formato vertical.

Formato en tres colores.



Brandeado frontal con “Puntos para el Medio Ambiente”.



Conferencias interactivas.



CAMPAÑA ECOLÓGICA

COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA



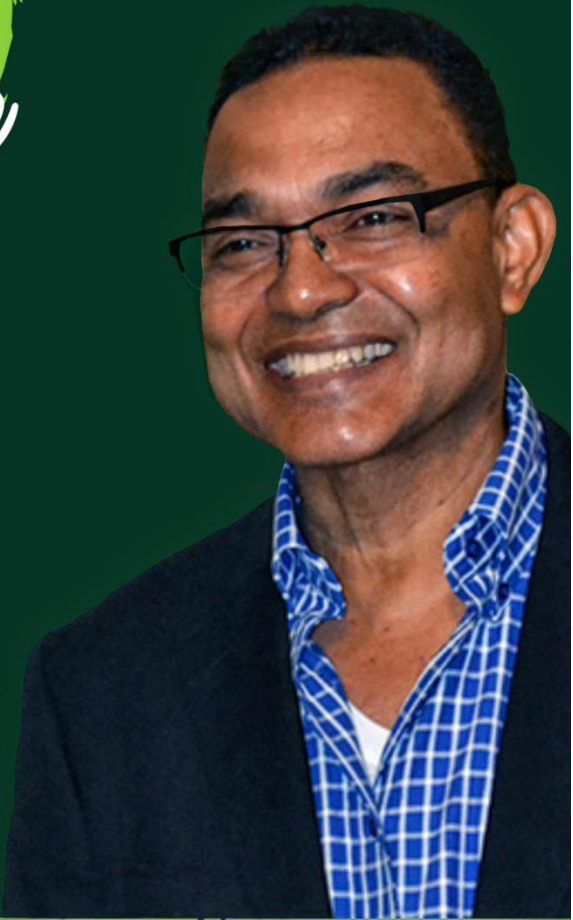
Video Conferencia

Al Cuidado del Medioambiente

Les invitamos a que el próximo 05 de febrero se coloquen y organicen en sus aulas para poder disfrutar de la conferencia denominada "Al cuidado del Medioambiente". La misma será impartida por el Dr. Rafael Méndez Tejeda, climatólogo de Puerto Rico.

La misma será efectuada en los horarios de 9:00 AM hasta las 10:30 AM. Para poder acceder a la conferencia deberán ingresar a su cuenta en la plataforma de Blink Learning a través de sus dispositivos móviles ya sea tabletas o celulares.





El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483.

Formato 40x60 cm

CAMPAÑA ECOLÓGICA
COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA





**Puntos
Para el
Medio
Ambiente**

Video Conferencia
Al Cuidado de los Humedales

Les invitamos a que el próximo 06 de febrero se coloquen y organicen en sus aulas para poder disfrutar de la conferencia denominada "Al cuidado de los humedales". La misma será impartida por el Dr. Rafael Méndez Tejeda, climatólogo de Puerto Rico.

La misma será efectuada en los horarios de 9:00 AM hasta las 10:30 AM. Para poder acceder a la conferencia deberán ingresar a su cuenta en la plataforma de Blink Learning a través de sus dispositivos móviles ya sea tabletas o celulares.




El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483.

Formato 40x60 cm

Talleres de Arte Reciclado.



CAMPAÑA DE ARTE Y ECOLOGÍA
COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA



Huella Verde para Mamá'
Hagamos un Regalo que sea Verde

A partir de los días 25, 26, y 27 de mayo se realizarán los talleres preparativos para la **Actividad de Regalo a las madres**. El artesano Oscar Álvares enseñará a los estudiantes a elaborar llaveros y pulseras con materiales reciclables.

El día 26 se impartirá un único taller con la monitora y artesana artística Deyanira Castillo, quien explicará cómo crear joyería y objetos decorativos. Estos se estarán impartiendo en todas las tandas de la hora de Artística de cada curso en el salón multiusos.



El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483.



Formato 40x60 cm

CAMPAÑA DE ARTE Y ECOLOGÍA
COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA



Concurso San Valentín
Crea tu Manualidad Reciclable

Participa y gana con nuestro gran concurso de San Valentín. Crea tus propias manualidades con materiales reciclables y participa para que acumules puntos para tu curso.

El concurso se efectuará en una presentación el 14 de Febrero en horarios de 11:45 AM a 1:15 AM en el Polideportivo del Centro. Las manualidades serán evaluadas por el escultor dominicano Genaro Reyes "cayuco", conocido por sus obras realizadas con materiales reciclados.



El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483.

Formato 40x60 cm

Jornadas y actividades.



CAMPAÑA ECOLÓGICA

COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA



Plantemos un Árbol

Jornada de Reforestación

El viernes 05 de mayo estaremos organizando la jornada de reforestación en el plantel escolar en el nuevo Huerto Santa María Goretti. Esta se realizará para los estudiantes que quieran formar parte del equipo de colaboración del cuidado de los árboles.

Para participar deberá hacer un pago de 200 RD\$ antes del 01 de Abril y deberá realizar el pago en Caja. Se le entregará automáticamente una solicitud de permiso que deberán de firmar sus padres y ser entregado en la oficina de la Coordinadora de Secundaria.




El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483

Formato 40x60 cm



CAMPAÑA ECOLÓGICA

COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA



Reciclemos Juntos

Jornada de recolección de Basura

El jueves 17 de Mayo estaremos organizando la jornada de recolección de basura para reciclaje. Esta se realizará para los estudiantes que quieran formar parte del equipo de colaboración del cuidado del medio ambiente con la reducción de residuos del colegio.

Para participar deberá hacer un pago de 100 RD\$ antes del 01 de Marzo para poder cubrir el costo del Kit de Protección de desechos y de higiene personal. Este kit servirá para protección del alumnado ante cualquier posible contaminante que pueda afectar su salud.




El colegio San Gabriel de la Dolorosa autoriza y se reserva los derechos de la realización de estas charlas y/o actividades realizadas para los estudiantes del centro. Para más información comunicarse con la oficina de dirección al 809-858-9483.

Formato 40x60 cm

Gran Feria “Puntos para el Medio Ambiente”.



CAMPAÑA DE ARTE Y ECOLOGÍA
COLEGIO SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA

Puntos
Para el
Medio
Ambiente

Gran Feria
PUNTOS PARA EL MEDIO AMBIENTE

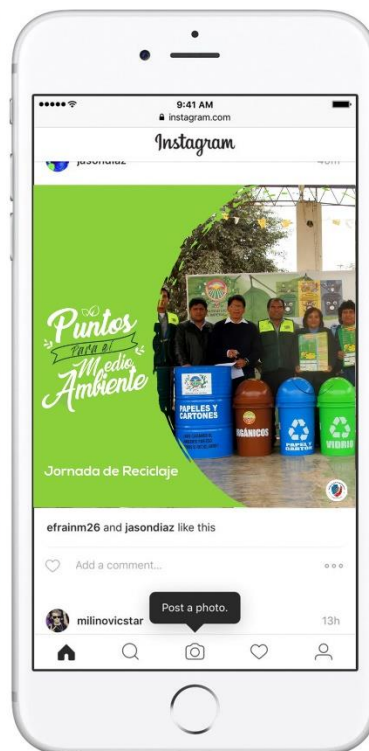
Como cierre de nuestra campaña ECOLÓGICA y de ARTE Y ECOLOGÍA se realizará una nuestra Gran Feria “Puntos para el Medioambiente” que consistirá en la muestra de los artes reciclables preparados durante todo el año a cargo de los maestros y estudiantes del plantel escolar Colegio San Gabriel de la Dolorosa. Es aquí dónde se mostrará todo lo realizado durante el trayecto de estos cuatro meses de campaña y se compartirán las experiencias vividas durante este exhaustivo período de trabajo por el Medioambiente.

Los estudiantes deberán preparar sus presentaciones de manualidades, inventos, procedimientos y logros alcanzados a todo el público presente en la Feria, con la asesoría de sus maestros. La actividad será realizada el 29 de Mayo durante toda la mañana en el Polideportivo.

Formato 60x40 cm

Publicaciones para Redes Sociales.

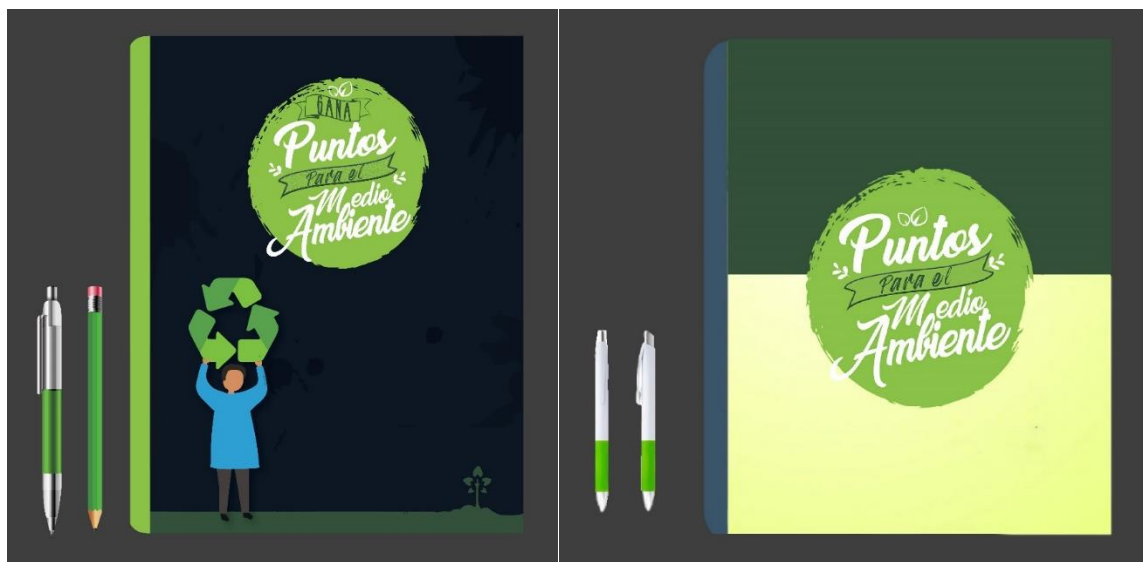
Las publicaciones en redes sociales se centran en un resumen de las actividades realizadas por los estudiantes donde quedará registrado visualmente los frutos de estas.



Material promocional.

Dentro de las iniciativas de la campaña “Puntos para el medio ambiente” esta incentivar la recordación por parte de los estudiantes del objetivo principal de esta actividad, proteger el medio ambiente, de manera que el material promocional creado especialmente para esta campaña, cuadernos fabricados con material reciclado, servirán como recordatorio del esfuerzo y la dedicación mostrada por los estudiantes en pro del medio ambiente.

Este material será entregado al colegio San Gabriel de la Dolorosa para que sea vendido a los padres y sean utilizados por los estudiantes durante el año escolar.



3.2. Ventajas y desventajas de una campaña educativa en el plantel escolar San Gabriel de la Dolorosa.

El deterioro ambiental representa una gran amenaza para la humanidad, en tal escenario, la necesidad de conciencia ambiental en los jóvenes es indispensable y su enseñanza en el plantel escolar San Gabriel de la Dolorosa puede presentar ciertas ventajas y desventajas. A continuación, se mencionan algunas:

Ventajas

- El aprendizaje para los estudiantes trasciende las aulas.
- Se alientan estilos de vidas saludables.
- Los estudiantes y profesores se sienten empoderados puesto que su colaboración beneficia no solo al colegio sino a toda la comunidad.
- La imaginación y el entusiasmo aumentan.
- Se potencian las habilidades de pensamiento crítico y creativo.
- Toman decisiones responsables para mejorar el medio ambiente.

Desventajas

- El gasto en un plan de acción de esta magnitud elaborado a largo plazo no genera retribuciones de capital seguras.
- Se ve afectado el ritmo de trabajo habitual de las clases generando retraso en los aprendizajes de las planificaciones pedagógicas.
- Las actividades que no sean correctamente comunicadas dentro del centro pueden provocar el descontento de los docentes y/o los estudiantes.

Conclusiones.

A consecuencia de este proyecto pudimos constatar que los estudiantes son conscientes de los problemas ambientales que afectan tanto al país como al mundo, tienen conocimiento de varios conceptos y es evidente que están dispuesto a participar de actividades que ayuden al medio ambiente. Esta conclusión se deriva de los resultados obtenido en la encuesta hecha en los estudiantes del plantel, en la misma se les preguntaba si estarían dispuesto a participar en una campaña de conciencia ambiental desarrollada por el plantel, donde más de un 80% respondió que sí lo estaría.

No obstante, algunos consideraron que el colegio si realizaba actividades ecológicas efectivas, sin embargo, pudimos comprobar que a pesar de que el colegio posee un club ecológico, no tiene programas ni actividades didácticas que involucren a los estudiantes con la causa, estas iniciativas podrían ser muy útiles para sensibilizar a los alumnos sobre cómo sus acciones pueden afectar la naturaleza y eventualmente influenciarlos a que adopten hábitos más ecológicos.

A través de la enseñanza de conciencia ambiental en jóvenes se promueve la interrelación de estos con el medio ambiente, indagan y reflexionan sobre los cambios que sus acciones y la de los demás provocan en el entorno, descubren que un cambio colectivo les transmite conocimientos, habilidades, valores y experiencias que les durarán toda la vida, puesto que sus actos hoy repercuten en el futuro de todos.

Finalmente, toda propuesta de campaña educativa sobre conciencia ambiental tiene como objetivo que los alumnos se involucren en conjunto, desarrollen lazos tanto con el medio ambiente como con sus compañeros puesto que, para lograr un cambio mayor en el medio ambiente se necesita del trabajo en equipo.

Recomendaciones.

Al arribar al final de este proyecto sobre el desarrollo de una campaña de conciencia ambiental en un plantel educativo, resultan las siguientes recomendaciones:

- La formación de conciencia ambiental en jóvenes es sumamente importante puesto que son los líderes del futuro, pero tendrá un impacto más duradero si los maestros pueden predicar con el ejemplo.
- El colegio debe liderar la iniciativa, la conciencia ambiental debe ser parte del plan de estudio, esto animará a los jóvenes a participar en su entorno para protegerlo y puede ayudar a las comunidades a ser más conscientes del medio ambiente.
- El involucramiento y la participación de los estudiantes como parte de la campaña, desde un equipo preseleccionado para el proceso de planeación y organización, hasta una motivación general en las actividades propuestas es un elemento primordial para el éxito de este tipo de campañas educativas.
- La utilización de una retribución por el trabajo realizado en alguna de las actividades de una campaña es un elemento de compromiso eficaz para propiciar una mayor participación por parte de los alumnos.

Referencias de informaciones.

- Bamberg, S. (2003). ¿Cómo influye la inquietud ambiental en los comportamientos específicos relacionados con el medio ambiente? Una nueva respuesta a una vieja pregunta. *Revista de psicología ambiental*, 32.
- CAC, C. A. (2004). *Proyecto PNUD/00/004, ejecutado por el Banco Mundial con Ministerios de Agricultura, BID, FAO, FIDA, IICA, Gobiernos del Reino Unido (DFID), Japón y Suecia, Documento de Proyecto 2000-2004*. Costa Rica: IICA Biblioteca Venezuela.
- Carpintero, L. M. (2014). *Plan e informes de marketing internacional*. Madrid: Ediciones Parainfo.
- Fernández, L. A. (2018). *La educación ambiental en el contexto escolar*. La Habana: Editorial Universitaria Pedagógica Varona.
- Kotler, P. (1982). *Marketing para organizaciones sin fines de lucro*. India: Prentice-Hall.
- Moliner Tena, M. (1998). *Marketing social, La gestión de las causas sociales*. Madrid: Ediciones ESIC.
- ONU, O. d. (5 y 16 de Junio de 1972). 1ª Cumbre de la Tierra - Estocolmo. *Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano*. Estocolmo, Suecia.
- Otto Kleppner, W. R. (2005). *KLEPPNER: PUBLICIDAD (16ª ED.)*. México: Pearson Educación.
- Philip kotler, E. L. (1989). *Marketing social: estrategias para cambiar el comportamiento público*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Philip Kotler, N. R. (2002). *Marketing social: mejorar de la calidad de vida*. Seattle: Publicaciones SAGE.

Programa del Medio Ambiente de las Naciones Unidas. (1987). Congreso Internacional UNESCO / PNUMA sobre Educación y Formación Ambiental. *Congreso Internacional UNESCO-PNUMA sobre Educación y Formación Ambiental* (pág. 32). Moscú: UNESCO.

Ramirez, J. A. (2018). *COLMARJ Producción Multimedia*. SENA: Bogotá.

Sánchez, F. (27 de Junio de 2019). Educación ambiental en el Colegio San Gabriel de la Dolorosa. (E. D. León, Entrevistador)

Shobeiri, S. (2005). *Un estudio comparativo de conciencia ambiental y actitud de docentes y estudiantes de escuelas secundarias en India e Irán*. India: Universidad de Mysore.

Stern, P. C. (2000). Hacia una teoría coherente del comportamiento ambientalmente significativo. *Revista de ciencias sociales*. Vol. 56, No. 3, 407- 424.

Toro, J. A. (2009). Diseño de estrategias de publicidad social. *Actas de Diseño N°6, III Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo"* (pág. 261). Buenos Aires, Argentina: Publicaciones DC.

Toro, T. R. (2005). Con voz propia: perspectiva comunitaria en busca de una cultura ambiental. *Revista Futuros* No. 12, 55.

Vázquez, M. A. (2006). *Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España*. Madrid: EUMED ProQuest Ebook Central. Obtenido de www.eumed.net/libros/2006a/mav/

Victor Curto Gordo, J. R. (2008). *Redacción Publicitaria*. Barcelona: Editorial UOC.

Anexos.**Anexo 01. Encuesta del Colegio San Gabriel de la Dolorosa.****¿Qué edad tienes?**

Entre 10-13 años

Entre 14-16 años

Entre 17-19 años

¿Sabes qué es contaminación ambiental?

Si

No

¿Cómo consideras la contaminación ambiental en tu sector?

Alta

Media

Baja

Nula

¿En qué grado te preocupa la contaminación ambiental?

Mucho

Bastante

Poco

Nada

¿Consideras que eres responsable con el medio ambiente?

Si

No

¿Qué tipo de contaminación conoces?

Contaminación del agua

Contaminación del aire

Contaminación del suelo

Contaminación acústica

Todas las anteriores

¿Qué crees que contamina más en tu sector?

Cúmulo de basura en las calles

Quema de basura

Humo de carros

Fábricas

Sobrepoblación

Otros

¿Sabes las consecuencias que produce la contaminación ambiental?

Si

No

¿Si la respuesta anterior es positiva, cuáles de estas conoces?

Deforestación

Enfermedades

Calentamiento Global

Extinción de animales

Otros

¿Consideras que tu colegio realiza actividades de acción ecológica eficaces?

Si

No

¿Te gustaría que en el colegio se promuevan campañas para la conservación del medio ambiente?

Si

No

Tal vez

¿Te gustaría participar en estas campañas?

Si

No

Tal vez

¿Si la respuesta anterior es positiva, por qué te gustaría participar en ellas?

Respuesta abierta.

Anexo 02. Entrevista a creativo de Agencia Publicitaria.

1. ¿Qué pautas debemos seguir para lograr una campaña de concienciación en un centro educativo?
2. ¿Cuáles son las técnicas de creatividad que mejor funcionan en una campaña de concienciación?
3. ¿Qué crees que deba tener una campaña de concienciación para que sea efectiva?
4. ¿Cuáles estrategias de comunicación deberíamos utilizar para conectar con los jóvenes?
5. ¿Cuáles actividades educativas recomiendas en una campaña de conciencia ambiental?
6. ¿Qué factores consideras serían nuestros puntos débiles en esta campaña?

Anexo 03. Entrevista a directiva del Colegio San Gabriel de la Dolorosa.

1. ¿Conoce usted sobre la situación de contaminación ambiental en República Dominicana?
2. ¿Sabe usted de acciones de conciencia ambiental en República Dominicana?
3. ¿Considera usted que los estudiantes de su institución se preocupan por el medio ambiente?
4. ¿Cuáles acciones el centro ha diseñado de conciencia Ambiental?
5. ¿Le gustaría que se diseñara alguna campaña de conciencia ambiental para el colegio?
6. De realizarse dicha campaña ¿Cuáles temas le gustaría que se trabajaran en ella?
7. ¿Qué tipo de materiales de difusión y educación le gustaría que se usarán en dicha campaña?
8. ¿Tiene alguna propuesta o sugerencia que considerar para la creación de esta campaña de conciencia ambiental en el colegio?