



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
UNIDAD AJUSCO

LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA

EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA EL CONSUMO SUSTENTABLE EN
ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN PEDAGOGÍA

PRESENTAN:
DIANA IRENE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ
GEMA AIDEÉ SUÁREZ TOVAR

ASESORA:
DRA. MAYRA GARCÍA RUÍZ

CIUDAD DE MÉXICO, MAYO, 2022.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis grandes motores de vida: Mi mamá Jeannette, mi papá Francisco, a mis hermanos Bertha, Lulú y Axel, quienes han sido parte fundamental en este trabajo y en mi vida, gracias por guiarme en cada paso, gracias por siempre motivarme, por estar conmigo en todos mis momentos, por todas las desveladas que pasamos juntos y por siempre creer y confiar en mí. Siempre estaré agradecida por haberme tocado una familia tan bonita como ustedes, son el regalo más bello que me dio la vida. Esto es por ustedes.

A mis tíos, mis primas/os y sobrinas, gracias por siempre estar al pendiente de mis logros en la universidad, por confiar en mí y motivarme día con día a seguir mis sueños. Los quiero mucho.

Quiero agradecer a nuestra asesora, la Dra. Mayra García Ruiz por siempre mantenernos motivadas, por su tiempo, su paciencia, su dedicación, sus saberes y enseñanzas, aprendí muchísimo de usted y siempre estaré agradecida por confiar en nosotras y en nuestro trabajo, le agradezco nunca dejarnos solas.

A mi compañera Diana que sin pensarlo dos veces nos aventuramos a este camino que no fue fácil, pero con esfuerzo pudimos salir adelante. ¡Lo logramos!

A Nayeli que siempre ha estado conmigo desde el día uno, por creer y ser el apoyo que necesito en todo momento de verdad gracias por tanto, a mis amigas Alejandra y Shadany, que a pesar de la distancia siempre estuvieron apoyándome y confiando de mí, a mis amigas de la carrera les agradezco que siempre estuvieran para mí, hicieron de la universidad una aventura increíble.

Y finalmente agradezco a la vida por absolutamente todo, todo ha sido necesario para ser y estar aquí y ahora ¡Gracias por darme tanto!

Gema Aideé Suarez Tovar, 2022.

Dedicatoria

A ti Josi, que has permanecido a mi lado siempre, apoyándome en todo lo que quiero lograr e impulsándome en cualquier momento, por ayudarme a afrontar mis miedos, por ser mi refugio y por siempre hacerme sentir que tengo un hogar entre tus brazos, por siempre hacerme tener un lugar seguro en crisis, por intentar entender mi ansiedad, te dedico esto por todo el amor que pones en nosotros.

A mis padres, Norma y Cristóbal, por enseñar a luchar por lo que uno desea, por ser mis apoyos, mis cimientos, por brindarme las facilidades para poder terminar esta etapa de mi vida, por confiar y creer en mí.

A mis suegros, Mary Chuy y Don Jorge, por ser tan cálidos conmigo, porque en ellos encontré un amor de padres, porque siempre me han apoyado para enfocarme a terminar mis estudios y porque también gracias a ustedes pude terminar mi tesis.

Agradecimientos

A la Dr. Mayra por su paciencia, por la dedicación que siempre nos brindado, por esperarnos y comprender nuestras crisis. Quiero agradecer su tiempo, conocimiento y entrega.

A Gema, mi compañera en este proceso de investigación, por todo su esfuerzo y por toda la dedicación que le dio a este proyecto y por siempre impulsarme a mantener una esperanza para poder terminar este proyecto.

Diana Irene Rodríguez Martínez

Índice

Introducción	6
Planteamiento del Problema	9
Preguntas de Investigación	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
Justificación	11
Capítulo 2. Referentes Teóricos	15
Marco Conceptual	15
Medio Ambiente	15
Consumo	17
Consumismo.....	19
Actitudes Ambientales.	20
Marco Teórico.	23
La Educación Ambiental	23
La Educación Ambiental en México	27
Desarrollo Sustentable	30
Inicios del Consumo	33
Identidad a través del Consumo	36
Educación para el Consumo Sustentable	38
El Medio Ambiente en las TIC	41
Aproximación al Estado del Arte	43
Capítulo 3. Metodología.....	49
Contexto	49
Participantes.....	59
Instrumento.....	60
Procedimiento	62
Construcción de la Página Web.....	63
Capítulo 4. Resultados.....	64
Apartado 1.....	65
Apartado 2.....	70
Apartado 3.....	76
Apartado 4.....	82
Apartado 5.....	86

Apartado 6.....	92
Apartado 7.....	93
Apartado 8.....	96
Producto Página Web.....	100
Crisis Ambiental.....	101
Importancia de la Educación Ambiental	102
Consumo y Consumismo	104
Consecuencias	107
Hábitos de Consumo	113
Aprende+	117
Capítulo 5. Discusión Y Conclusiones	120
Discusión	120
Conclusiones	127
Bibliografía	130
Anexo 1.....	138

Introducción

Los problemas ambientales existen desde hace algún tiempo, pero actualmente es un tema que está en boca de todo el mundo, muchos nos angustiamos de la gravedad de este problema, pero no somos capaces de mejorar como personas mediante conductas sustentables.

Grinberg (2007) menciona que la Tierra no corre ningún peligro de extinción, realmente lo que corre peligro de extinción somos nosotros los seres humanos ya que cada día nuestros recursos naturales van desapareciendo. Ocasionando desabasto de fuentes primarias de vida, como por ejemplo el agua, o la mala calidad del aire, la contaminación de nuestros ríos o playas con líquidos tóxicos o basura, que sin dudarlo los únicos culpables somos nosotros los seres humanos.

Tengamos en cuenta que la crisis climática es un hecho. El calentamiento global, el derretimiento de los polos y el incremento en las emisiones de gases de efecto invernadero, son acontecimientos reales que vivimos día con día.

Como lo menciona Reynosa (2015) la crisis ambiental global es una situación que requiere atención urgente, no solo les corresponde a las instituciones gubernamentales o no gubernamentales, se trata de responsabilizarse de las acciones que cada uno de nosotros hacemos, sin importar a qué nos dediquemos, nuestra condición social, racial o económica. “Actuar resolviendo el problema ambiental que está cerca de cada uno es la manera más fácil y coherente de ser una persona con cultura ambiental” (p. 10).

A lo largo de la historia, las sociedades humanas se han percatado que gran parte de su desarrollo está sujeto a la explotación del entorno natural. Sin embargo, en las épocas recientes el consumismo y la explotación frenética nos han conducido a la crisis climática causada por el ser humano más fuerte que haya existido. Así pues, mediante la educación ambiental para un consumo sustentable se pretende impulsar y fomentar una cultura de responsabilidad ambiental.

Por ello, el presente trabajo tiene como finalidad visibilizar los problemas ambientales provocados por el consumismo en estudiantes universitarios. De acuerdo con Grinberg (2007) “en los últimos tiempos, ciertas películas y algunas campañas multi-propaladas han enfatizado las amenazas del cambio climático, pero se abstienen de hacer referencia a la inviabilidad de la llamada sociedad de consumo” (p. 4). Gracias a la obsolescencia programada y el desperdicio que esto provoca se han malgastado los recursos naturales y nuestro entorno se ha convertido en un basurero.

En México como en el mundo en general, es necesario una acción concertada y estructurada de una conciencia histórica y ecológica que nos haga entender que el problema ambiental no es solo gubernamental o de las empresas, sino que compete a toda la sociedad y que por consiguiente todos debemos participar en su resolución. (Bolaños, 1991).

Así pues, mediante la educación ambiental para el consumo sustentable se pretende impulsar y fomentar una cultura de responsabilidad ambiental. Buscando fomentar la conciencia ambiental mediante una página web para motivar acciones encaminadas al consumo sustentable.

La presente investigación está estructurada por cinco capítulos organizados de la siguiente manera:

Esta investigación da comienzo con el primer capítulo que es el Planteamiento del problema, incluido en este está las preguntas de investigación seguido de los objetivos tanto el específico como generales, para finalizar con la justificación.

En el segundo capítulo se encuentran los referentes teóricos, que se dividen en tres partes:

-La primera está conformada por el marco conceptual, en el que se esclarecen los términos abordados a lo largo de la investigación.

-La segunda parte da cuenta del marco teórico, delimitando el campo de conocimiento en cuestión.

-Por último, la tercera parte se refiere al estado del arte, donde se rescatan algunas investigaciones significativas sobre Educación Ambiental centrada en el consumo sustentable.

Al tercer capítulo lo conforma la metodología, el camino que transcurrirá este proyecto consta de dos etapas, la primera es de corte investigativo en el que se delimita el contexto institucional e ideológico de la Universidad Pedagógica Nacional unidad Ajusco y la segunda etapa consta de una propuesta activa, de igual manera incluye la descripción del instrumento utilizado para la recolección de información, se presenta el análisis los resultados y finalmente se relata la elaboración de la página web con base en los resultados detallados.

En el cuarto capítulo se pueden encontrar los resultados a partir de la aplicación del instrumento a la población de estudiantes de los programas escolarizados de la UPN. Estos resultados se dividen en 8 apartados que integran el cuestionario, de igual manera contiene el producto realizado a partir de los resultados obtenidos, la página web. Los resultados se ofrecen en porcentajes y estos están divididos en los alumnos de licenciatura y maestría.

El quinto capítulo está formado por la discusión y conclusión de los resultados mediante las encuestas y contrastados con referentes teóricos.

Por último, se encuentra la bibliografía seguido del anexo el cual incluye el cuestionario aplicado para la obtención de los resultados.

Planteamiento del Problema

El mundo está viviendo la peor catástrofe ambiental de todos los tiempos, está crisis ambiental, ha llegado tan lejos que en la actualidad amenaza con enfrentar una nueva extinción masiva incluyendo la de nosotros los seres humanos.

El deterioro del medio ambiente es un problema que urge atacar, podemos notar los problemas ambientales y sus afectaciones de tipo naturales a nivel mundial en el aumento del nivel de mar, inundaciones, lluvias, tormentas devastadoras que ocasionan desbordes de ríos, incendios forestales, sequías y una larga lista de desastres naturales, nuestro planeta Tierra pide a gritos que mejoremos como sociedad y como individuos.

Los problemas medioambientales del mundo además de que ocasionan una amenaza por daños en los ecosistemas naturales, también son los causantes de que miles de personas tengan que emigrar a otros países por las malas condiciones de vida (ACNUR, 2019).

Y precisamente en la ciudad de México las condiciones ambientales no son para nada favorables, de acuerdo con un artículo de la revista de cultura científica UNAM por Ezcurra et al. (s/f) "Problemas ambientales en la ciudad de México" nos menciona una gran cantidad de situaciones que reflejan las malas condiciones de la ciudad:

-Hay una gran pérdida de la vegetación boscosa en la cuenca alta del valle de México, donde se crea erosión de las laderas y un problema cada vez más grande de inundaciones y de enormes avenidas de agua.

-Las proporciones de áreas verdes dentro de la ciudad es cada vez más baja y sigue disminuyendo.

-Los combustibles que se usan en la ciudad de México no son adecuados, los motores y quemadores resultan ser responsables, en gran parte, de los altos niveles de contaminación. México no quiere apostar por las energías renovables.

-Los cuerpos de agua han desaparecido de la zona metropolitana, ya que el crecimiento de la ciudad cubre cada vez más áreas de suelos con edificios y

calles, lo que ocasiona una reducción de la capacidad de recarga de los acuíferos. Así mismo la sobreexplotación de los acuíferos está propiciando un rápido hundimiento de la ciudad, lo que provoca alzas muy importantes en el bombeo del sistema de drenaje profundo para desechar el exceso de agua y sacar las aguas negras hacia afuera de la cuenca de México. Además, se está extrayendo demasiada agua en volúmenes mucho mayores a los que debería, todo esto genera una gran falta de este líquido vital, ya que, por ejemplo, las industrias consumen una parte excesivamente enorme de agua y nunca la tratan ni la reutilizan, mientras que en las zonas habitacionales se les distribuye este elemento de manera poco equitativa

-Otro problema de gran importancia son los residuos sólidos de la ciudad, que aproximadamente se generan cerca de 13,149 toneladas de residuos sólidos por día (SEDEMA, 2020) y, gran parte de ella, al no eliminarse a través del sistema de recolección a domicilio, se tira en sitios clandestinos o en la vía pública. El problema de los residuos sólidos es generado mayormente por el consumo excesivo, el consumismo genera grandes toneladas de basura diariamente y no somos conscientes de ello, es una situación terrible que en este trabajo nos enfocaremos.

Lamentablemente, dentro de la educación a nivel superior, específicamente la Universidad Pedagógica Nacional, el tema de la educación ambiental y en particular el consumo sustentable no está inmersa dentro de los planes de estudio, es una lástima que como universidad enfocada a la transformación de profesionales no exista una formación en Educación Ambiental, ni siquiera una asignatura pertinente para visibilizar estos problemas ya que no solo le corresponden a unos cuantos, es un problema que involucra a todos y a cada uno de los ciudadanos, es un tema que no es aislado de nuestra realidad, es algo que está presente, qué pasa, qué está sucediendo y que desafortunadamente va de mal en peor, no sabemos qué tan informados están los estudiantes acerca los problemas ambientales que existen a causa del consumismo, no sabemos qué tan enterados están del tema y ni siquiera sabemos si existe una consciencia sobre esto.

Como profesionales de la educación es nuestro deber estar informados sobre lo que pasa en nuestro planeta y con ello crear estrategias para transformar nuestra realidad.

Preguntas de Investigación

¿Qué actitudes y hábitos de consumo tienen los alumnos de licenciatura y maestría de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco?

¿Cuáles son las actitudes consumistas que tienen los alumnos de licenciatura y maestría de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco?

¿Qué actitudes relacionadas con la problemática ambiental muestran los alumnos de licenciatura y maestría de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco?

Objetivo General

Realizar una página web educativa a fin DE promover la educación ambiental para un consumo sustentable.

Objetivos Específicos

-Investigar actitudes, opiniones y hábitos de consumo de estudiantes de licenciatura y maestría de la UPN.

-Sensibilizar sobre el impacto ambiental que genera el consumo inconsciente, excesivo e innecesario en la sociedad.

- Con base en el primer objetivo diseñar, crear y difundir a través de una página web la importancia de la educación ambiental para el consumo sustentable y con ello sensibilizar sobre el impacto que causa el consumismo.

Justificación

Una de las causas principales de los problemas ambientales que enfrenta el mundo es el consumo innecesario o excesivo. El consumo desmedido provoca severos daños en nuestro ambiente ya que genera grandes toneladas de

residuos sólidos que comúnmente terminan en las profundidades del mar, en las calles, en los ríos y entre otros lugares. De acuerdo con PNUMA cada año mueren alrededor de 100 mil aves y mamíferos marinos por el consumo de plásticos. En las últimas 5 décadas la producción de plásticos a nivel global ha aumentado de manera drástica (Meza, 2021).

El consumismo es un tema que requiere de mucha fuerza de voluntad para que nuestros patrones de consumo mejoren ya que en el consumo influyen aspectos económicos y culturales que debemos visibilizar y tomar en cuenta. Nos menciona Gonzales-Gaudiano (2007) “el patrón de consumo está inmerso en un estilo de vida preconizado por la publicidad y los medios de comunicación de masas en niveles tan amplios, que no es posible esperar que los grupos de población renuncien a aspiraciones que han sido incorporadas culturalmente” (p.18). Esto es un fenómeno que acontece en todo el mundo, la cultura del consumismo es real. Los medios de comunicación, las empresas y las redes sociales están plagadas de anuncios publicitarios incitando a las personas a consumir.

Por ejemplo, una de las industrias que más marcan esta necesidad de deseo es la industria textil y en particular la industria de la moda, esta industria es la responsable de que se exporten litros y litros de agua y se generan toneladas de basura, mientras que miles de familias no cuentan con este recurso básico e indispensable. Greenpeace México, (2021) nos menciona que el concepto de fast fashion (moda rápida) hace alusión a las grandes cantidades de ropa producida por la industria de la moda a causa de la globalización de las tendencias y la constante necesidad de innovación. Este término hace concebir a la sociedad a que deben vestirse a la “moda” para así lograr encajar en la sociedad porque si estas condiciones no logran cumplirse para una persona o un grupo social el resto de los grupos puede discriminar al “diferente”. Este acontecimiento es poderoso que logra que la mayoría de los jóvenes tomen como verdad absoluta consumir para formar parte de un grupo social y no ser discriminado.

Otra de las industrias que impera en publicidad y crea necesidades inexistentes es la tecnológica, este imperio cada año invierte cantidades grandes

de dinero para “mejorar” sus equipos tecnológicos y fomentar un deseo por adquirir lo más “novedoso en tecnología”. Pero el problema está en que estas mejoras se hacen en un lapso muy pequeño de tiempo, no dan tiempo ni siquiera de procesar el modelo que ya se tenía antes, venden la fantasía que ahora el nuevo producto será mucho mejor que el anterior. La cuestión es que algunos de los compradores no utilizan su producto ya adquirido hasta que este deje de funcionar, sino que lo cambia para mejorar su posesión o el estatus social que este les proporciona. El adquirir constantemente productos tecnológicos provoca más contaminación, además de que todos estos aparatos acaban en los basureros con grandes riesgos para el medio ambiente.

Así pues, mediante la educación ambiental para un consumo sustentable se pretende impulsar y fomentar una cultura de responsabilidad ambiental. Por medio de ella se pretende la adquisición de nuevos hábitos, esto implica la modificación de la cultura en consumo de productos y bienes innecesarios, limitándose sólo a la satisfacción de las necesidades básicas, para así generar nuevas formas de relación entre el medio natural.

Recordemos que la educación como instrumento puede formar en los alumnos ideas básicas de gran alcance, por lo que la educación ambiental debe constituir un proceso integral, nos menciona Martínez (2010) “es necesario establecer un proceso educativo que cuestione la relación de cualquier tema o actividad del ser humano, dentro de un análisis de la importancia en la vida social y ambiental” (p. 97).

Ahora bien, a lo largo de la historia, la sociedad siempre ha sabido que su desarrollo está sujeto a la explotación de su entorno, pero no es consciente de la gravedad de dicho problema. Si bien actualmente hay numerosas iniciativas para transformar y mejorar nuestra calidad de vida, aún falta más iniciativa por parte de miles de personas. Como bien nos menciona Martínez (2010) “Los problemas ambientales se presentan tanto en el nivel nacional como en el internacional, sin que se puedan resolver, a causa de que los intereses de pocos están antepuestos a las necesidades de todos” (p. 98).

Educación como proceso permite la construcción, la reconstrucción y la reflexión de conocimientos, conductas de valores y el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas. La educación como mecanismo de adaptación cultural del ser humano al ambiente, se ha mostrado poco crítica con respecto a las actitudes y comportamientos ambientales. Es necesario redimensionarla, mediante el impulso de una acción formativa dirigida al cambio actitudinal y la modificación de comportamientos colectivos. El crecimiento moral se facilita cuando se aprovechan las situaciones de conflicto o lo que afecta a las personas, y que las obliga a tomar partido. Trata de que el individuo cuestione sus ideas y conductas, que critique sus creencias-valores y los de su grupo social (Caduto, Puig Rovira, 1992 en Martínez, 2010, p. 100).

Para lograr formular la página web era necesario realizar una encuesta buscando tener un acercamiento de los conocimientos previos con los que los estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional cuentan. Obteniendo estos resultados se podría realizar el objetivo general de esta investigación el cual es “realizar una página web educativo digital a fin de promover la educación ambiental para un consumo sustentable”.

Por ello, se pretende mediante una página web visibilizar, fomentar y sensibilizar a la población estudiantil sobre los efectos del consumismo, como se ha señalado antes la Universidad Pedagógica Nacional, no cuenta con información relacionada al tema y como nos menciona Cabrera (2016) cotidianamente se toman decisiones de consumo ya que el ser humano es consumidor en mayor o menor medida, por ello el objetivo de la educación ambiental es “motivar a estudiantes y a la ciudadanía a que esas decisiones sean las correctas, que apunten a la sustentabilidad” (p. 12).

Capítulo 2. Referentes Teóricos

Marco Conceptual

Medio Ambiente

El interés por el análisis ambiental se derivó por la preocupación frente al deterioro ocasionado por la acción del ser humano, definida como contaminación o degradación. Los problemas del medio ambiente son de diversa dificultad y abarcan situaciones que van desde el impacto perjudicial ocasionado por la utilización de plaguicidas en algunas plantaciones, la deforestación ocasionada por el aprovechamiento de recursos naturales, la contaminación de aguas por desperdicios industriales, la degradación de suelos por depósitos de basura o de residuos peligrosos, hasta el cambio climático del mundo provocado por gases de efecto invernadero como resultado de la actividad industria (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

El medio ambiente lo abarca todo, paisajes, bosques, ciudades, campos de cultivo, el aire que respiramos, incluso los habitantes del planeta que como seres humanos forman parte del medio ambiente.

La percepción del medio ambiente es muy subjetiva, cada individuo percibe el concepto de un modo distinto, esto depende de la educación que hayan recibido, el lugar en donde residen, o la religión e ideología que asuman.

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente en Estocolmo en 1972, señaló que el término medio ambiente incluye tanto medio ambiente físico (río, océano, valle, montaña ...) como, medio biológico (animales, plantas, hongos...) , pero los ciudadanos rara vez conocen la cultura social y el entorno económico como parte de ella, ni tampoco conocen las afectaciones que hacemos con nuestras actividades humanas, ni cómo estas actividades afectan directamente a las generaciones futuras.

El medio ambiente es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales que pueden afectar directa o indirectamente las actividades biológicas y humanas a corto o largo plazo.

Nos menciona Sauvé (2004) que el medio ambiente no se puede aprender solo como un conjunto de flora y fauna, el medio ambiente necesita abordarse

de una manera objetiva y rigurosa para comprender mejor su significado, y con ello lograr una mejor interacción. No podríamos acercarnos a ella sin considerar su importancia y lo que representa.

Para Quadri de la Torre (2006) el medio ambiente se refiere a “una gran cantidad de factores, condiciones y procesos biológicos y ecológicos, físicos y paisajísticos” (p. 33).

Nos hace notar Theodore Panayotou (1994, en Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006), que la palabra medio ambiente se refiere a la cantidad y calidad de los recursos naturales, (el paisaje, el agua, el aire, la atmósfera, etc). Menciona que “el medio ambiente es el determinante de la cantidad, calidad y sostenibilidad de las actividades y la vida humanas. De esta manera, la degradación del medio ambiente se relaciona con la disminución de la cantidad y el deterioro de la calidad” (s. p).

De acuerdo con la Comunidad Económica Europea (CEE) (en Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006), menciona que el medio ambiente es un recurso que rodea al ser humano y produce calidad de vida, y abarca no sólo los recursos naturales, sino también los aspectos culturales.

En cuanto a la Ley general del equilibrio ecológico y la protección al ambiente en su artículo 3 fracción I define el ambiente como: “El conjunto de elementos naturales y artificiales o inducidos por el hombre que hacen posible la existencia y desarrollo de los seres humanos y demás organismos vivos que interactúan en un espacio y tiempo determinados”.

Como lo señalamos anteriormente con Sauv e, el estudio ambiental no es solo biofísico, sino que incluye diferentes marcos disciplinarios en diversos aspectos de la naturaleza como lo social, cultural, política y económica ya que estas interacciones tienen un impacto en el medio ambiente. De este modo la problemática ambiental se debe entender como el resultado de las actividades que nosotros como humanos creamos, haciendo esto una problemática meramente social (Dehays, 2000, retomado de Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Por último, nos es importante señalar la definición de Alonso (2010) ya que refiere la palabra ambiental como perteneciente o referente al medio, también nos menciona:

Habitualmente el término medio ambiente se considera prácticamente sinónimo de "verde". Sin embargo, podemos rescatar un gran abanico de ramas que se incluyen en el estudio de lo ambiental, ya que este es mucho más amplio, teniendo cabida los temas relacionados exclusivamente con la naturaleza y, además, los temas en materia de relación social, economía y de humanidad (p. 5).

Consumo

El sistema económico pone al alcance de las personas diversos productos y bienes para su consumo, desde lo más necesario, como son nuestros alimentos o nuestras prendas de vestir, hasta lo menos necesario. El consumo de las personas en altos niveles se ve reflejado en la calidad de nuestro entorno natural.

Nos menciona Pérez (2013) el concepto de consumo no refiere a nada malo, de hecho, el consumo se define como una acción para saciar nuestros deseos o necesidades, es el consumo desmedido que trae al planeta Tierra consecuencias graves, como lo hace notar Assadourian (2010):

“A medida que el consumo ha crecido, se han extraído de la Tierra más combustibles fósiles, minerales y metales, se han talado más bosques, y se han roturado más tierras para cultivar alimentos. La explotación de estos recursos para mantener unos niveles de consumo cada vez mayores ha ejercido una creciente presión sobre los sistemas de la Tierra, alterando de forma drástica los sistemas ecológicos de los que depende la humanidad y otras innumerables especies” (p. 37).

Asimismo, García (1993, en Ortega 2009) menciona que “el consumo implica uso, desgaste, adquisición, disfrute, recepción de significados de un ‘algo’ que desde la perspectiva económica satisface una necesidad” (p. 10).

Se necesita comprender cuáles son las necesidades humanas para abordar el consumo humano. Max-Neef et al (1986) nos menciona:

“Las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables. Las necesidades humanas fundamentales (como las contenidas en el sistema propuesto) son las mismas en todas las

culturas y en todos los periodos históricos. Lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades” (p. 27).

Las necesidades humanas primordiales de un sujeto que forma parte de una sociedad consumista son las mismas de los sujetos que forman parte de una sociedad moderada. “Lo que cambia es la elección de cantidad y calidad de los satisfactores, y/o las posibilidades de tener acceso a los satisfactores requeridos” (Max-Neef et al, p. 27).

Cabe resaltar que cada necesidad se satisface a niveles diferentes y con una intensidad distinta, Max nos menciona tres contextos que se nos hacen de suma importancia resaltar:

- a) La relación con uno mismo
- b) La relación con el grupo social
- c) La relación con el medio ambiente

Nos menciona que “la calidad e intensidad tanto de los niveles como de los contextos dependerá de tiempo, lugar y circunstancia” (p. 27).

Bauman (2000) define ser consumidor como: utilizar las cosas, comerlas, vestir con ellas, usarlas para jugar y generalmente saciar nuestros propios anhelos por medio de esto, del mismo modo define al consumo con apoderarse de las cosas destinadas al consumo, como: comprarlas y pagar por ellas, convirtiéndolo en algo de nuestra única propiedad, impidiendo que otros las utilicen sin nuestro consentimiento. También nos menciona una frase cierta del consumo: “consumir significa también destruir”.

El estándar de felicidad de la sociedad actual se apoya en la posesión y acumulación de bienes, lo cual sirve de justificación para que aumente el consumismo entre las personas. Si el objetivo de la vida es tener muchos bienes, la actividad primordial que se favorece es, lógicamente, el consumo (Pérez, 2013).

Por último, compartimos la opinión de Camacho (2013) el consumo como tal es el que sustenta nuestra vida, nos la hace placentera y provee las necesidades de los humanos; todos requerimos consumir para vivir, esto no es cuestionable, pero, nos hemos desviado al consumismo que se trata sobre el exceso, con tener más, muchísimo más de lo que necesitamos y, por consiguiente, necesitar más recursos de los que la Tierra nos puede dar.

Consumismo

A diferencia del consumo, que es un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un rasgo particular de la sociedad. “El consumismo implica que las cosas dejen de existir, por agotamiento total pero más porque pierden su encanto hasta que dejan de despertar nuestros deseos y pierden la capacidad de satisfacer nuestros apetitos” (Camacho, 2013, p. 115).

En el Diccionario de la Real Academia Española (2020), encontramos que el consumismo se define como “la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios”.

Desde el punto de vista de Assadourian (2010) “El consumismo es un patrón cultural que conduce a la gente a encontrar sentido, satisfacción y aceptación principalmente a través del consumo de bienes y servicios” (p. 44). De igual forma nos menciona “El consumismo también está modificando los valores de la gente. En las últimas décadas la creencia de que más riquezas y más posesiones materiales son fundamentales para alcanzar una vida buena se ha extendido notablemente en muchos países” (p. 47). Pero debemos de reflexionar que no tiene sentido definir el éxito de una persona, donde su modo de vida es insostenible.

Pérez (2013) menciona que no necesitamos todo lo que compramos. La mayoría de las compras son residuales. Necesitamos lo que compramos para convencernos de que el producto en cuestión nos va a ayudar a ser más felices y a vivir mejor.

Por otro lado, Bauman (2000), menciona que el consumo es algo natural, una acción permanente e inamovible fundamental para el ser humano, mientras que

el consumismo es un atributo de la sociedad, un acuerdo social que surge con la reorganización de los deseos, ganas y anhelos. “El consumismo llega cuando el consumo desplaza al trabajo de ese rol axial que cumplía en la sociedad de productores” (Bauman, 2000, p. 47). Nos menciona que el consumismo enfoca nuestra atención en eso que “queremos”, “deseamos” y “anhelamos” y estos deseos, ganas o aspiraciones van cambiando como consecuencia de la sociedad consumista.

Con estas definiciones podemos deducir entonces que el consumismo crea una necesidad de comprar cosas que sean nuevas y sofisticadas, también en esto se incluyen los servicios de entretenimiento y esto a su vez está relacionado con la presión de mostrar estatus y buscar una identidad, para así encontrar seguridad y acoplarse a un determinado grupo social.

Otra forma de interpretar el término "consumismo" es verlo como una crítica a las organizaciones socioeconómicas de las que se puede decir que desperdician ciertos recursos (Ávila, 2016). Al haber mucha demanda en productos, se tiene la necesidad de extraer más y más recursos naturales, lo que ocasiona que se explote a la naturaleza más de lo que ella nos ofrece y solo para satisfacer nuestros intereses.

Actitudes Ambientales.

Cuando hablamos de las actitudes de un sujeto nos estamos refiriendo a una serie de valores internos que posee y que establecen su forma de pensar, opinar y actuar.

Nos mencionan García-Ruiz y Sánchez (2006) el concepto de actitud se incluyó en la psicología social estadounidense a principios del siglo XX con el fin de indicar una conducta de algún individuo, ocasionada por la reacción (a favor o en contra) de estímulos de su entorno que lo llevan a actuar.

De acuerdo con Gagné (1986, en García-Ruiz y Sánchez, 2006) “considera a la actitud como estados complejos del organismo humano que afectan la conducta del individuo hacia las personas, cosas y acontecimientos” (p. 62).

Nos menciona Benegas y Marcén (1995) que las actitudes y valores se forman en el momento en que nos enfrentamos con situaciones o retos nuevos creando así una toma de postura, es por ello por lo que las actitudes y valores son aprendidos mediante un reajuste de actos previos.

Las actitudes son parte fundamental en la toma de decisiones acerca del consumo y no siempre son amigables para el medio, por ello la Educación Ambiental busca aportar conocimientos, valores conductas y actitudes, a favor del medio ambiente.

Desde la perspectiva de Holahan (1991, en Álvarez y Vega 2009) las actitudes ambientales son aquellos sentimientos favorables o desfavorables que se tienen respecto a una cualidad del medio o hacia un problema vinculado con él.

Asimismo, Berenguer y Corraliza (2000) consideran que las actitudes ambientales son reacciones, estados de ánimo y creencias que están relacionadas estrechamente con el medio ambiente.

Nos menciona De Castro (2001), la actitud ambiental influye en el comportamiento proambiental que realiza una persona, de forma individual o en un escenario colectivo, a favor o no de la conservación del ambiente.

Una de las posturas en torno a las actitudes ambientales con la que estamos de acuerdo es de Álvarez y Vega (2009) “los individuos sólo realizan conductas ambientalmente responsables cuando están suficientemente informados sobre la problemática ambiental, se encuentran motivados hacia ella y, además, se ven capaces de generar cambios cualitativos, están convencidos de la efectividad de su acción” (p. 248) ya que no les ocasionará algún problema para realizar estas acciones.

Como lo mencionamos la educación ambiental debe de enfocarse en transmitir buenas actitudes para ayudar en el buen desarrollo del medio ambiente, pero para que se logre una buena motivación y participación se deben de brindar saberes necesarios (Sauvé, 1994, en Álvarez y Vega 2009) nos menciona 3 que nos parecen importantes señalar:

1. Saber-hacer, este saber implica conocimientos e información que permitan a los/as alumnos comprender el carácter complejo del ambiente.

2. Saber-ser, que implica la sensibilización y responsabilidad del alumnado sobre la necesidad de conseguir un modelo de desarrollo y sociedad sostenibles, fomentando, para eso, las reacciones y valores que involucran la sostenibilidad.
3. Saber-actuar, debería conceder a los/as alumnos/as una formación en reacciones que les posibilite diagnosticar y examinar las situaciones, propiciando una actuación y colaboración (individual y colectiva) que sea responsable, eficaz.

Nos parece importante que la Educación ambiental no solo se oriente hacia el medio, sino que se considere a las personas y a la comunidad como parte fundamental. Por ello, Álvarez y Vega (2009) nos mencionan:

Se requiere de una educación “para cambiar la sociedad”; una educación que ayude a los individuos a interpretar, comprender y conocer la complejidad y globalidad de los problemas que se producen en el mundo y enseñe actitudes, conocimientos, valores, comportamientos, etc. que fomenten una forma de vida sostenible, de forma que se procuren los cambios económicos, sociales, políticos y culturales que nos lleven a alcanzar un modelo de desarrollo que implique no sólo una mejora ambiental, sino también una mejora social, económica y política a nivel global (p. 246).

De igual manera García-Ruiz y Calixto (2016) refieren que la educación no solo debe de formar habilidades y destrezas en los estudiantes, sino que también debe de “propiciar actitudes y valores, competencias que les permitan desenvolverse de manera satisfactoria en diferentes contextos en la sociedad en la que viven” (p. 106).

Como señala Yus, (1994, en Benegas y Marcén, 1995), la escuela debe inducir un cambio en la actitud de los sujetos en beneficio de su crecimiento moral, sólo así se puede cambiar la sociedad. La tendencia actual es traspasar la misma escala de valores y comportamientos que conducen al deterioro ambiental (p. 14).

Marco Teórico.

La Educación Ambiental

La educación ambiental tiene como objetivo desarrollar una variedad de estrategias didácticas para promover la formación de la conciencia de la responsabilidad humana por la continuidad de las diferentes formas de vida en la tierra, y para formar personas críticas y participativas frente a la problemática ambiental (Calixto, 2012).

Para Sauvé (2003) la educaci3n ambiental es una dimensi3n compleja de la educaci3n global, que se caracteriza por la diversidad de teoría y práctica, y maneja los conceptos de educaci3n, medio ambiente, desarrollo social y educaci3n ambiental desde diferentes perspectivas. El objeto de la educaci3n ambiental es la red de relaciones que se establecen entre las personas, grupos sociales y el medio ambiente, no solo deben ser considerados como herramientas para resolver los problemas ambientales, la finalidad es el desarrollo de la relaci3n entre los seres humanos y los grupos sociales y el medio ambiente.

Nos menciona Orellana y Fauteux (s/f) relatar los principios de la EA nos traslada a aquellas personas a partir del siglo XIX se interesaban en las ciencias naturales y que, ante la urbanizaci3n, la industrializaci3n drástica y al efecto de aquellos fen3menos sobre el medio natural, advirtieron sobre la urgencia de detener la tendencia destructiva promoviendo la defensa de la naturaleza.

La educaci3n ambiental puede definirse como el proceso interdisciplinario para desarrollar ciudadanos conscientes e informados acerca del ambiente en su totalidad, en su aspecto natural y modificado; con capacidad para asumir el compromiso de participar en la soluci3n de problemas, tomar decisiones y actuar para asegurar la calidad ambiental (Mrazek, 1996, en Calixto, 2012, p. 1021).

Previamente al comienzo del siglo XX que el análisis y la interpretaci3n del medio natural se desarrollaron en Occidente, por medio del nuevo auge de las ciencias naturales.

La Uni3n Internacional de Conservaci3n de la Naturaleza (UICN) originada en 1948, marca un acontecimiento fundamental con la creaci3n de la World Wildlife

Fund (WWF) en 1961. El movimiento organizado de la conservación se enfoca entonces en la gestión racional de los recursos naturales, y se amplía a lo largo de los años 60 con la potente corriente de protesta que se levanta frente al efecto de las tecnologías de guerra, como la implementación de la energía nuclear y de productos químicos de efectos devastadores (especialmente en la guerra de Vietnam), y los desastres ecológicos como las mareas negras del Torrey Canyon en 1967 y de Santa Bárbara en 1969 (Orellana y Fauteux, s/f).

Durante la década de los años setenta el movimiento ecológico se fortaleció con la creación de Greenpeace y de Amis de la Terre (Friends of the earth). La institucionalización de la gestión ambiental avanza con la formación de ministerios de protección de la naturaleza y del medio ambiente en varios países.

El testimonio de la Organización de las Naciones Unidas acepta el papel de la educación ambiental como un instrumento esencial de la lucha contra la degradación del medio de vida y lanza una llamada para que sea promovida en todas las naciones. Esta recomendación insiste en que se tomen cada una de las medidas elementales para implantar un Programa mundial de educación ambiental (Orellana y Fauteux, s/f, p. 9).

El término de educación ambiental comienza a estar presente a finales de la década de los años sesenta y principios de los setenta. El medio ambiente comenzó a tener mayor atención e importancia. De acuerdo con Hobsbawm (1998) en los años 1950 a 1973 se disparó el consumo de combustibles fósiles, los efectos del smog y las emisiones de dióxido de carbono se triplicaron entre estos años, de tal modo que resultó preocupante para los ambientalistas.

Al igual que lo menciona Cruces (1997, en Zabala y García, 2008) los problemas socioambientales ponían en riesgo el futuro de la humanidad, cuyo dato fue dado por el Club Roma¹ en 1968. En este mismo año en Suecia la Dirección Nacional de Enseñanza Primaria y Media, “consideró la protección ambiental como un punto de enlace entre las diversas disciplinas y no como una asignatura de estudio aislado” (Alonso, 2010, p. 9).

Debido a los acontecimientos mencionados anteriormente es que se busca un término para hacer referencia a estos contenidos de la protección del medio ambiente. Según Alonso (2010) la primera vez que se utilizó el término

Educación Ambiental (EA) fue por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), esta misma organización le dio una definición en 1970. Sin embargo, en la Conferencia Internacional sobre el Medio Ambiente celebrada en Estocolmo en 1972 el término tuvo un mayor realce (Terron, 2000).

En esta conferencia se crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el cual tendría la función de promover y desarrollar políticas mundiales sobre la problemática ambiental que se estaba viviendo (Zabala y García, 2008).

Tanta fue la importancia de dicha reunión, la cual se celebró del 5 al 16 de junio, que desde ese entonces el 5 de junio quedó declarado el Día Mundial del Medio Ambiente.

Tres años más tarde en 1975, se convoca a una Conferencia en Belgrado, organizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). En esta misma conferencia se otorga a la educación un papel importante para generar cambios, y asumir responsabilidad ante problemáticas ambientales por medio de conocimiento, valores y actitudes. En esta reunión se crea un documento llamado La Carta de Belgrado en la cual se establecen directrices básicas, objetivos y metas de la educación ambiental con miras a alcanzar una mejor calidad de vida para las actuales y futuras generaciones” (Zabala y García, 2008, p. 207).

Nuevamente en el año 1977 la UNESCO y el PNUMA convocan una Conferencia Internacional sobre Educación Ambiental en la ciudad de Tbilisi (Georgia), en ella se logra un acuerdo de incorporar la educación ambiental a los planes políticos de todas las naciones.

Ya establecida la EA como un canal estratégico para el cambio generacional, la UNESCO destacó cinco metas principales en torno a ella:

1. Promover los conocimientos necesarios para comprender la relación entre el ser humano y el medio ambiente, así como los conflictos asociados (como se inicia y se resuelven).
2. Impulsar aquellas actitudes que integren sentimientos de preocupación del sujeto por su espacio.

3. Proporcionar las motivaciones y decisiones de participar en la mejora del ambiente.
4. Promover conductas dirigidas a la solución de conflictos, a partir de los conocimientos y habilidades previamente aprendidas.

Diez años después en 1987 se llevó a cabo en Moscú el Congreso Universal sobre Enseñanza y Formación Ambiental, dirigido por la UNESCO y el PNUMA.

En este congreso se origina un documento que tiene el objetivo de revisar las políticas de la educación ambiental que surgieron diez años antes en Tbilisi, además de que se implementan planes y propuestas de acción desde la Educación y Formación Ambiental para la década que se aproximaba (Zabala y García, 2000).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), se celebró en Río de Janeiro en junio de 1992 y es conocida como “Cumbre para la Tierra”. Significó un reconocimiento a la crisis actual, donde quedó en evidencia el agotamiento de un estilo de desarrollo que tiene como saldo, grandes adelantos a consecuencia de pobreza y deterioro ambiental (Maciel, 2012).

De igual forma en Guadalajara (México) en 1992, se llevó a cabo el Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental. En este congreso se concluyó que la educación ambiental es un instrumento esencial para conseguir una sociedad sustentable en lo ambiental y justa en lo social (Maciel, 2012).

Más tarde, en el 2002 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Resolución 57/254, por la que se proclamaba la Década de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible. La resolución aborda un doble desafío: por un lado, es evidencia de la gravedad de los problemas globales que afectan al planeta, por otro lado, se ha constatado que el ritmo de las medidas para enfrentar la crisis ha sido lento, mucho más lento que su tasa de crecimiento. Entre los objetivos propuestos, cabe destacar que la educación para el desarrollo sostenible debe promoverse e incluirse en la reforma educativa (Bautista-Cerro, Murga-Menoyo y Novo, 2019).

En 2015, en la Conferencia sobre el Clima de París, en esta asamblea se originó el Acuerdo de París, su objetivo es limitar el calentamiento global, para alcanzar esto es necesario que los 189 países participantes disminuyan las emisiones de gases de efecto invernadero.

La Educación Ambiental en México

Nos menciona Bravo (2008) el proceso de institucionalización de la EA en México se comenzó a la mitad de la década de los ochenta, con la construcción de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE) la cual formalizó las actividades y buscó impulsar la EA en todos los niveles educativos.

El surgimiento y desarrollo de la Educación Ambiental está relacionada a la emergencia de la crisis ambiental planetaria (Calixto, 2012).

Desde las primeras reuniones internacionales promovidas por la UNESCO, es posible reconocer la importancia de las propuestas de la EA, en la búsqueda y construcción de alternativas pedagógicas para mejorar la calidad del medio ambiente.

En los años noventa se delimitó la necesidad de formación de educadores ambientales y el desarrollo de eventos académicos que promovieron el intercambio de experiencias y ofrecían capacitación en el campo. Desde entonces surgieron diferentes identidades relacionadas a la EA como: grupos ecologistas, académicos, ambientalistas y de adscripción gubernamental (Ávila, 2016).

De acuerdo con Calixto (2012), en México se han dado diversas prácticas en la Educación Ambiental, entre las que destacan:

- La creación, en 1983, de una oficina de EA en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE).
- La instrumentación en 1986 del Programa Nacional de Educación Ambiental; la creación en 1995 del Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU).

- La constitución en el año 2000 del Consorcio Mexicano de Programas Universitarios para el Desarrollo Sustentable (COMPLEXUS) y en el mismo año la creación de la Academia Nacional de Educación Ambiental (ANEA).
- Y el inicio en 2006, de la Estrategia Nacional de Educación Ambiental para la Sustentabilidad.

En cuanto al desarrollo de la educación ambiental en el nivel básico nos menciona Bravo (2005) “en el sexenio (1995-2000) es cuando se obtienen mejores resultados que se expresan en los libros de texto integrados de 1° y 2°, así como los de Ciencias Naturales de 3° a 6° los cuales, presentan un enfoque congruente con la educación ambiental”. De igual forma se dio un avance en la elaboración de materiales de apoyo a los docentes de las escuelas secundarias. Nos señala también que “Actualmente, el avance radica en la inclusión de la educación ambiental en las ciencias sociales y se encuentra en marcha la reforma de la educación secundaria en donde uno de los ejes básicos de formación es la educación ambiental” (p. 3).

En cuanto a la educación superior, se ha buscado desde 1985 añadir a las instituciones de educación superior (IES) visión y criterios de sustentabilidad para poder asociarlas a las tareas de la gestión ambiental. Mediante el “Plan de Acción Ambiental para el Desarrollo Sustentable en las Instituciones de Educación Superior”, la conformación de redes de IES que impulsan programas ambientales institucionales (COMPLEXUS y las redes universitarias ambientales), así como la constitución de la Academia Mexicana de Educación Ambiental, se observan avances significativos en este ámbito (Bravo, 2005, p. 3).

En México de acuerdo con la educación y la cultura ha permitido fortalecer un gran objetivo: generar oportunidades para el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores necesarios para construir un futuro sustentable.

El Foro Nacional: 10 años para cambiar al mundo realizado en 2005 en Aguascalientes, brindó la oportunidad de discutir la forma de participación en la Década de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sustentable,

a partir de lo cual se suscitó el compromiso nacional en el que gobierno, empresas, universidades, organismos sociales, trabajan en pro de una construcción colectiva de la educación ambiental para el país. Gracias a esto se inició el proceso para construir la estrategia de EA para la sustentabilidad en México.

Durante los últimos 20 años se declaró al cambio climático como un problema común para todos los países del planeta. “En 1997, la Organización Mundial de la Salud se adhiere a la agenda de cambio climático global y, de manera oficial en México hasta el año 2009, cuando la Secretaría de Salud se incorpora a la Comisión Intersecretarial para el Cambio Climático” (Riojas et al 2013, p. 643).

De acuerdo con la SEMARNAT (2013) Detrás de la crisis climática hay algunos factores que hicieron que esto se desencadenará. Uno de esos factores es el consumismo, por esa razón se puso en marcha la Estrategia Nacional de Producción y Consumo Sustentable. El propósito central de este plan es Impulsar prácticas de elaboración y consumo, que contribuyan al desarrollo sostenible de México, así como:

1. Ayudar a los cambios en los patrones de elaboración y consumo implementando el enfoque de igualdad de género los cuales favorezcan un trabajo confiable e ingreso equitativo a las oportunidades de satisfacción de necesidades primordiales y ejecución de pretensiones formando con ello una mejor calidad de vida.
2. Fomentar procesos de producción, repartición y consumo sustentables que disminuyan los impactos económicos, sociales y del medio ambiente de los mismos, así como de los productos y servicios.
3. Desarrollar mercados sustentables a grado local, nacional, regional y mundial orientados a productos sustentables, que generen empleos verdes y contribuyan al enfrentamiento de la pobreza, incorporando el enfoque de igualdad de género.
4. Impulsar el consumo sostenible en las cadenas de abastecimiento tanto a grado público como privado con tácticas y actividades diferenciadas en funcionalidad del caso de género identificada.

5. Producir un marco institucional extenso, plural, diverso e incluyente para el desarrollo de sinergias, la preparación de sistemas de idealización, utilización, seguimiento y evaluación de programas y planes de acción, su financiamiento y rendición de cuentas, incorporando el punto de vista de igualdad de género.

Desarrollo Sustentable

En los últimos años del siglo pasado se buscaban respuestas y hechos debido al deterioro ambiental y los problemas globales que esto implicaba, de tal forma que se planteó el término de desarrollo sostenible. En la Asamblea General de la ONU, la Comisión Mundial ambiental y Desarrollo, se dedicaba a examinar y documentar el parentesco existente entre el desarrollo y el entorno. En su informe final se utilizó por primera ocasión este criterio, en el archivo conocido como “Informe Brundtland de 1978, Nuestro Futuro Común” el cual se comprueba que el medio ambiente ha sufrido deterioros debido al crecimiento global (Díaz, s.f. en Gutiérrez. 2015, p. 65).

El concepto actual de Desarrollo Sustentable se remonta a 1983, cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) creó la Comisión Sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, comandada por la Primera Ministra de Noruega, Gro Harlem Brundtland (Ramírez, Sánchez y García, 2003).

De acuerdo con Ramírez, Sánchez y García (2003) en el Informe Brundtland se define el concepto de “Desarrollo Sustentable”, de la siguiente manera: El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades. Encierra en sí, dos conceptos fundamentales:

- Se debe dar prioridad al concepto de “necesidades” especialmente a la necesidad básica de los pobres;
- La idea de limitaciones impuestas por el estado de la tecnología y la organización social entre la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades presentes y futuras.

Por consiguiente, los objetivos del desarrollo económico y social se deben establecer desde el punto de vista de su sustentabilidad.

La intención primordial del desarrollo sustentable es innovar un proceso que permita el desarrollo social, pero de una medida en la que los recursos naturales y los ecosistemas puedan mantenerse bien para el bienestar y desarrollo de las generaciones futuras.

El desarrollo sustentable sigue siendo desarrollo, pero hay un adjetivo que lo califica, la sustentabilidad; es decir, debe tener una serie de rasgos y características que le permitan mantenerse y reproducirse a un nivel más amplio (Ramírez, Sánchez y García, 2003).

Partiendo de que la EA apunta a la sustentabilidad, se persigue un equilibrio entre los diversos entornos para así poder construir una sociedad más equitativa (Leff, 2017).

La sustentabilidad reabre el debate sobre los presupuestos con los cuales opera la economía, cuestionando el funcionamiento y cumplimiento de sus principios individualistas y mecanicistas: la utilidad marginal, la optimización en la asignación de recursos escasos y agotables a diferentes fines; el mercado como el lugar donde los sujetos expresan sus preferencias individuales. (Leff, 2010 citado en Escobar, 2017, p. 48).

El objetivo de la sustentabilidad es lograr crear un equilibrio en el que se pueda involucrar un uso sano y racional de los recursos naturales. Hablar de desarrollo significa discutir cómo la población puede incrementar gradualmente la satisfacción de sus necesidades de producción y consumo, lo que puede transformarse en un mayor nivel de bienestar social, económico y natural en una sociedad determinada. Por tanto, el desarrollo significa avanzar hacia una transformación social, que se caracteriza por la expansión de la capacidad de producción, el aumento de la productividad y el ingreso per cápita, el cambio de estructura de clases y grupos, en definitiva, el aumento de los ingresos. El nivel de vida promedio está determinado por el objetivo general del progreso humano y social, y su modelo lo establece la sociedad más desarrollada, lo que no significa que sea el más conveniente para todo el pueblo.

El desarrollo sustentable es un concepto que busca la protección de la naturaleza, así como la justicia social presente y futura. El desarrollo sustentable no discute sobre los sistemas políticos ni económicos, sino que desde el medio ambiente pretende un cambio pacífico social y progresivo haciéndolo de manera organizada para que poco a poco nuestra relación con la naturaleza mejore (Ramírez, Sánchez y García, 2003).

El Desarrollo Sustentable nace como un concepto restringido al campo ecológico (capacidad de un sistema para mantener la vitalidad de sus componentes), pero después se amplía hacia la gestión económica y múltiples variables, pasando a convertirse en un paradigma del Desarrollo Integral (Moreno en Calixto, García-Ruiz y Gutiérrez. coords, 2011, p 43).

Es importante mencionar que el desarrollo sustentable requiere de normas en donde se regulen las acciones producidas por diferentes compañías para la satisfacción de las necesidades de la población actual con el fin de garantizar que dichos productos o servicios cumplan con estándares en pro del medio ambiente garantizando así el futuro de los recursos naturales.

En el año 2015 se dio a conocer una la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, esta agenda es un compromiso intergubernamental y un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad. Esta incluye 17 objetivos que son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental. Lo cual, claramente, mejoraría el estilo de vida de gran parte de la población, y claro ayudaría a ser más amigables con el medio ambiente.

Los objetivos que más competen a esta investigación son el 12 que es la producción y consumo responsable la meta 12.8 busca que para el 2030, las personas de todo el mundo puedan tener conocimientos acerca del desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza. El objetivo 13 es acción por el clima y la meta 13.3 es mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en relación con la mitigación del cambio climático, al igual que el adecuamiento a él, la reducción de sus efectos y la alerta

temprana. Cómo podemos ver esta agenda está comprometida con los temas ambientales.

Inicios del Consumo

Nuestros ancestros vivían en poblaciones poco numerosas y vivían de manera relativamente armónica con la naturaleza. De ella tomaban aquello que necesitaban para vivir (caza, animales para domesticar, productos del bosque, semillas, frutas, madera), o materiales de extracción minera para construir artefactos culturales. De hecho, existía una conciencia radical de respeto y veneración hacia la madre naturaleza, ya que proveía de beneficios a todas las comunidades (Bauman, 2007, p. 10-11).

Por su parte Vega (2008) nos menciona, un paso importante para el ser humano fue la llegada de la agricultura, hace ya unos 10.000 años cuando se creó, se calculaba que habría unos 5 millones de habitantes en el planeta, pero en el año 1800 ya se alcanzaban los 1000 millones de habitantes y actualmente es de aproximadamente 6000 millones de habitantes, en consecuencia a esto “el incremento poblacional origina el abuso de los recursos naturales, causando deforestación, desertificación, contaminación de aguas, escasez de agua, expansión de enfermedades, pérdida de especies” (p. 72). De igual forma nos menciona “la revolución industrial fue decisiva en el crecimiento demográfico y en el cambio de costumbres, principalmente porque las condiciones de vida mejoraron y hubo una disminución en la tasa de mortalidad” (p. 72).

Siguiendo esta línea Carosio (2008) nos menciona que, “la primera revolución industrial (fines de 1760 y principios de 1870), impulsada por el carbón, causó cambios en los sistemas de trabajo y dio lugar a la organización social capitalista. Aunque los cambios no fueron inmediatos en los patrones de consumo, contenía ya esa tendencia” (p. 132).

De igual manera Riojas et al. (2013) señalan que, durante los tiempos de la posguerra y la industrialización apresurada en el mundo, comienza un proceso de deterioro del ambiente, y es desde la década de los setenta durante el siglo pasado que este proceso se expande teniendo repercusiones globales en la pérdida de diversidad biológica con efecto hacia las comunidades humanas.

Las sociedades humanas modernas, prominentemente urbanas desde la Revolución Industrial, y basadas en sistemas económicos industriales y de servicios de tipo capitalista, han venido configurando un mundo humano ciudadano, minoritariamente rural, lo que implica un distanciamiento de la naturaleza, del contacto directo, constante, frecuente y ordinario con los demás seres vivos.

Según Delgado (1998) “Las sociedades industriales, a diferencia de las comunidades agrarias del pasado, han dado un salto en materia del consumo; no se trata de abastecer o prever las necesidades humanas fundamentales, sino que el sistema consiste en incitar el consumo” (p. 42) da igual si es necesario o si es innecesario, de igual manera nos menciona, el modo de vida generado en las sociedades industrializadas relaciona el grado de bienestar con la capacidad consumo, de modo que, a mayor consumo mayor calidad de vida y viceversa.

Rodríguez (2012) menciona que, el consumo es una manera de conectar con las demás personas, así como también de formar la propia identidad, nos señala también que, en las sociedades más avanzadas desde la invasión de la producción de masas, el consumo especialmente el de mercancías para la supervivencia se ha convertido en una actividad esencial para las personas llevándolo al punto de hablar seriamente de una “sociedad de consumistas”

La sociedad en la que estamos inmersos se caracteriza por el consumo excesivo. En la actualidad, el consumo ha pasado a ser un pasatiempo en lugar de ser una necesidad. Esto ha hecho que surja un impacto ambiental, es decir que haya una modificación ambiental ocasionada por acciones del hombre (López y Ferro, 2006).

En México, nos menciona Muñoz (1996, en Acosta y Arteaga, 1998) el consumismo nace a consecuencia de la Revolución Mexicana en 1910, ya que surgió el desarrollo de las tecnologías y el uso de las energías eléctricas, aparecieron los primeros vehículos los cuales reemplazarían a los carruajes, “también surgieron los grandes almacenes que abrieron sus puertas al consumidor como: El Palacio de Hierro el Puerto de Veracruz y el Nuevo Mundo entre otros” (p. 39). Gracias a la Revolución Mexicana hubo varios cambios, uno de ellos ha sido la utilización de monedas como pago a los trabajadores y con

ello la compra de las necesidades primordiales. Con este gran paso del país dio auge al consumo al igual que a las interrelaciones comerciales y el negocio.

De esta forma Bauman (200), nos menciona que con el paso del tiempo los fundadores de la modernización enseñaron a la población a desear una mejor vida, a querer cosas novedosas y mejores, y en caso de que hubiera personas que se resisten optaron por obligarlos a actuar como si realmente tuvieran esos deseos. Y de acuerdo con SEMARNAT (2013) es hasta el siglo XX cuando se reconoce que el ser humano vive en una sociedad de consumo.

Actualmente desde el punto de vista de Harvey (2020), las economías capitalistas pertenecen a un 70 o inclusive un 80% al consumismo. La confianza y el sentir de los clientes se han transformado en los últimos cuarenta años en la clave para la movilización de la demanda efectiva y el capital se ha impulsado cada vez más por la demanda y las necesidades del consumidor. Pero desde el surgimiento de la pandemia mundial SARS-COVID19, el mundo está sufriendo los estragos de una mala gestión ambiental. Entendamos que el consumismo se basa en visitar restaurantes, ir a parques temáticos, viajar por el mundo, ir de compras y sin embargo este estilo de vida capitalista está hoy inmovilizado: las líneas aéreas están cerca de la bancarrota, los hoteles permanecen vacíos, se cancelan actos como por ejemplo festivales culturales, campeonatos de fútbol y baloncesto, conciertos, congresos de negocios y profesionales, reuniones políticas con objetivos electorales, se han clausurado aquellas maneras de consumismo de “actividades”, hasta las universidades y colegios permanecen cerrados. Gran parte del modelo de consumismo capitalista resulta inservible en las recientes condiciones.

Ahora bien, el confinamiento de las personas en sus hogares, por motivo de la pandemia Covid-19, trajo consigo cambios muy fuertes en las conductas de consumo en las personas. Una de las alteraciones más evidentes que se ha creado por la emergencia sanitaria, es que los clientes que preferían adquirir bienes y servicios en tiendas físicas recurrieron, a las compras on-line. Estas adquisiciones on-line generan un cambio de hábito en los consumidores, generando demanda masiva de entregas a domicilio.

Teniendo esto en cuenta es urgente poner en la mesa el tema del consumo sustentable. El consumismo no disminuyó con la pandemia, simplemente los consumidores cambiaron su forma de adquirir bienes y servicios, por tanto, sigue creciendo desmesuradamente y esto se ve reflejado en una mayor generación de residuos sólidos y en consecuencia el deterioro del medio ambiente.

Identidad a través del Consumo

El consumo intenta hacernos pensar que necesitamos cosas que en realidad no nos hacen falta. Pero las personas no consumen solo por placer sino también para establecer su identidad. Por ello, el consumo tiene un peso muy importante al momento de marcar la identidad de las personas.

Nos menciona Rodríguez (2012) a partir de los años cincuenta del siglo XX aparecen grupos que se visten, calzan, escuchan música de una determinada forma, y es justamente a través de su particular forma de consumir como expresan y forman su identidad.

Asimismo, una de las funciones del consumo es facilitar al individuo formas de diferenciarse de otros grupos de distinto nivel social. Hay demasiadas personas que consumen sintiéndose especiales, pero realmente son parte de un mismo grupo social y que tienen comportamientos y una cultura similar. De esta forma, el consumo ya no es solo deseo tiene otro peso: reconocimiento en un grupo social (Pérez, 2013).

Como sostiene Rodríguez (2012) fue Max Weber quien instauró la primera relación entre consumo, estilos de vida y estratificación social, debido a que usó este criterio como uno de los puntos que conforman su idea de estatus. Citando a Borrás (1998, en Rodríguez, 2012) El estilo de vida está definido por el valor, el poder y las ganancias en el sistema económico. Este punto de vista, por consiguiente, se expande más allá de lo referente con la esfera productiva debido a que los estilos de vida se refieren a métodos de conducta, habla y pensamiento, determinando las actitudes de los grupos y funcionando como modelo de conducta para esos que quieren a ser miembros de estos grupos.

Por otro lado, nos menciona Pérez (2013) que el consumo no solo es satisfacer las necesidades básicas, sino también satisfacer nuestras ambiciones. Las personas quieren ser mejores y eso no se logra utilizando las mismas cosas, siempre existe la posibilidad de ser mejores con productos nuevos.

El consumo comenzó a transformarse en una actividad valiosa, al examinar una de las capacidades más profundas del ser humano: la capacidad de desear, la capacidad de materializar en objeto algo que les hace falta y vender la idea de que lo moderno es más valioso. De modo que, la imagen y el mensaje de los artículos tienen más importancia que el objeto mismo, es por esto que se consumen en gran medida signos, publicidad e imágenes de marca. Por ello las marcas pueden producir sentimientos (Cortina, 2002, en Rodríguez, 2012).

Nos menciona Bocoock (1995, en Rodríguez, 2012) la imagen, el mensaje y las emociones de las mercancías pasan a tener más importancia que el objeto mismo por lo que, en gran medida se consumen signos, publicidad e imágenes de marca. Tom Peters (1997 en Klein 2002) nos menciona un ejemplo:

Nike, por ejemplo, aprovecha la relación emocional de la gente con los deportes y con el cuidado del cuerpo. Con Starbucks vimos cómo el café se ha integrado en el tejido de la vida de la gente, lo cual proporciona la oportunidad de aprovechar sus sentimientos (...). Las grandes marcas elevan el listón de exigencias y dan más sentido a la experiencia (p. 96).

Naomi Klein (2002) describe que las marcas se enfocan más en la publicidad de los productos, su publicidad debe orientarse a vender estilos de vida, a vender experiencias mágicas más que a destacar las características del producto en sí.

Por ende, hemos llegado a convertirnos en una sociedad materialista, consumista y muy competitiva. Esta competitividad se deriva del consumo, es un reflejo de la sociedad consumista, ya que creemos que tener el teléfono móvil de moda, prendas nuevas, productos nuevos a cada rato nos hace “mejores personas” o personas con un “mayor estatus”, pero todo esto no es una necesidad real, todo esto solo responde a un anhelo de ser mejor o aparentar ser mejor en este mundo. El consumismo entonces no sólo tiene como objetivo satisfacer necesidades o deseos, sino que además sirve para distinguir a las

personas entre sí, dejando en evidencia el sistema de clases sociales que forma nuestra sociedad (Pérez, 2013).

El mundo ha cambiado mucho, y en más de un sentido, para que el consumo haya podido adquirir la figura, los rasgos y la relevancia que tiene en la actualidad, el que no consume no está disfrutando la vida completamente porque, hoy en día, vivir es consumir.

Educación para el Consumo Sustentable

Educar para el consumo sustentable es de gran impacto ya que con la educación concientizamos a las generaciones sobre los daños actuales del planeta y prevenimos sobre futuros daños.

El consumo sustentable surge ante el deterioro manifestado rápidamente por el consumo desmedido y la explotación de los recursos naturales, Camacho (2013) nos menciona:

La Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005) define el consumo sostenible como aquel modo de consumo de bienes y servicios que no dañan el medio ambiente ni la sociedad. Afirma que llevar un estilo de vida sostenible es de capital importancia para erradicar la pobreza y conservar y proteger el conjunto de recursos naturales del que dependen todas las formas de vida, y que la educación para el desarrollo sostenible promueve una ciudadanía responsable y lucha contra los efectos de los hábitos y estilos de consumo insostenibles sobre las sociedades y los recursos (p. 122).

Nos menciona Dueñas Perdomo y Villa (2014), “el consumo sustentable rechaza productos que ponen en riesgo la salud, aquellos productos con empaques no ecológicos, productos que utilizan materiales peligrosos y aquellos que provienen de hábitats o especies en peligro” (p. 289). Asimismo, Hendarwan, (2002, en Dueñas Perdomo y Villa, 2014) señala que el consumo sustentable surge gracias a los movimientos ambientales en los años sesenta con los consumidores.

Nos menciona Dueñas Perdomo y Villa (2014) que “el consumo sustentable rechaza productos que ponen en riesgo la salud, aquellos productos con

empaques no ecológicos, productos que utilizan materiales peligrosos y aquellos que provienen de hábitats o especies en peligro". (p. 289). Asimismo, el consumo sustentable surge gracias a los movimientos ambientales en los años sesenta con los consumidores (Hendarwan, 2002, en Dueñas Perdomo y Villa, 2014).

El consumo verde es Elkington y Hailes, (1989, en Dueñas Perdomo y Villa, 2014):

Aquel que evita productos que ponen en riesgo la salud del consumidor o de otro; causan daño significativo al medio ambiente durante la manufactura, su uso o desperdicio; consumen una cantidad desproporcionada de energía; causan un desperdicio innecesario; usan materiales derivados de especies o ambientes amenazados; así como aquellos que implican un maltrato innecesario de animales o que de manera adversa afectan a otros países (p. 288).

De tal modo que el consumo verde se refiere a aquellos consumidores que tienen preocupaciones medioambientales al adquirir productos o servicios y por lo tanto desean cuidar nuestro planeta.

Bien sabemos que la manufactura de muchos productos causa daños significativos al medio ambiente, ya que producen un desperdicio innecesario, usan materiales derivados de especies o ambientes amenazados, así como aquellos que implican un maltrato innecesario de animales o que de manera adversa afectan a otros países (Acosta y Arteaga, 1998).

El consumo sustentable tiene como propósito mejorar las conductas de consumo, disminuir el desgaste de recursos naturales, el desperdicio de energías y los niveles de contaminación ambiental (Acosta y Arteaga, 1998) con el propósito de mejorar la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

Por lo tanto, para lograr un consumo sustentable, los consumidores deberán de preocuparse por el medio ambiente y lo que conlleva ser un consumidor responsable, es decir, satisfacer sus necesidades básicas sin llegar al consumo desmedido (Acosta y Arteaga, 1998).

Newholm y Shaw (2007 en Dueñas, Perdomo y Villa, 2014) indican que los consumidores responsables se preocupan por diversas cuestiones, entre los

cuales se encuentran “la procedencia del producto, su producción, su manufactura, los regímenes opresivos, los derechos humanos, las relaciones laborales, el desarrollo armamentista de los países, el uso experimental de animales y las donaciones políticas” (p. 288). De igual manera Llopis (2009), nos menciona que los consumidores responsables se preocupan por la producción de los diversos productos, así como por los efectos de los productos o servicios sobre el medio ambiente. Por lo anterior, los consumidores responsables saben cuáles son los beneficios inmediatos de consumir responsablemente y actúan en pro del medio ambiente.

Así pues, el objetivo de la educación para el consumo sustentable es fomentar en la población buenos hábitos y actitudes al momento de hacer alguna compra. Es fundamental que los jóvenes tengan conocimientos básicos de consumo, y que estén informados de lo que consumen puede estar dañando al medio ambiente.

En México el concepto de educación para el consumo se ha enfocado básicamente a una orientación para que la población consumidora se vuelva más observadora y analítica con los productos que utiliza, que conozcan sus derechos, que los hagan valer (Acosta y Arteaga, 1998).

La educación para el consumo sustentable debe incitar a vivir mejor con menos, debe fomentar el valor del cuidado de otros (personas y naturaleza) como una cualidad específica. Los objetivos de la EA prestan atención no sólo a la información, sino a la toma de conciencia y el desarrollo de actitudes y aptitudes básicas para que las personas puedan participar activa y positivamente en el medio ambiente.

Si bien sabemos que la mayoría de los productos que tenemos en casa de alguna u otra manera contaminan, depende de la educación concientizar a la población sobre las consecuencias que generan nuestras acciones de consumo se tiene que entender que cada acción tiene su reacción en el medio ambiente (Alonso, 2010).

Por otro lado, encontramos que el enfoque que se le busca dar a la educación ambiental va encaminado al crecimiento económico, en el cual no se han logrado

establecer límites que respeten a la naturaleza, debido a que los recursos naturales son explotados con la finalidad de utilizar esto en pro de dicho crecimiento, intentando satisfacer las necesidades de toda la población.

Ante el aumento de las relaciones capitalistas globales, antes que un cambio en la naturaleza del capital en sí mismo, se requiere desarrollar una pedagogía crítica capaz de comprometer la vida diaria en el contexto de la tendencia capitalista. (McLaren, 2003 en Dueñas, Perdomo y Villa, 2014).

El Medio Ambiente en las TIC

El internet es una herramienta de comunicación sumamente importante en la cual se transmiten diversos contenidos y es utilizada por su gran capacidad para ofrecer información, por ello para la educación ambiental para el consumo sustentable es de gran impacto ya que mediante ella se puede propagar información valiosa sobre los hábitos correctos del consumo al igual que los daños ocasionados por esta acción. “La apropiación y aplicación de las tecnologías en el aula a través del uso pedagógico transforma el proceso educativo, ya que resulta ser atractivo y despierta el interés en el fomento de los aprendizajes esperados en los jóvenes” (Noh, s/f).

Vemos entonces que el papel del docente en las TIC es de gran importancia:

Cuanto más se inculque en los alumnos la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías, más amplio será el mundo que obra para ellos y las oportunidades de despertar el interés en los estudiantes y docentes, facilitando el mejoramiento de las habilidades creativas, la imaginación, habilidades comunicativas y colaborativas para acceder a mayor cantidad de información y proporcionando los medios para un mejor desarrollo integral del educando (Cabero, 2003, p. 12).

Con respecto a los alumnos nos menciona Cabero (2003) el alumno no es un procesador pasivo de información, al contrario, es un “receptor activo y consciente de la información mediada que le es presentada, de manera que con sus actitudes y habilidades determinará la posible influencia cognitiva, afectiva, o psicomotora del medio” (p. 26). De tal modo que las funciones de las TIC pueden desempeñar un gran papel en la formación educativa

La llegada del internet nos abrió muchas puertas en diferentes aspectos, nos ofrece un gran bagaje en la transmisión de contenidos y de comunicación por ello es de suma importancia difundir contenidos de calidad acerca del impacto ambiental en nuestros quehaceres cotidianos.

Hoy en día, la educación requiere de grandes cambios para ayudar a los estudiantes a comprender su realidad. Dado que el manejo de la información, los procesos y los medios de comunicación están cambiando de manera acelerada. Gracias a la presencia de las TIC en el mundo de hoy, demanda la enseñanza de su aplicación en el mundo actual. Por lo anterior, no se puede concebir una educación aislada de las TIC, por lo menos, una educación que les permita a los estudiantes la posibilidad de pensar en su realidad, de aceptarla, argumentarla, opinar sobre lo que no están de acuerdo y sobre lo que le gusta de su realidad, que en este momento es la presencia inminente de las tecnologías de la información y la comunicación (Piscitelli, 2008, en Daza-Orozco, 2019).

Nos menciona Cabero y Llorente (2005) seguramente las palabras que más hemos escuchado en este siglo XXI son “medio ambiente y tecnologías de información” ya que:

El cuidado y el respeto del medio ambiente se ha convertido en un valor significativo en todas las sociedades occidentales impregnando sus sistemas educativos, ello posiblemente como consecuencia del aumento demográfico, del imparable consumismo, del agotamiento de recursos que parecían inagotables, del aumento de residuos y contaminación (p. 9).

De igual forma nos mencionan “las TIC se han convertido en un elemento de impulso y desarrollo de las sociedades occidentales, alcanzando a todos los sectores, desde los políticos y económicos, hasta los culturales y educativos” (p. 10).

Por ello el uso de las tecnologías hoy en día es fundamental en todas las áreas de la sociedad. Galindo (2015) nos menciona que “cuando abordamos el tema de la educación ambiental en las TIC, nos referimos a nuevas formas de aprendizaje del ser humano.”

Mediante las TIC una gran cantidad de personas son educadas y una ventaja muy grande que tienen es que el internet puede ser usado por cualquier persona, sin importar su oficio o profesión, de este modo la educación ambiental puede extenderse por distintos lugares del mundo.

Se ha considerado que los criterios de selección de la TIC al adaptarlas en la educación ambiental deben de tener una perspectiva amplia sobre medio ambiente, beneficiando actividades colaborativas, que puedan adaptarse a contextos diferentes, que sean de fácil acceso y lo más importante, que no contaminen (Galindo, 2015). Otra manera igualmente importante de las TIC es mantenernos informados de las cosas buenas y malas que pasan en nuestro entorno, nos menciona Johnson (2011) “las TIC son vitales cuando se trata de advertir sobre desastres naturales que surgen como consecuencia del cambio climático, así como para hacer frente a sus efectos” (p. 3). De igual manera Kutami (2009) cree que las TIC pueden mejorar la eficacia de los productos materiales y limitar su uso, reduciendo así el consumo de energía y la deterioración ambiental.

Aproximación al Estado del Arte

A continuación, se mostrarán investigaciones realizadas con anterioridad para conocer conductas e interés en la población universitaria con respecto al impacto del consumo en el medio ambiente con escenarios nacionales e internacionales, esto muestra un panorama amplio en cuanto a la importancia que tiene la educación ambiental en escenarios como las TIC.

Una investigación realizada por Carrasco y Ramón (2016) titulada “La educación ambiental, un saber pendiente en la formación de jóvenes estudiantes universitarios”, llevada a cabo en la Universidad Autónoma de Tlaxcala con una población de jóvenes universitarios que cursan el séptimo y octavo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El cual tuvo como objetivo identificar la formación en saberes ambientales de los jóvenes, con el propósito de analizar cómo se están preparando profesionalmente para intervenir ante la

crisis ambiental global y así mediante su perfil profesional colaborar a la solución y difusión de la información.

Los resultados arrojaron una escasa formación y sensibilidad de los jóvenes para enfrentar los problemas ambientales actuales, de igual forma se reveló desconocimiento en temas básicos, como qué es un recurso y cuáles son los recursos indispensables para la supervivencia del ser humano. También se evidencio que los jóvenes desconocen u olvidan cuáles han sido las materias relacionadas al ambiente que han cursado, lo que llevó a concluir que quizá esta escasa formación esté vinculada con el mapa curricular de la licenciatura, ya que solo incluye una asignatura relacionada al cuidado del ambiente, y además esta materia es una materia optativa, es decir los jóvenes no están obligados a cursar. En términos cuantitativos se expuso que 37% de ellos desconocen qué materias de tipo ambiental pueden incorporarse en el plan de estudios de la licenciatura donde se forman especialistas en educación, se demostró también que un 22.8% de ellos no distinguen que es un valor ni mucho menos saben cómo estos valores se relacionan con temas ambientales.

Asimismo, se ha confirmado que la EA en las universidades es un tema pendiente comparado con los resultados de otros países, los resultados de este estudio muestran que la formación de jóvenes universitarios en educación ambiental es similar. Por ello, se señala que los profesionistas de la educación son los encargados de tener sujetos es formación y estos a su vez carecen de los conocimientos, saberes y las actitudes para contener y mitigar los grandes problemas ambientales que la humanidad les ha heredado.

Otra investigación realizada por González Gaudiano (1998) titulada “¿Quién es quién en Educación Ambiental en Iberoamérica?”, realizada en 1997 en Guadalajara Jalisco consistió en un análisis exploratorio a partir de un cuestionario que se aplicó a los asistentes del Segundo Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental, el objetivo era identificar rasgos destacados en cuanto a las preocupaciones y áreas de interés para los educadores ambientales que asistieron a este evento.

Los resultados obtenidos indicaron que la mayoría de estos educadores ambientales trabajaban con jóvenes y adultos en áreas urbanas y al parecer no

tenían interés o conciencia de la importancia de llevarlas a cabo; aunque también se reflexionó que tal vez no existían las condiciones adecuadas para realizarla. Por otro lado, mostraban más interés por temas relacionados a la conservación de flora y fauna silvestre, a la protección de áreas protegidas, y al control de la contaminación ambiental. En cuanto a los encuestados mostraron que tenían conocimientos amplios ya que contaban con estudios de maestría y doctorado. En cuanto a las actitudes y valores sobresalieron conceptos como compromiso y responsabilidad al obtener un promedio alto. Finalmente, los encuestados consideraron que la orientación que debía seguir el campo de la Educación Ambiental era la necesidad de enfatizar lo social y comunitario, pero además consideraron que el reto al que se enfrentaban era convencer a los diferentes sectores y grupos sociales sobre la situación ambiental.

Por su parte, Lara, Fernández, Silva y Pérez (2007) realizó una investigación en la Universidad pública de la provincia mexicana, llamada "*Representaciones Sociales de alumnos de licenciatura universitaria sobre temas ambientales*", fue aplicada a 72 alumnos que estudiaban la licenciatura en Lenguas Extranjeras e Ingeniería Agronómica y Zootécnica mediante un cuestionario que contenía de 25 preguntas sobre el ambiente.

La finalidad de esta investigación fue saber la relación que tienen los jóvenes universitarios entre los conocimientos ambientales y su actuar social en ello, con la premisa de que entre mejores conceptos se manejan se podrá tener un mejor análisis de los problemas que existen en el medio ambiente.

La investigación concluyó que los estudiantes universitarios están conscientes de los problemas ambientales, pero hay desinformación al respecto, se pretende que estos resultados sean por el poco manejo de conceptos y lenguaje que los estudiantes presentan.

De igual manera García Ruiz (2013), realizó una investigación llamada "*Prospectivas de la educación ambiental: creencias y actitudes ambientales*", donde participaron 1200 estudiantes, de áreas de licenciatura como ciencias y humanidades, esta investigación se realizó con el fin de saber cuáles eran las actitudes de las diferentes licenciaturas.

Los resultados de esta investigación arrojaron que no hay diferencias relevantes de actitudes ambientales entre estas licenciaturas, también demuestran que los alumnos no cuentan con un conocimiento significativo sobre los problemas ambientales ya que no cuentan con información adecuada acerca de la Educación Ambiental, además de que ellos no se consideran parte del medio ambiente.

Una investigación actual realizada por Cantú-Martínez (2020) titulada “Actitudes proambientales en jóvenes universitarios”, en La Universidad Autónoma de Nuevo León tuvo como objetivo conocer las actitudes ambientales en estudiantes universitarios anteriormente habían estudiado materias de ecología y biodiversidad. Se realizó una encuesta a 52 estudiantes, mediante un cuestionario sobre actitudes ambientales. Los resultados de la investigación revelaron que el 84.6 % de los estudiantes tienen buena actitud hacia el medio ambiente y 15.4% restante una actitud moderada hacia el medio ambiente, además, se revela que tiene una gran disposición a la participación e intervención de conflictos sobre el medio ambiente, pero estas características podemos deducir que son debido a su formación académica ya que cuentan con suficiente información sobre los problemas ambientales y comprenden de dónde vienen esos problemas.

Por otra parte, en el marco internacional, un estudio realizado en Colombia por Mena, Jurado y Pérez en 2018, titulado “Motivos y justificaciones que condicionan la práctica de compras de prendas de vestir de moda en jóvenes universitarios”. Tuvo por objetivo medir el nivel de conciencia, compromiso y de acción de las generaciones más jóvenes respecto del consumo de agua, energía, reciclaje, donaciones y de la compra en general. En este sentido, el estudio cualitativo consistió en dinámicas grupales utilizando la técnica de collage para profundizar conceptos sobre consumo responsable, sociedad y ecología. En cuanto al cuantitativo, se realiza la investigación por medio de un cuestionario semiestructurado y a partir de una muestra de más de 400 casos de estudiantes universitarios de ambos sexos, se indaga sobre los estilos de vida de los jóvenes y también sobre los estilos de conductas responsables y sus acciones de consumo. Los resultados de la investigación muestran que los jóvenes van forjando valores y comportamientos a favor del medio ambiente gracias a la

educación recibida. La toma de decisiones de los consumidores tiende a ser poco racional y consciente, cabe mencionar que los existen diferentes comportamientos dependiendo al estilo de vida de cada grupo social, los jóvenes encajan en ser más consumidores.

Torres, Fonseca y Dávila realizaron una investigación en 2018 sobre el comportamiento económico titulado “Factores psicosociales que motivan el consumismo en los estudiantes universitarios”, especialmente de Factores Psicosociales y Consumismo en Ecuador tuvo por objetivo conocer los factores psicosociales que provocan el consumismo en jóvenes universitarios de las Facultades de Psicología y Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. En los resultados de la investigación se refleja que los universitarios no son tan consumistas, debido a que hay manifestaciones moderadas en su conducta económica evidenciando un buen nivel de planificación de sus compras. El estudio concluyó que es importante mantener una actitud prudente y cautelosa hacia el mercado acompañada de una formación en Ciudadanía Económica.

Por último, una estrategia pedagógica realizada por Parra y Chante (2020) situada en Colombia titulada “Las TIC como estrategia pedagógica para la enseñanza–aprendizaje hacia la conservación del medio ambiente en docentes de la Institución Educativa Bordones”. Tuvo como objetivo instruir a los docentes en la preservación del medio ambiente y a su vez orientarlos al manejo de las herramientas para su aplicación en el aula. La investigación de tipo cuantitativo fue realizada con 20 docentes. La finalidad del proyecto era el manejo de las TIC como estrategia pedagógica para concientizar. Se demostró que los docentes presentaron mayor dominio de la herramienta Google Drive, en la medida de la implementación de la propuesta. El instrumento para recolectar la información acorde a la propuesta didáctica se obtuvo tras la aplicación e interacción de los docentes en las diferentes tareas desde el uso de Google Drive. Los resultados de la prueba diagnóstica arrojaron que la gran mayoría de los docentes presentaban inexactitudes a la hora de aplicar las diferentes herramientas para planificar contenidos académicos, puesto que seleccionan la respuesta equivocada o responden términos que no son propios de las cuestiones. Se evidenció un porcentaje del 55% en el uso de herramientas tecnológicas por

parte de los docentes, de igual forma desconocen el manejo y uso de la herramienta, al igual que el 70% de los encuestados afirmaron que no reconocen las diferentes aplicaciones y el 30% afirma que sí. Por lo tanto, se infiere que los reconocimientos de las aplicaciones de google no son claras a la hora de elegir la opción, por lo que, la necesidad de claridad y conocimiento respecto a las aplicaciones de Google Drive, las utilidades del software y los recursos educativos no son fortalezas de los docentes de la Institución Educativa Bordonos.

Un artículo muy interesante publicado por Ávila Yaritza, Díaz Rogelio y Espinosa Lariza, en una universidad cubana llamado “La educación para el consumo sostenible de adolescentes y jóvenes” nos habla sobre la educación para el consumo sostenible desde la contextualización de los problemas ambientales de la sociedad cubana y del mundo poniendo énfasis en los valores ambientales que se fomentan en los estudiantes.

Este artículo nos menciona la relevancia de combatir tendencias consumistas y de utilización excesiva de recursos del medio ambiente ya que frecuentemente los adolescentes y jóvenes manifiestan tendencias consumistas, derroche de recursos del medio ambiente y actuaciones no responsables nos menciona que hay una contradicción con el propósito de Educación, en relación con la formación integral del estudiante cubano.

Uno de los puntos más relevantes de este artículo es que las tecnologías, los medios de comunicación y la escuela son de suma importancia en el desarrollo de la conciencia responsable de los nuevos ciudadanos, ya que existen demasiados productos en el mercado. Por ello nos menciona que educar para un consumo sostenible exige estimular la reflexión y el debate en cuanto a la relación entre frugalidad y derroche, sobre la base de discernir en cuanto a cuáles bienes son realmente necesarios y de cuáles podemos prescindir, sin afectar la calidad de vida, en pos de un auténtico bienestar.

Capítulo 3. Metodología

En este capítulo, se trabajó el contexto de la institución, así como también se caracterizó a los participantes de las diversas licenciaturas escolarizadas de la UPN Ajusco. Seguido de eso se describió el instrumento, con qué principios fue hecho y el objetivo de cada uno de los apartados. Por último, la descripción del procedimiento que se llevó a cabo para la selección de participantes.

Contexto

La Universidad Pedagógica Nacional Ajusco, se encuentra al sur de la Ciudad de México, en la alcaldía Tlalpan, siendo su dirección exacta Carretera al Ajusco No. 24 Col. Héroes de Padierna.

En la página oficial de la universidad (<https://www.upn.mx/>) podemos encontrar la misión visión y principios generales por los que se rige esta institución. Por esa razón se encuentran en este escrito.

Misión

Es una institución pública de educación superior con vocación nacional y plena autonomía académica; se orienta a la formación y desarrollo de profesionales de la educación y a la generación de conocimiento de acuerdo con las necesidades del país considerando la diversidad sociocultural. A partir de sus funciones sustantivas se vincula con el sector educativo, con organizaciones sociales e instituciones nacionales e internacionales, con el fin de atender la problemática educativa y el fomento a la cultura.

Visión

Es una institución pública de educación superior, autónoma y líder en el ámbito educativo, que ha ganado prestigio nacional y reconocimiento internacional debido a la calidad y pertinencia de su oferta educativa, la relevancia de su producción científica y su capacidad de intervención en esta área. Tiene un lugar estratégico en la discusión e instrumentación crítica de las políticas públicas educativas, y la atención a temas y problemas emergentes. Se distingue por su vocación social y su compromiso ético con la justicia, la equidad

y su especial consideración a los grupos en situación de discriminación o exclusión social.

Principios generales que orientan la UPN

La Universidad Pedagógica Nacional es una institución de educación superior, laica, pública y gratuita que atiende necesidades educativas, en congruencia con las demandas previsibles o emergentes de la sociedad planteadas en la diversidad del contexto político, económico cultural y social del país.

- Fundamenta su trabajo académico en el desarrollo y la innovación pedagógica, en los nuevos aprendizajes, en las ciencias, las humanidades y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
- Desarrolla de forma articulada actividades de investigación, docencia, difusión y extensión universitaria en el campo de la educación.
- Participa en la generación, aplicación y difusión de nuevos conocimientos en el campo de la educación.
- Promueve la reflexión independiente, crítica y responsable. Asimismo, reconoce la universalidad y diversidad del pensamiento.
- Ofrece formación en el campo de la pedagogía y las ciencias de la educación con planes y programas de estudio flexibles y de calidad.
- Atiende diversas demandas de formación profesional en educación, así como de actualización, superación y especialización, permanente de profesionales de la educación en diversos niveles y modalidades educativas.
- Promueve la formación de sus estudiantes bajo el principio de "Educar para Transformar" y asume las propuestas de la UNESCO relativas a lograr una educación orientada al desarrollo humano y sustentable: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a convivir.
- Desarrolla permanentemente tareas de divulgación del conocimiento de la ciencia y la tecnología; la difusión de la cultura, y la extensión de servicios, vinculadas con el desarrollo educativo y las necesidades de diferentes sectores sociales del país.

- Desarrolla la evaluación como una acción sustantiva para mejorar su desempeño académico, apoyar la planeación y gestión institucional y valorar su impacto social y educativo, de acuerdo con valores de pluralidad, participación, responsabilidad social y calidad académica.
- Revisa permanentemente su estructura, organización y normatividad e impulsa transformaciones pertinentes para elevar la calidad de su trabajo académico, a fin de responder a sus compromisos con la educación pública y la sociedad en general.
- Propicia y apoya, a través de diversas estrategias, la formación continua de todo su personal.
- Se vincula con diferentes sectores de la sociedad, con instituciones y organismos nacionales e internacionales, en actividades de intercambio y colaboración académica en diferentes ámbitos del campo educativo.
- Asume la libertad de cátedra y de investigación en el marco establecido en sus planes, proyectos y programas institucionales.
- Desarrolla su trabajo de manera colegiada a partir de grupos académicos vinculados a la docencia, la intervención educativa, la difusión y la investigación para atender los problemas educativos del país.

La unidad Ajusco cuenta con servicios de apoyo, recreativos y de estudio como son:

- Librería Paulo Freire
- La Biblioteca Gregorio Torres Quintero
- Ludoteca.
- PAT (Programa de Apoyo Titulación).
- Auditorios (Lauro Aguirre, A, B, C, D).
- Aula Magna.
- Cubículos.
- Canchas deportivas de futbol y basquetbol

- Gimnasio
- Servicios de cómputo
- Servicios escolares.
- Servicio de fotocopiado.
- Servicio Médico
- Estacionamiento.
- Transporte para personal y alumnos.
- Comedor, cafetería y restaurante

En esta Institución se forman profesionales de la educación como se mencionó anteriormente. La unidad Ajusco (en la cual se realizó esta investigación) cuenta con cinco áreas académicas las cuales son: Política educativa, procesos Institucionales y Gestión; Diversidad e Interculturalidad; Aprendizaje y Enseñanza en Ciencias, Humanidades y Artes; Tecnologías de Información y Modelos Alternativos, por último, Teoría Pedagógica y Formación Docente. Cabe mencionar que también hay un Centro de Enseñanza y Aprendizaje de Lenguas. En la página oficial se puede encontrar cada una de las descripciones de estas áreas.

Hay cinco licenciaturas presenciales, que son: Administración Educativa, Educación Indígena, Sociología de la Educación, Psicología Educativa y Pedagogía. Las Licenciaturas en Educación e Innovación Pedagógica y de Enseñanza del Francés son a distancia.

La Universidad también cuenta con las siguientes especializaciones: Computación y Educación, Género en Educación, Educación Integral de la Sexualidad y Enseñanza del Español en la Educación Básica. La especialización de Enseñanza y Aprendizaje de inglés como Lengua Extranjera se imparte en línea.

En cuestión de maestrías se encuentra la Maestría en Desarrollo educativo las cual tiene distintas líneas, las cuales son: Maestría en Educación Básica

(MEB), Maestría en Educación Ambiental, Maestría en Educación con Campo en Planeación Educativa (MECPE)

Por último, hay tres doctorados: Doctorado en Educación, Doctorado en Política de los Procesos Socioeducativos y Doctorado en Educación y Diversidad.

A continuación, se desarrolla y analiza cada una de las licenciaturas que se imparten de manera presencial en la Universidad Pedagógica Nacional unidad Ajusco y su relación con la Educación Ambiental enfocada al consumismo.

Licenciatura en Pedagogía.

El objetivo central citado de la página oficial UPN (2019) en cuanto a la licenciatura es: “Formar profesionales capaces de analizar la problemática educativa y de intervenir de manera creativa en la resolución de la misma mediante el dominio de las políticas, la organización y los programas del sistema educativo mexicano”.

En objetivo principal no hace mención en ningún momento acercamiento al medio ambiente y cómo podemos ver en el mapa curricular a continuación, no existe algún momento en el que se hable de este tema:

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA

MAPA CURRICULAR							
TOTAL DE MATERIAS: 40							
TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA: 332							
FORMACIÓN INICIAL			FORMACIÓN PROFESIONAL			CONCENTRACIÓN EN CAMPO O SERVICIO	
Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre
El Estado Mexicano y los Proyectos Educativos (1857-1920) 1502	Institucionalización, Desarrollo Económico y Educación (1920-1968) 1507	Crisis y Educación en el México Actual (1968-1990) 1512	Planeación y Evaluación Educativa 1582	Organización y Gestión de Instituciones Educativas 1587	Epistemología y Pedagogía 1592	Seminario-Taller de Concentración 1532	Seminario-Taller de Concentración 1537
Filosofía de la Educación 1571	Historia de la Educación en México 1575	Aspectos Sociales de la Educación 1579	Educación y Sociedad en América Latina 1583	Bases de la Orientación Educativa 1588	La Orientación Educativa: sus Prácticas 1593	Curso o Seminario Optativo 7-I 1533	Curso o Seminario Optativo 8-I 1538
Introducción a la Psicología 1572	Desarrollo, Aprendizaje y Educación 1576	Psicología Social: Grupos y Aprendizaje 1580	Comunicación y Procesos Educativos 1584	Comunicación, Cultura y Educación 1589	Programación y Evaluación Didácticas 1594	Curso o Seminario Optativo 7-II 1534	Curso o Seminario Optativo 8-II 1539
Introducción a la Pedagogía I 1573	Teoría Pedagógica: Génesis y Desarrollo 1577	Teoría Pedagógica Contemporánea 1511	Didáctica General 1585	Teoría Curricular 1590	Desarrollo y Evaluación Curricular 1595	Curso o Seminario Optativo 7-III 1597	Curso o Seminario Optativo 8-III 1540
Ciencia y Sociedad 1574	Introducción a la Investigación Educativa 1578	Estadística Descriptiva en Educación 1581	Seminario de Técnicas y Estadísticas Aplicadas a la Investigación Educativa 1586	Investigación Educativa I 1591	Investigación Educativa II 1596	Seminario de Tesis I 1531	Seminario de Tesis II 1536

Recordemos que la pedagogía pretende mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje en cualquier nivel educativo, como se mencionó anteriormente la

educación debe propiciar actitudes y valores, así como competencias para mejorar y desenvolverse en diferentes contextos de la sociedad García-Ruiz y Calixto (2016). Pero no solo eso, la pedagogía abarca un sin fin de tareas referentes a la educación es por ello la pedagogía es fundamental para socializar en las generaciones actuales y futuras los problemas referentes a nuestro contexto, en este caso particular los problemas referentes al medio ambiente, la pedagogía debe lograr en los estudiantes un pensamiento crítico para poder actuar responsablemente con nuestro consumo diario.

Licenciatura en Psicología Educativa

El objetivo, retomado de la página oficial de la UPN (219) es “Formar profesionales con una actitud de servicio y trabajo dirigidos a la comunidad educativa (autoridades, padres, maestros y alumnos) otorgando un reconocimiento amplio de los avances teóricos y los recursos metodológicos de la psicología y otras disciplinas afines, para comprender y atender problemas educativos asociados a procesos de desarrollo, aprendizaje y socialización de los individuos a nivel del currículo formal, el salón de clase, el grupo escolar y la institución educativa”. De igual forma no existe en el objetivo ni en el mapa curricular algún momento que se hable acerca del medio ambiente:

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA

MAPA CURRICULAR							
TOTAL DE MATERIAS: 38							
TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA: 332							
FASE INICIAL			FASE PROFUNDIZACIÓN			FASE INTEGRACIÓN	
Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre
Introducción a la Psicología 7444	Estadística I 7357	Estadística II 7362	Enfoques y Métodos de Investigación 7367	Métodos Cuantitativos 7372	Métodos Cualitativos 7377	Seminario Diseño Metodológico 7382	Seminario de Titulación 7386
Psicología Evolutiva de la Infancia 7445	Psicología Evolutiva de la Adolescencia 7358	Psicología Evolutiva de la Adulthood y Vejez 7363	Evaluación Psicopedagógica 7368	Adecuaciones Curriculares 7373	Educación Inclusiva 7378	Taller de Prácticas Profesionales I [®] 7383	Taller de Prácticas Profesionales II [®] 7387
Introducción a la Psicología Educativa 7446	Aprendizaje 7359	Estrategias de Aprendizaje 7364	Aprendizajes Escolares 7369	Aprendizajes en Contextos Culturales 7374	Temas Selectos en Asesoramiento Psicopedagógico 7379	Temas Selectos ^{®®} 7384	Temas Selectos ^{®®} 7388
Psicología Social de la Educación 7447	Socialización 7360	Comunicación e Interacción Social 7365	Procesos de Grupo 7370	Organización Escolar 7375	Orientación y Apoyo Psicopedagógico 7380	Temas Selectos ^{®®} 7385	Temas Selectos ^{®®} 7389
Estado, Sociedad y Educación 7356	Sociedad y Educación en el México Actual 7361	Curriculum 7366	Planeación de la Enseñanza 7371	Comunicación Educativa 7376	Temas Selectos en Diseño de Proyectos Educativos 7381		

Y bien la psicología juega un papel fundamental en el consumismo ya que, como lo vimos anteriormente, el consumismo crea erróneamente una necesidad

de comprar cosas que no necesitamos, existen personas que su consumo lo llevan a tal grado de convertirlo en una enfermedad ya que constantemente quieren más y más y no pueden parar, es por ello que el perfil del psicólogo educativo “cuenta con los conocimientos generales acerca del desarrollo humano y los procesos de aprendizaje para diseñar y llevar a cabo programas de intervención y apoyo psicopedagógico que fortalezcan el desarrollo autónomo y capacidad de actuación de los educandos y comunidades de aprendizaje en ámbitos escolares y extraescolares” (sitio web UPN 2019), de esta manera la psicología busca instruir de manera positiva a la reflexión de los problemas con el fin de que los estudiantes tomen conciencia sobre sus hábitos y actitudes.

Licenciatura en Administración Educativa

De acuerdo con la página oficial de la UPN (2019) el objetivo de la licenciatura es “Formar profesionales de la educación en la Administración y Gestión con una perspectiva multidisciplinaria basada en el análisis de diversos enfoques, modelos y teorías, que habilite a los egresados en la selección, análisis y utilización de principios, métodos y técnicas para la intervención en instituciones, organizaciones e instancias del Sistema Educativo Nacional”.

De igual manera ni el objetivo ni en el mapa curricular de la licenciatura existe alguna mención sobre el cuidado del medio ambiente:

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA

MAPA CURRICULAR								
TOTAL DE MATERIAS: 49								
TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA: 344								
FASES	INICIAL			PROFUNDIZACIÓN			INTEGRACIÓN	
LÍNEAS	Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre
Histórica Filosófica Educativa	Fundamentos de Sistemas Educativos 7402	Desarrollo del Sistema Educativo I 7408	Problemas Actuales del Sistema Educativo 7414	Prácticas y Gestión Escolar: el Currículum 7420	Innovación y Cambio Organizacional 7426	Optativa 7432	Prácticas Profesionales I 7438	Prácticas Profesionales II 7441
Política Educativa	Estado, Gobierno y Sociedad 7403	Política Educativa Comparada 7409	Políticas Públicas y Educación 7415	Gestión de la Política Educativa 7421	Evaluación de Políticas Públicas 7427	Optativa 7433		
Metodológica	Introducción a la Investigación 7404	Métodos y Técnicas para el Estudio de los Sistemas Educativos 7410	Herramientas para la Gestión y Administración Educativa 7416	Problemática en el Campo de la Gestión y Administración Educativa 7422	Diagnóstico en la Gestión y Administración Educativa 7428	Prácticas Profesionales: Campos de Intervención 7434	Optativa 7439	Optativa 7442
Gobierno de los Sistemas Educativos	Fundamentos de la Administración y la Gestión Educativa 7405	Legislación Educativa en México 7411	Economía y Educación 7417	Finanzas Públicas 7423	Planeación y Evaluación Educativas 7429	Optativa 7435	Optativa 7440	Optativa 7443
Gobiernos de los Sistemas Educativos	Teorías de la Organización 7406	Desarrollo Organizacional 7412	Factor Humano en Educación 7418	Administración Financiera 7424	Administración y Gestión de Organizaciones Educativas 7430	Optativa 7436		
Matemáticas, Sistemas de Información y Tecnologías	Sistemas de Información 7407	Matemáticas Aplicadas a la Administración Educativa 7413	Estadística e Indicadores Educativos 7419	Administración de Operaciones 7425	Tecnologías de la Información y la Comunicación 7431	Optativa 7437		

La administración educativa también propone estrategias para hacer más eficiente la gestión en el sistema educativo, pero como sabemos, el sistema educativo no pone énfasis en la educación ambiental, lo cual es una situación lamentable ya que la educación ambiental es tan indispensable como las matemáticas o el español, Con la administración se puede hacer una buena gestión ambiental reduciendo los niveles de contaminación en el aire, en el agua, suelo, digital y hasta auditiva de igual manera se puede reducir el impacto del efecto invernadero.

Licenciatura en Educación Indígena

La Licenciatura en Educación Indígena tiene como propósito central: “Formar cuadros profesionales que afronten crítica y creativamente los problemas de la educación indígena en contextos institucionales y comunitarios tanto rurales

como urbanos y que sean capaces de producir, asesorar, acompañar y evaluar propuestas educativas más pertinentes en esos contextos”

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN EDUCACIÓN INDÍGENA

MAPA CURRICULAR										
TOTAL DE MATERIAS: 36										
TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA: 118										
Ejes transversales de formación		FORMACIÓN BÁSICA					CAMPO DE FORMACIÓN PROFESIONAL**			
		Líneas	Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre
Derechos humanos y derechos de los pueblos indígenas	Equidad, pertinencia cultural y diálogo de saberes	Prácticas bilingües y revitalización de las lenguas y culturas indígenas	Línea Lenguajes y herramientas para la profesión	Uso y Reflexión sobre las Lenguas Indígenas 7491	Lengua y Práctica del Discurso Académico 7496	Procesamiento de la Información Numérica 7501	Medios Tecnológicos para la Profesión 7506	La Interpretación en la Construcción de Conocimiento 7511	Por Campo 7516	Por Campo 7521
			Línea Educación comunitaria	Procesos Educativos Comunitarios 7492	Epistemologías Indígenas 7497	Experiencias de Educación desde la Comunidad 7502	Pedagogías Propias e Interculturalidad 7507	Educación Intercultural y Diálogo de Saberes 7512	Por Campo 7517	Por Campo 7522
			Línea Procesos educativos institucionalizados en contextos de diversidad sociocultural	Aprender y Enseñar en la Escuela 7493	Proyectos Educativos en Contextos de Diversidad 7498	Currículo Culturalmente Pertinente 7503	Didácticas en Contextos de Diversidad Sociocultural 7508	La Escuela en Acción: Gestión Pedagógica y Curricular 7513	Por Campo 7518	Por Campo 7523
			Línea Pueblos indígenas, diversidad y ciudadanía	Los Movimientos Sociales Indígenas en el Desarrollo Histórico de México I 7494	Los Movimientos Sociales Indígenas en el Desarrollo Histórico de México II 7499	Debate Contemporáneo en torno a la Relación Estado-Pueblos Indígenas 7504	Ciudadanía, Diversidad y Escuela 7509	Políticas Educativas con Pertinencia Cultural y Enfoque de Derechos 7514	Optativa 7519	Optativa 7524
			Línea Educación bilingüe	Dinámica Social de las Lenguas Indígenas 7495	Educación Bilingüe en América Latina 7500	Lenguaje, Cognición y Cultura 7505	Bilingüismo y Multilingüismo 7510	Política del Lenguaje y Planificación Lingüística 7515	Optativa 7520	Optativa 7525
									Seminario-taller de elaboración de trabajo de titulación por Campo 7526	

La educación indígena es esencial para que la educación ambiental llegue a todos los rincones de nuestro diverso país, todos debemos de tener acceso a la educación ambiental sin importar qué lenguas hablemos, todas las personas tenemos que estar bien informados sobre lo que está pasando en nuestro planeta, por ello como se menciona en el sitio oficial UPN (2019) “los profesionales generarán proyectos, programas y planes para la formación y desarrollo de profesionales y poblaciones indígenas, y otros educadores indígenas y no indígenas para la solución de la problemática de la educación bilingüe, plurilingüe y multicultural, en comunidades rurales, en el medio urbano y en los espacios de migración”. Todos somos parte del medio ambiente y con la educación indígena no dejaremos a un lado a aquellas personas que no hablen nuestro mismo lenguaje todos somos parte del problema y seremos parte de la solución también.

Licenciatura en Sociología de la educación

De acuerdo con la página oficial de la UPN (2019) el objetivo de esta licenciatura es “Formar profesionales que contribuyan a la elaboración e instrumentación de políticas, planes y proyectos que repercutan favorablemente en la solución de los problemas socioeducativos del país, en base al estudio de la relación educación-sociedad, así como de un sólido instrumental analítico que les permita comprender y valorar las tendencias y características del desarrollo nacional”.

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN

MAPA CURRICULAR							
TOTAL DE MATERIAS: 40							
TOTAL DE CRÉDITOS DE LA LICENCIATURA: 336							
FORMACIÓN INICIAL			FORMACIÓN PROFESIONAL			CONCENTRACIÓN EN CAMPO O SERVICIO	
Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre
Historia Social Contemporánea (Siglo XIX) 1665	Historia Social Contemporánea (Siglo XX) 1668	Comprensión y Producción de Textos 1626	Estadística Educativa I 1677	Estadística Educativa II 1682	Metodología 1685	Seminario de Tesis I 1531	Seminario de Tesis II 1536
Ciencia y Sociedad 1574	Política Educativa 1669	Sistema Educativo Nacional 1673	Estratificación y Clases 1678	Sociología Política (Teoría del Estado) 1514	Técnicas de Investigación 1686	Seminario-Taller de Concentración I 1532	Seminario-Taller de Concentración II 1537
Formación Social Mexicana (Siglo XIX) 1631	Formación Social Mexicana (Siglo XX) 1670	Teoría Económica 1674	Economía Mexicana Contemporánea 1679	Educación y Sociedad en América Latina 1583	Sociología del Currículum 1687	Curso o Seminario Optativo 7-I 1533	Curso o Seminario Optativo 8-I 1538
Problemas de la Educación en México 1666	Sociología de la Educación 1671	Educación, Cultura y Comunicación 1675	Educación y Economía 1680	Educación, Sociedad e Ideología 1683	Seminario de Problemas de la Educación en México 1688	Curso o Seminario Optativo 7-II 1534	Curso o Seminario Optativo 8-II 1539
Fundamentos de Sociología 1667	Teoría Sociológica I 1672	Teoría Sociológica II 1676	Teoría Sociológica III 1681	Sociología de América Latina 1684	Análisis del Discurso 1689	Curso o Seminario Optativo 7-III 1535	Curso o Seminario Optativo 8-III 1540

La sociología es la encargada de analizar a la sociedad humana, a los diferentes grupos humanos y sus relaciones, como lo hemos mencionado el ser humano debe sentirse perteneciente de la naturaleza para poder protegerla, cuidarla y respetarla la tarea aquí de la sociología es encargarse de que cada individuo se sienta parte del medio, que se analice las acciones que estamos haciendo mal que reflexionemos el cómo nuestros hábitos de consumo y comportamiento están destruyendo al mundo.

Para finalizar hablaremos de la Maestría en Desarrollo Educativo-Educación ambiental

El objetivo de la maestría Desarrollo Educativo en la línea de Educación Ambiental, es “proporcionar a los estudiantes herramientas conceptuales y

metodológicas para el desarrollo de proyectos de investigación e intervención pedagógica que posibiliten la generación de conocimiento, la propuesta de soluciones a problemas propios de la práctica profesional, el dominio disciplinario y el desarrollo de una actitud positiva hacia el ambiente”.

También nos menciona que se busca “formar profesionales de la educación capaces de analizar, problematizar y sistematizar planteamientos teóricos, prácticos y metodológicos e intervenir en la realidad educativa y ambiental con propuestas que les permitan construir y proponer alternativas de prevención, mitigación, adaptación, solución y transformación en materia de educación ambiental, a partir de los ámbitos de intervención e investigación en los que se desempeñan”.

Como podemos notar la maestría en la línea de la Educación ambiental está enfocada al 100% a los problemas ambientales, hay un propósito muy claro que es el análisis, la intervención, la construcción de propuestas y alternativas de prevención, pero es solo hasta la maestría que como estudiantes tenemos acceso a la educación ambiental de una manera educativa. En cambio, referente a las 5 licenciaturas impartidas en la UPN no existe algún enfoque en el medio ambiente, ni ningún objetivo o reflexión para este tema tan relevante en nuestra actualidad.

Participantes

Es por ello que, uno de los objetivos de esta investigación es diagnosticar a la población estudiantil escolarizada de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco para saber cuáles son sus conocimientos sus hábitos y actitudes hacia el medio ambiente. De tal forma que se seleccionó una muestra de estudiantes, la gran mayoría de la Licenciatura en Pedagogía, aunque sin dejar de lado a las otras cuatro licenciaturas y algunos otros participantes de maestría.

A continuación, se mostrarán datos relevantes de la muestra.

	Edad	Genero		Semestre				Total de muestra
		F	M	2°	4°	6°	8°	
Pedagogía	20 a 29 años	73%	26%	32%	21%	20%	27%	56 alumnos
Psicología educativa	19 a 27 años	67%	33%	25%	30%	30%	15%	15 Alumnos
Administración Educativa	20 a 30 años	80%	20%	20%	20%	20%	40%	10 Alumnos
Educación Indígena	20 a 28 años	100 %	0	15%	20%	25%	40%	11 Alumnos
Sociología de la educación	19 a 28 años	60%	40%	20%	20%	40%	20%	5 Alumnos

	Edad	Genero		Semestre				Total de muestra
		F	M	1°	2°	3°	4°	
Maestría	29 a 35 años	72%	28%	17%	11%	28%	44%	18 alumnos

Instrumento

La elaboración de este instrumento estuvo basada en un cuestionario que forma parte de una tesis de maestría *Educación para el Consumo Sustentable: Un cambio de actitud en profesores en formación de dos países latinoamericanos* (Ávila, 2016) la cual fue dirigida por la Dra. Mayra García Ruiz. A este instrumento se le hicieron diversas modificaciones para adecuarlo al interés que persigue esta investigación, de tal forma que logrará recolectar la información deseada, las últimas dos secciones del instrumento fueron adaptadas de previas investigaciones sobre actitudes y pensamiento crítico de la Dra. Mayra García Ruiz. Partiendo de esto, se aplicó a un par de personas para ver si cumplía con su objetivo, al igual que fue valorada por dos expertos en el tema.

Teniendo esto como precedente, se terminó de construir y pulir la encuesta definitiva (ver anexo 1). Las preguntas fueron cerradas, contiene opciones de

respuesta previamente seleccionadas, debido a que resultan más conciso y fácil de analizar (Hernández Sampieri, 2014). En este cuestionario lo que se utilizó fue una escala de Likert la cual “[es un] conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Hernández Sampieri, 2014, p. 238). La utilización de este método es con la finalidad de presentar varias opciones posibles, para que el lector pueda elegir una opción con la que se sienta más identificado. De tal forma que el cuestionario quedó compuesto de la siguiente manera:

En un principio tiene una breve introducción que menciona cuáles son los fines y el agradecimiento por tomarse el tiempo de contestar el instrumento.

El siguiente apartado incluye los datos generales de los respondientes, son dos preguntas que dan a conocer el programa en el que se encuentran inscritos y el semestre al que pertenecen.

La primera sección incluye una escala tipo Likert con dieciséis afirmaciones las cuales pueden ser contestadas con cuatro opciones (TA, totalmente de acuerdo; A, acuerdo; D, desacuerdo; TD, totalmente desacuerdo). El objetivo de este apartado es indagar uno de los componentes de la actitud que se refiere a las creencias y conocimientos que los estudiantes tienen acerca del tema.

La sección dos, cuenta con veintiún ítems que hablan acerca de hábitos de consumo, ahorro, reciclaje, etc. Igualmente cuenta con cuatro opciones de respuesta (Frecuentemente, F; Algunas veces, AV; Rara vez, RV; Nunca, N).

En la sección tres y cuatro podemos encontrar diez afirmaciones en total, las cuales cuentan con opciones múltiples para responder a cada uno de los ítems. Se buscaba conocer los hábitos de consumo referentes a lo que compran, y la manera en la que perciben la publicidad, así como su opinión acerca de las marcas de ropa.

En el quinto apartado nos encontramos con cuatro ítems, cada uno tiene cuatro posibles respuestas (Frecuentemente, F; Algunas veces, AV; Rara vez, RV; Nunca, N). Aquí se buscaba descubrir sus preferencias al consumir y en qué características se fijan al comprar algunos productos.

La sexta sección cuenta con trece afirmaciones teniendo cuatro opciones (Muy Importante, MI; Importante, I; Poco Importante, PI; Nada Importante, NI) para contestar. Se mencionan situaciones personales de cómo al respondiente le gustaría vivir y de qué forma se sentiría pleno.

La séptima parte posee un diferencial semántico, que son una serie de antónimos a través de los cuales se caracteriza el componente afectivo de la actitud, ante los cuales se solicita el sentir de los participantes presentando varias opciones y la persona selecciona aquella que en mayor medida refleje su afectividad hacia el objeto de actitud.

Por último, se presentan dos escenarios posibles de la vida cotidiana. A cada uno le corresponden varias hipótesis o inferencias, el trabajo del estudiante es responder qué tan verdadera pudiera ser esa proposición, para lo cual cuenta con cinco opciones a elegir (verdadera, probablemente verdadera, información insuficiente, probablemente falsa, falsa).

Procedimiento

La encuesta se elaboró previamente en un documento de Word el cual fue revisado y validado por algunos docentes. Seguido de esto se realizó un vaciado de datos en la plataforma de documentos Google para formular la encuesta digital. Una vez digitalizada se difundió a los estudiantes.

De acuerdo con el instrumento planteado la muestra que se ocupó para el formulario fueron alumnos de las siguientes licenciaturas de la Universidad Pedagógica Nacional: pedagogía, psicología educativa, administración educativa, educación indígena y sociología de la educación de los siguientes grados 2° 4° 6° 8 ° Igualmente se aplicó a algunos alumnos de maestría.

Para recolectar información, se socializa la encuesta vía internet, como anteriormente se mencionó, es una manera de no generar residuos y ser más accesible para los encuestados.

Construcción de la Página Web.

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta, logramos ver las necesidades de los estudiantes y con ello lograr la elaboración de la página web.

Para elaborar la página web utilizamos un programa para desarrollar páginas web llamado "Wix" esta herramienta nos ayudó mucho para su creación, ya que es muy fácil de manejar y contiene diversos tipos de plantillas, estas se pueden elegir o puedes crear tu propio diseño.

Cada pestaña está elaborada con el propósito de informar con base las necesidades que pudimos detectar, se añadieron videos explicativos e imágenes relevantes para cada tema.

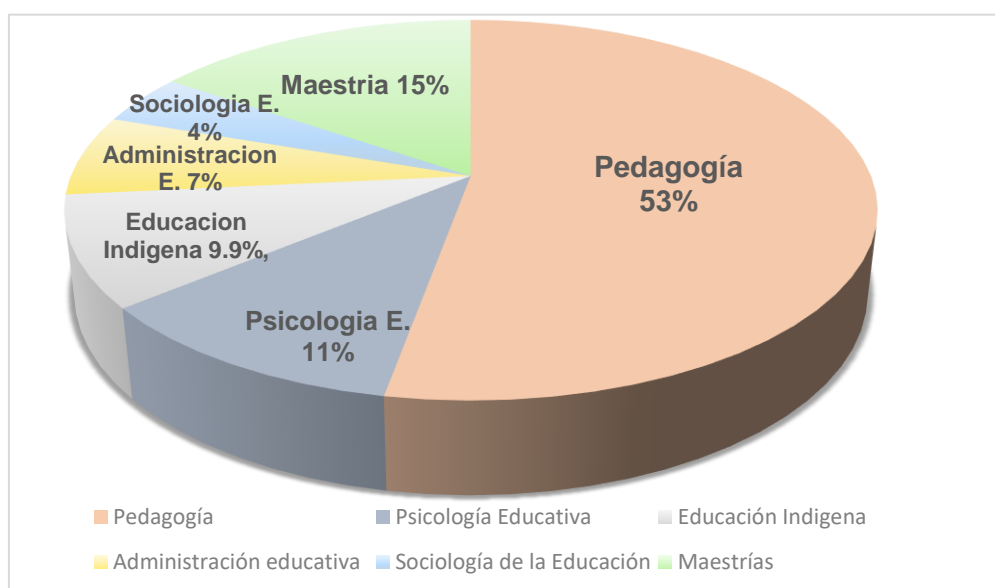
Con el siguiente link se puede acceder a la página creada <https://gediea15.wixsite.com/educacion-ambiental>.

Capítulo 4. Resultados

En este capítulo se expondrán los resultados que se obtuvieron con el cuestionario, así como también se analizará la información que se obtenga de cada de una de las preguntas que los estudiantes de la UPN-Ajusco contestaron, cabe mencionar que las respuestas serán separadas en dos bloques de estudiantes, en el primer bloque se presentan los resultados de los alumnos de licenciatura, en el segundo bloque se describen los resultados de los estudiantes de maestría. El cuestionario cuenta con un total de 8 apartados como se mencionó anteriormente. La información se presenta en porcentajes para facilitar su comprensión.

Es importante mencionar que los resultados presentados a continuación no son comparables, es decir, que los resultados de las licenciaturas no van a ser comparados con los resultados obtenidos de los estudiantes de maestría. Esto debido a que la muestra de maestría es muy pequeña y estadísticamente no se puede realizar este proceso. Si bien es cierto que se hace alguna mención que pareciera hacer referente a una confrontación de estos dos grupos, la finalidad es meramente cualitativa y no cuantitativa.

A continuación, se presenta una gráfica del porcentaje de participantes de las diversas licenciaturas y algunas maestrías que participaron en este instrumento.



Apartado 1

Esta sección o apartado como recordaremos incluye una escala tipo Likert con dieciséis afirmaciones, las cuales pueden ser contestadas con cuatro opciones (TA, totalmente de acuerdo; A, acuerdo; D, desacuerdo; TD, totalmente desacuerdo).

Tabla 1. Muestra el porcentaje de estudiantes que manifestaron sus creencias y actitudes acerca de algunos temas ambientales. L: licenciatura, M: maestría

ÍTEMS	TA- A		D-TD	
	L	M	L	M
1.-La educación ambiental nos permite comprender las relaciones de interdependencia con el entorno.	97	100	3	0
2.-Yo pienso que todas las personas deben tener conocimientos ambientales, sin importar a qué se dediquen.	98	100	2	0
3.-Me parece que una gran amenaza hacia el medio ambiente proviene del sistema político y económico que impera en mi país.	85	95	15	5
4.-Considero que el consumismo tiene repercusiones ambientales fuertes en la actualidad.	99	100	1	0
5.-El Desarrollo Sustentable se refiere a satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.	73	72	27	28
6.-La Educación Ambiental estudia las interacciones que determinan la distribución, abundancia y organización de los organismos en los ecosistemas.	91	72	9	28
7.-Considero muy importante que en los planes y programas oficiales desde preescolar hasta educación superior se incluyan asignaturas obligatorias sobre Educación Ambiental.	96	78	4	22
8.- Yo creo que si los alumnos conocen los problemas ambientales podrían ayudar a proteger el medio ambiente.	95	100	5	0
9.-El consumismo es la acción de consumir responsablemente.	27	5	73	95

10.-En mi casa puedo gastar toda la electricidad que quiera si yo la pago.	11	0	89	100
11.- Yo pienso que el ser humano tiene derecho a hacer uso de los recursos naturales, aunque debe controlar este proceso.	79	78	21	22
12.- Yo creo que el modelo actual de desarrollo económico debería transformarse para que sea compatible con la conservación del medio ambiente.	98	100	2	0
13.-Yo considero que los problemas medioambientales deben dejarse a los expertos.	29	0	71	100
14.-Pienso que cada uno de nosotros puede hacer una contribución importante a la protección del ambiente.	98	100	2	0
15.-Prefiero los productos que se utilizan solo una vez por qué son más higiénicos y ahorran tiempo.	21	5	79	95
16.-Me parece que el problema de los residuos sólidos se genera porque cada vez consumimos más cosas innecesarias.	93	100	7	0

En la 1 pregunta, se buscó conocer un poco acerca de la formación que tiene los estudiantes, y si saben el significado de la EA, la gran mayoría de la población de las licenciaturas el 97% y un 100% de las maestrías contestaron favorablemente ante esta afirmación, dejando ver que sí tenían algo de noción acerca de una de las características de esta disciplina. Sin embargo, hay una contradicción con el ítem 6, debido a que el 91% de licenciaturas y el 72% de las maestrías contestaron estar de acuerdo con en esta afirmación, confundiendo la EA con ecología, con lo cual se puede visibilizar que muchos de los encuestados no tienen una idea muy acertada del significado de la EA.

Tener conocimientos ambientales sin ser unos profesionales en el tema y, como futuros profesionales de la educación, parece fundamental. Por esa razón, la pregunta 2 va enfocada en este sentido, a lo cual casi la totalidad, el 98% de encuestados estuvieron de acuerdo con este ítem, siendo solo un 2% los que no están de acuerdo, claro esta proporción no parece preocupante, sino al contrario, es muy benéfico para la sociedad encontrarnos con una buena proporción que

consideran bueno tener conocimientos ambientales. Y podemos encontrar que todos (100%) los alumnos de maestría están de acuerdo con la afirmación.

Como sabemos, vivimos en una sociedad capitalista y consumidora, la cual es un tanto culpable de gran cantidad de daños provocados en el medio ambiente. Por lo cual se buscaba conocer con el ítem 3 si consideran que el sistema político y económico actual tiene gran culpa de la situación ambiental que se vive. Nos encontramos que el 97% de licenciatura y el 100% de maestría están de acuerdo con esta premisa, aunque claro debemos recordar que no todo es culpa de estos sectores, y que hay varios factores más que propician el deterioro ambiental (por ejemplo, la generación de electricidad, el uso de combustible fósil para el transporte, o hasta una erupción volcánica).

Muchos de nosotros sabemos que consumir en exceso puede ser bastante perjudicial para el medio ambiente Por eso la afirmación 4 menciona que el consumismo tiene repercusiones en el ambiente, a lo cual el 99% de las licenciaturas y el 100% de maestría estuvo de acuerdo con este enunciado. Muchos de nosotros sabemos que consumir en exceso puede ser bastante perjudicial para el medio ambiente

En la afirmación 5 se menciona que el desarrollo sustentable satisface las necesidades del presente sin comprometer a las de generaciones futuras. Por lo cual esperamos que la mayoría respondiera favorablemente, ya que era muy clara la idea, nos encontramos que una gran parte 73% de licenciatura y 72% de maestría respondió que está de acuerdo y totalmente de acuerdo con este enunciado.

Puede ser comprensible que los estudiantes sepan cual es el concepto o a qué se refiere la Educación Ambiental y por ende lo confundan, en este caso con ecología. Sin embargo, se esperaba que la porción que cometiera esta equivocación fuera menor, debido a que nos encontramos con un 91% de estudiantes de licenciatura y el 72% de maestría, estaban de acuerdo con el ítem 6 en que la Educación Ambiental estudia las interacciones que determinan la distribución, abundancia y organización de los organismos en los ecosistemas, lo cual se considera un poco preocupante la gran cantidad de población que desconoce el término.

Sin embargo, los participantes se muestran interesados en recibir una formación ambiental debido a que la gran mayoría (96%) de estudiantes de la licenciatura y el 78% de encuestados de maestría, están de acuerdo con que la Educación Ambiental debería ser parte de la formación básica para todos los alumnos.

Como futuros profesionales de la educación, y teniendo en cuenta que casi la mitad de la población es de la Licenciatura en Pedagogía, tuvimos en cuenta los planes y programas de estudio de educación básica. Tomando a consideración que la EA debería encontrarse en estos programas y tenerla como una formación intrínseca al sistema escolarizado, lo cual puede ser importante para tener una educación de base inicial en estos aspectos, esa premisa se puede encontrar en el ítem 8. El 95% de los de licenciatura y el 100% de maestría estuvieron de acuerdo con que esta disciplina también debería formar parte de la currícula. Esto es importante debido a que los participantes pueden considerar que es un tema que necesita ser estudiado y más conocido, que no solo sea para las personas que les interesa sino también para tener una formación formal sobre el tema.

El objetivo del ítem 9 es conocer si los estudiantes tienen información o conocimiento de lo que es el consumismo, en esta afirmación se dice que el consumismo es la acción de tener un consumo responsable. Los resultados son un tanto favorables debido a que casi la mayoría (el 73%) estuvo en desacuerdo con esta afirmación. Sin embargo, el 27% de ellos estuvieron de acuerdo con el enunciado y son poco más de un cuarto de los estudiantes de licenciatura, esto nos parece muy curioso porque consideramos que la proporción sería menor a un cuarto de la población, es un concepto muy usado, por ende, muy conocido. Por otro lado, los alumnos de maestría estuvieron en desacuerdo con esta afirmación teniendo solo un 5% que sí estuvo a favor.

Una de las cosas que puede ayudar a la conservación del medio ambiente es que como población y sujetos seamos conscientes del daño que podemos causar y de qué manera pueden mejorar nuestras acciones para que no repercutan tanto. Teniendo esto como consideración, en la proposición 10 buscamos saber si los respondientes consideran que el pagar los servicios como

la electricidad o el agua, les da derecho a gastarlas sin ninguna preocupación. Afortunadamente el 89% de alumnos de licenciatura y 100% de los respondientes de maestría no está de acuerdo, lo que supone que sí les preocupa el uso innecesario e inconsciente de estos servicios.

La explosión de los recursos naturales en la actualidad es un tema preocupante, por lo tanto, en la afirmación 11 se pregunta si es que el ser humano tiene derecho a hacer uso de los recursos naturales, pero sin llegar a explotarlos de una manera innecesaria y extrema. Los alumnos de licenciatura y de maestría tuvieron una proporción parecida siendo 79% y 78% respectivamente los que estuvieron de acuerdo con utilizar estos recursos, pero cuidándolos, por lo cual pensamos que los respondientes sí están interesados o tienen conciencia de lo importante que puede ser el uso adecuado de los recursos naturales.

En la actualidad nuestro modelo económico no es muy amigable con el medio ambiente, soltando toneladas de gases de efecto invernadero, generando exceso de residuos, utilizando energías poco amigables con la naturaleza. Con este precedente en la pregunta 12 se menciona si es que consideraban que este sistema debería modificarse para el bien del medio ambiente, a lo cual el 98% de licenciatura y el 100% de maestría estuvieron de acuerdo con que el modelo imperante en la sociedad no es muy benéfico para la naturaleza.

Los problemas ambientales deben ser de preocupación para toda la población sin importar a que se dediquen las personas, porque finalmente todos formamos parte de un mismo planeta y los problemas que existan afectarán a todos. En la afirmación 13, se quería indagar si los estudiantes creen que los problemas medioambientales deberían ser conocidos por todos y no solo por los expertos de ese tema. Encontramos que el 29% de los encuestados de licenciatura consideran que es un tema para que los expertos en este ámbito se encarguen de ellos, lo cual es un poco preocupante porque no solo esa población de especialistas puede hacer algo en beneficio del medio ambiente. Empero, el panorama es alentador porque una buena parte de licenciatura (71%) y maestría (100%) manifestó que esta problemática no sólo se debe dejar a los expertos, lo

que nos permite señalar que para la resolución de los problemas ambientales debemos participar todos.

Como se mencionó anteriormente, cada una de las personas puede tener una pequeña contribución al cuidado ambiental, a lo cual el 98% y el 100% de maestría estuvieron de acuerdo con la afirmación 14. Dando un buen panorama para la posible participación del cuidado medioambiental

En el ítem 15, se les cuestionó a los respondientes si prefieren productos que sean de un solo uso porque son más fáciles de ocupar, son higiénicos y ahorran tiempo. El 79% de licenciatura y el 95% de maestría, eligió estar en desacuerdo con esta proposición. Si bien es cierto que hay muchos productos que se utilizan una vez justamente con el objetivo de higiene, como son artefactos para enfermos etcétera, hay muchos productos que pueden ser higiénicos, de fácil uso y que tienen una larga duración, siendo así innecesario utilizar los productos desechables. Afortunadamente los encuestados no estuvieron de acuerdo con los productos de un solo uso.

El tema de los residuos sólidos y la basura es muy conocido por tener un impacto en el deterioro de ríos, océanos, lagunas, por contaminar las calles de la ciudad etcétera. De tal forma que no quisimos dejarlo de lado, creando la afirmación 16, la cual menciona que este problema es debido a que la sociedad consume muchas cosas innecesarias. El 93% de la población de las licenciaturas estuvieron de acuerdo, y el 100% de maestría manifestó el mismo sentir.

Apartado 2.

En este apartado se busca conocer la frecuencia de algunas actividades que hacen los estudiantes, tanto en favor de la conservación del medio ambiente como en contra.

Tabla 2. Muestra el porcentaje de los resultados obtenidos en cada uno de los ítems, estos fueron separados en licenciatura (L) y maestría (M). Igualmente se puede ver una división conforme a las categorías que son: Frecuentemente (F), algunas veces (AV), rara vez (RV) y nunca (N).

ÍTEMS	F-AV		RV-N	
	L	M	L	M
1.- Acostumbro a tirar basura en la calle.	3	5	97	95
2.-Suelo separar la basura en mi casa en orgánica e inorgánica.	83	100	17	
3.-Ahorro agua en mis actividades domésticas.	97	95	3	5
4.-Evito desperdiciar la luz apagando focos y electrodomésticos cuando no se usan en casa.	95	100	5	
5.-Intento reciclar y reutilizar mis residuos sólidos cuando es posible.	80	100	20	
6.-Procuro comprar cosas que contaminen menos el medio ambiente.	82	95	18	5
7.-Deposito las baterías usadas en contenedores especiales.	60	83	40	17
8.- Al comprar un producto, me preocupo por saber qué sucederá con el empaque.	41	66	59	34
9.-Acostumbro a utilizar las hojas de papel por ambos lados.	90	100	10	
10.-Cuando tiro basura, me fijo a qué contenedores corresponde mi residuo.	91	100	9	
11.-Separo los envases de plástico y PET de la basura que se genera en mi casa.	79	100	21	
12.-Antes de comprar algún producto tecnológico, me detengo a pensar si realmente lo necesito.	73	95	27	5
13.-Cuando compro alimentos procesados (enlatados, envasados o en cajas de cartón) me detengo a leer las etiquetas.	51	83	49	17
14.-Consulto las condiciones de garantía del producto o servicio que obtengo.	69	95	31	5
15.-Cuando adquiero algún producto (como ropa o calzado) tomo en cuenta el lugar de procedencia y las condiciones de producción.	49	66	51	34
16.-Cuando compro alimentos me fijo en la fecha de caducidad.	99	95	1	5
17.-Participo en campañas o actividades destinadas a cuidar el medio ambiente.	27	61	73	39
18.- Recolecto y llevo envases de plástico PET a centros de acopio.	45	44	55	56
19.- Me intereso por los problemas ambientales.	94	95	6	5
20.-Estoy dispuesto a consumir menos y prescindir de algunas comodidades (por ejemplo, usar menos mi auto), si con ello ayudo a proteger el medio ambiente.	92	100	8	
21.-No me importa pagar un poco más por un refresco si el envase es reciclable (vidrio o aluminio).	89	72	11	28

El ítem 1 habla acerca de tirar basura en las calles, lo cual puede afectar al medio ambiente porque mucha de esa basura termina en el mar, tapando coladeras, contaminado el hábitat de algún animal etcétera, debido a que no se lleva a un lugar donde puedan procesarla para la disminución de esta. El 97% y

95% seleccionó la opción de nunca o rara vez, lo que nos indica es justamente eso, que no es una práctica común que tengan la gran mayoría de los encuestados.

La proposición 2 tiene relación con la anterior, y es que separar la basura resulta muy útil y benéfico, como muchos conocemos hay artículos que pueden ser reutilizados, y reciclados y al no separarla corremos el riesgo de que esta acción de reciclar no pueda llevarse a cabo. Muchas de las personas no separan la basura debido a que no conocen el motivo de esta acción, otros tantos las separan solo por costumbre y porque de esa forma lo solicitan, aunque podemos ver que en los resultados de la encuesta son favorables el 100% de maestríaafortunadamente sí suelen separar los desechos. También la mayoría de los alumnos de licenciatura (83%) acostumbran a hacerlo.

La escasez de agua ya está presente, claro está que muchos de nosotros aún gozamos de este recurso sin tener grandes problemas, pero eso no significa que podamos gastarla sin tener en consideración las futuras generaciones, por lo cual es importante economizar este recurso natural. Debido a esto consideramos importante conocer los hábitos de nuestros encuestados, el ítem 3 tiene que el 97% de licenciatura y el 95% de maestría dijo hacerlo frecuentemente, solo dejando un 3% y 5% que lo hace rara vez o nunca, con lo cual podemos ver la gran mayoría tiende a ser consciente del ahorro de agua en sus casas.

En el Ítem 4 se pregunta si los respondientes tienden a apagar la luz de focos o desconectar electrodomésticos que no utilicen para un ahorro de luz a lo cual los alumnos de licenciatura y maestría respondieron favorablemente dando un resultado de 95% y 100% respectivamente

Como se mencionó anteriormente el reciclar y reutilizar residuos puede ser una buena opción para cuidar el medio ambiente, debido a que así no todos los desperdicios son tirados, sino que se hace un uso con estos mismos. En el ítem 5 se trata este tema, por lo que encontramos que solo el 20% de los estudiantes de licenciatura no tienen tan inculcada está actividad del reciclaje o reutilizar residuos. Aunque en los resultados de los alumnos de maestría encontramos que el 100% realizan esta actividad de reciclaje.

En la actualidad hay muchos productos que contaminan el medio ambiente, ya sea en el proceso de creación de este o al momento de desecharlo. Algunas personas son conscientes de esto y prefieren utilizar productos menos dañinos para el medio ambiente. Por lo cual en la pregunta 6 quisimos saber qué proporción de alumnos tenían esta consideración a la hora de comprar, la gran mayoría de los alumnos de licenciatura (82%) y maestría (95%) sí tienen en consideración productos menos dañinos al momento de realizar sus compras, podemos entender que son comprensivos con la situación e intentan hacer una acción que puede ayudar a largo plazo.

En el ítem 7 tocamos un tema importante, el desecho de baterías, en los resultados encontramos que el 60% de licenciatura dice sí llevarlas a contenedores destinados para eso, se encuentra una ligera diferencia con los alumnos de maestría que son el 83%. El 40% de encuestados de las licenciaturas no lo hacen o muy pocas veces, lo cual resulta preocupante debido a que es cierto que muchos participantes no sepan dónde pueden encontrar un contenedor, sin embargo, tampoco hacer una búsqueda de este para depositarlas en un lugar seguro. Si bien es cierto que la mayoría respondió favorablemente, las pilas ya sean las desechables o de teléfonos celulares contienen residuos tóxicos como el mercurio, litio y plomo, al botarlas en la basura común estas toxinas pueden llegar a los suelos y a nuestras aguas, lo cual puede causar enfermedades en los seres humanos, de tal forma que es muy importante siempre llevarlas a los lugares destinados para estos residuos.

Las personas consumimos diversos productos, muchos de estos vienen en empaques ya sea comida, juguetes, electrónicos y hasta ropa, pero por lo común pocas veces nos detenemos a pensar que es lo que sucede con estos desechos. Considerando este tema en la afirmación 8 se les solicitó a los respondientes que seleccionarán su sentir. Los resultados de licenciatura estuvieron casi a la mitad, el 59% eligió las opciones de rara vez y nunca, mientras que el 41% sí llega a pensar que suceden con estos desechos. Nos parece preocupante que no consideren los materiales, y la forma de procedencia de los artículos que adquieren debido a que detrás de un producto puede haber explotación de recursos naturales y personas. Por otro lado, con los respondientes de maestría encontramos que el 66% de ellos sí suele pensar en el tema. Quizá si nos

pusiéramos a pensar más en este tema, compraríamos productos que no generan tantos residuos y por ende se genera menos basura.

Algunos estudiantes suelen utilizar las hojas de papel por un lado tomando en cuenta las libretas y las impresiones, lo cual genera más residuos y también un desperdicio de este recurso. Por lo tanto, el ítem 9 cuestiona si es que si hacen buen uso de este recurso. En la información encontramos solo una diferencia de 10% entre los resultados de licenciatura y maestra teniendo un 90% y 100% respectivamente, dando como resultado que los estudiantes aprovechan las hojas de papel y las utilizan de los dos lados.

Anteriormente se mencionó sobre la separación de basura en el hogar, en el enunciado 10 se trata de lo mismo, pero de residuos fuera del hogar. A lo que el 91% y 100% de licenciatura y maestría respondió que sí se fija en qué contenedor deposita su basura para que sea el adecuado, La proporción en comparación al del hogar incrementa el 6%, por lo cual pareciera que en los contenedores tienen más cuidado al separar la basura.

Los plásticos PET pueden reutilizarse y reciclarse si se separan de la basura, esto puede evitar que lleguen a lagos y océanos y tengan un mejor proceso para volver a servir. En la afirmación 11 quisimos conocer si tienen como actividad común y cotidiana separar los plásticos, en los resultados podemos ver que solo el 21% de los participantes no tienen como hábito separar este residuo, mientras el otro 83% sí lo hace. Los alumnos de maestría dieron un resultado del 100% que tiene como hábito la separación de plásticos.

En el ítem 12 se busca conocer los hábitos de compra, es decir conocer si los participantes se detienen a pensar en su futuro consumo o simplemente lo hacen por el hecho de consumir sin necesitar ese producto. A lo cual, dio como resultado que los alumnos de licenciatura el 73% sí se detiene a pensar si su consumo es necesario, mientras que el 95% de maestría también tiene este hábito. Solo el 27% de licenciatura es un poco más impulsivo a la hora de comprar algún artículo.

Muchos de los productos que compramos y consumimos diariamente pueden no tener una sana procedencia o ser poco amigables con el medio ambiente y

nosotros no lo sabemos, por lo cual se vuelve importante tener a consideración las etiquetas que los mismos productos tiene, para así conocer un poco más de ellos y evitar comprar aquellos no tan benéficos. Los alumnos de licenciatura dieron un resultado de que casi la mitad (51%) de los encuestados mencionó que a veces y frecuentemente sí lo hacen. Por otro lado, los respondientes de maestría dieron un resultado más alto, siendo un 83% los que sí revisan las etiquetas a la hora de comprar algún producto.

Al poder contar con una garantía o estar seguros de los productos que voy a consumir es más probable que obtenga una buena mercancía y por ende pueda consumir menos. Por esta razón, tenemos el ítem 14, en el cual podemos ver que el 69% de la población estudiada de licenciatura consulta estos términos para conocer más acerca de su producto. Sin embargo, el 95% de los de maestría dicen sí consultar estos términos, las garantías, etcétera.

En el Ítem 15 encontramos que en los alumnos de licenciatura el 49% se preocupan por la procedencia y las condiciones en las que se realizan los productos, esto refiere a que poco menos de la mitad de los encuestados tiene inquietudes de conocer la procedencia de los productos que utilizan día con día, tener una cantidad alta ante la indiferencia de este suceso es preocupante. Por otro lado, en las maestrías el 66% mencionó sí tener preocupación por dicha procedencia.

La afirmación 17, se les pregunta si participan en actividades destinadas al cuidado del medio ambiente, a lo cual la mayoría (73%) de los alumnos de licenciatura respondió que casi nunca lo hacen, lo cual es un tanto comprensible porque en nuestro país no se realizan muchas actividades referentes al tema, al igual que cuando estas campañas se realizan no tienen mucha publicidad y por lo tanto muchas personas no logran tener conocimiento de esto. Pero, por otro lado, los de maestría sí participan más en estas actividades, teniendo solo un 39% que no lo hace.

A diferencia del ítem 11, en el 18 se pregunta si los envases recolectados se llevan a centros de acopio, los resultados de licenciatura y maestría son 44% y 45% lleva los plásticos a estos centros. Es una proporción un poco extraña debido a que anteriormente, el 83% mencionó separarlos, aunque también

muchos de ellos pueden darlos a los camiones de la basura ya separados o a personas que se dediquen a venderlos.

En el ítem 19, se encuentra una respuesta favorable a interesarse por los problemas ambientales, a lo cual los respondientes de licenciatura dieron un resultado de 94% y los de maestría 95%.

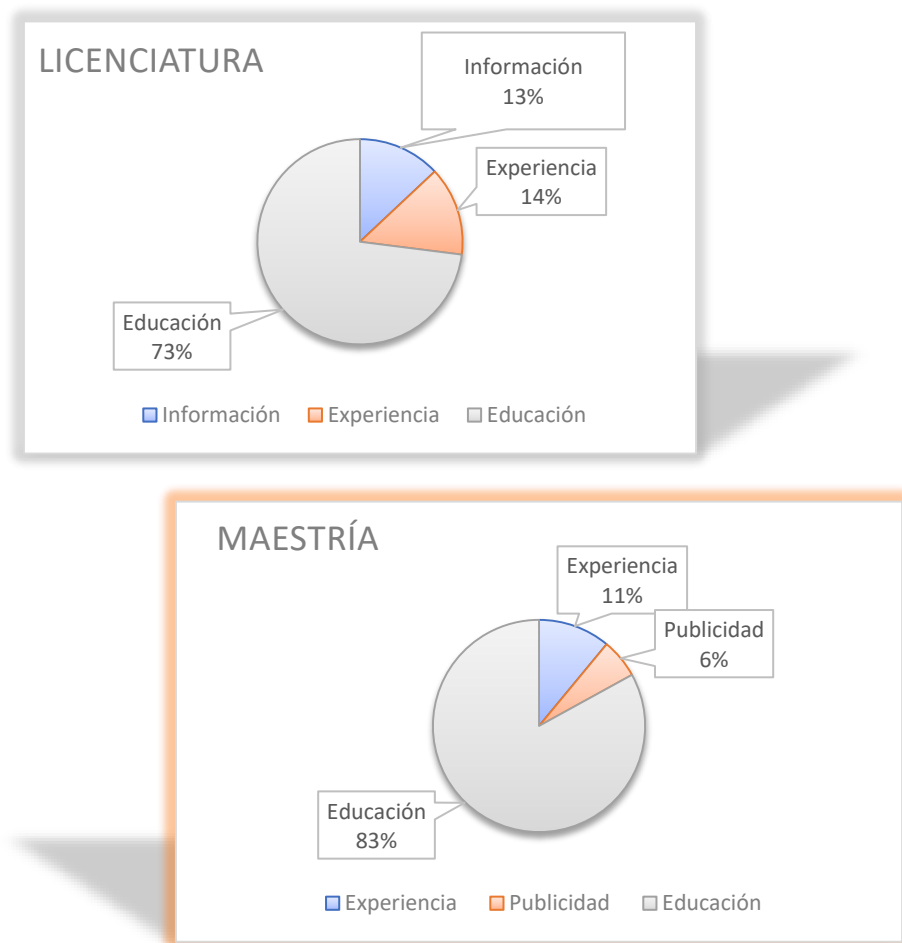
Prescindir de algunas de nuestras comodidades a veces es necesario para proteger al medio ambiente, como caminar a algún lugar en lugar de utilizar coche, ocupar recipientes en lugar de unisel cuando se compran cosas, etc. A lo cual, en el ítem 20, el 92% de licenciatura y el 100% de maestría estuvieron de acuerdo en consumir menos para poder ayudar al medio ambiente.

Los envases de plástico llegan a ser dañinos para la salud, y dañan el medio ambiente, debido a esto en la última afirmación de este apartado, se les pregunta si están dispuestos a pagar más por algún envase que sea reciclable, encontramos que el 89% de los encuestado de licenciatura sí están dispuestos a hacer, en los alumnos de maestría la proporción es un poco menor, aunque sigue siendo la mayoría, dando un 72% dispuesto a invertir un poco más en envases de vidrio o de aluminio.

Apartado 3

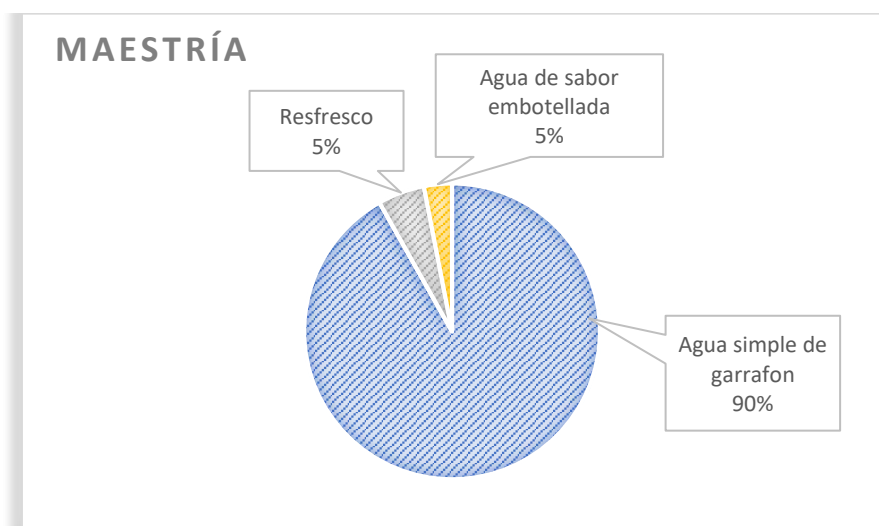
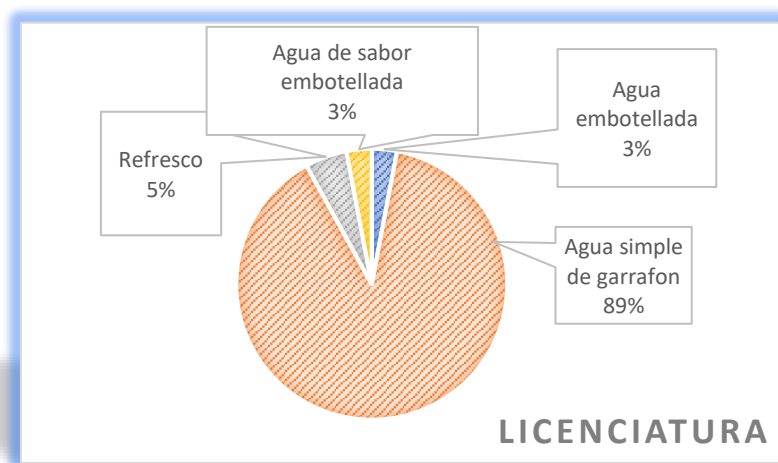
En este apartado se buscaba conocer los hábitos de consumo de los estudiantes a través de varias opciones de respuesta.

Gráficas 2.1 y 2.2. Muestran el porcentaje de los respondientes de licenciatura y maestría, que expresaron su opinión acerca de cómo se genera la conciencia ambiental.



En el 1° ítem de este apartado podemos encontrar que el 73% de la población de licenciatura respondió que consideraban que la conciencia ambiental se obtiene mediante la educación, entendiéndose formal o no formal, es decir, la educación que reciben desde pequeños, en la familia. En los resultados de maestría encontramos una proporción un poco más alta, la cuál es un 83%. Debido a que más de la mitad de encuestados respondió eso, podemos evidenciar que los temas ambientales son muy importantes en la educación, ya que muchas personas formarán su criterio o actividad medioambiental gracias a la formación que tengan.

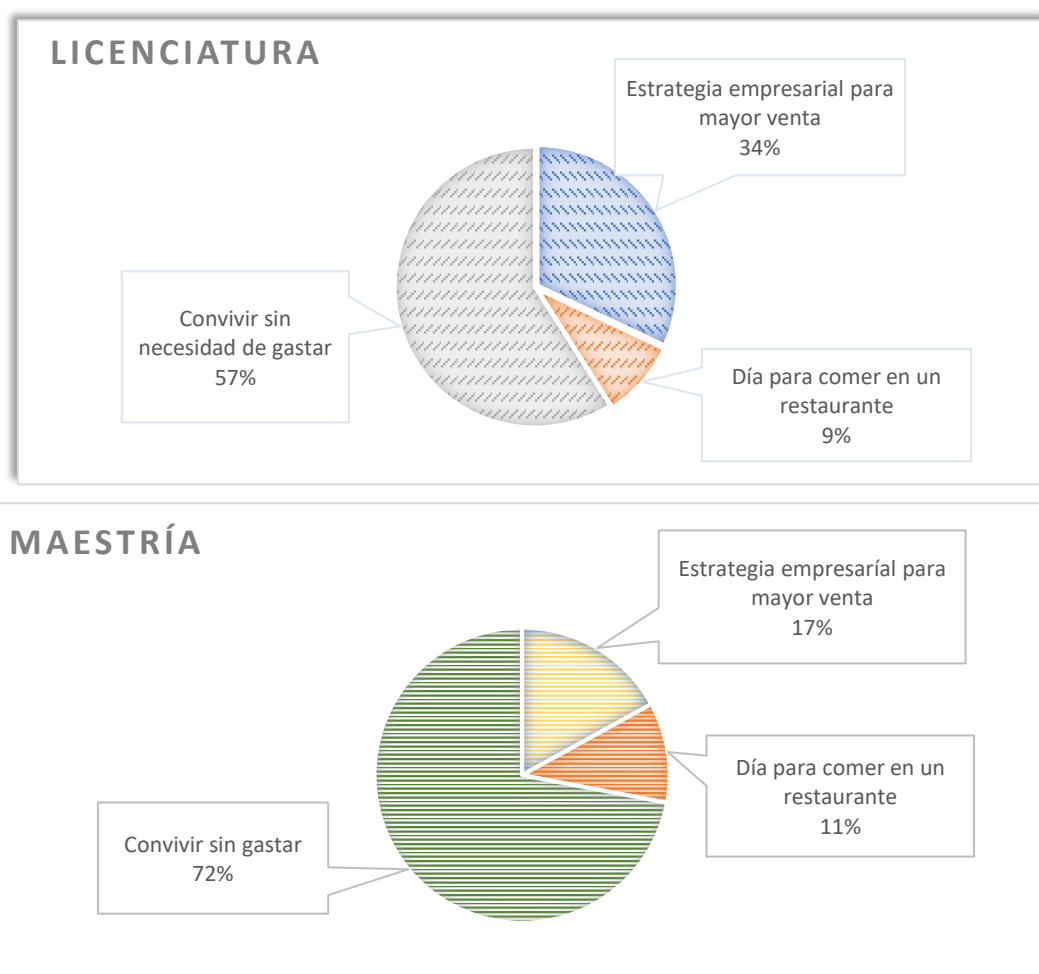
Gráficas 3.1 y 3.2 Muestran el porcentaje de los alumnos que manifestaron la preferencia al momento de tomar agua.



En la afirmación 2, se habla acerca de la preferencia de los alumnos al tomar agua, con el objetivo de saber si hacen uso agua embotellada y refrescos. Se sabe que el agua es un recurso indispensable para el ser humano pero el plástico es de los materiales más tardados en degradarse y son ocupados diariamente por millones de personas. Afortunadamente en las gráficas, podemos observar que el 89% de la muestra de alumnos de licenciatura contestó que prefería tomar agua de garrafón, también tenemos un 90% de muestra en alumnos de maestría que respondió lo mismo, es decir, que esos porcentajes son muy buenos pero no descartemos los otros porcentajes en respuesta a el consumo de agua

embotellada y refrescos, (Licenciatura, 3% agua embotellada, 3% agua de sabor embotellada y 5% de refresco, Maestría 5% agua de sabor embotellada y 5% refresco) que son pocos, pero una sola botella de plástico tarda miles de años en degradarse y contamina demasiado.

Gráficas 4.1 y 4.2. Se muestran los porcentajes de alumnos que opinaron sobre cómo se deberían festejar los días especiales como por ejemplo el día de las madres.

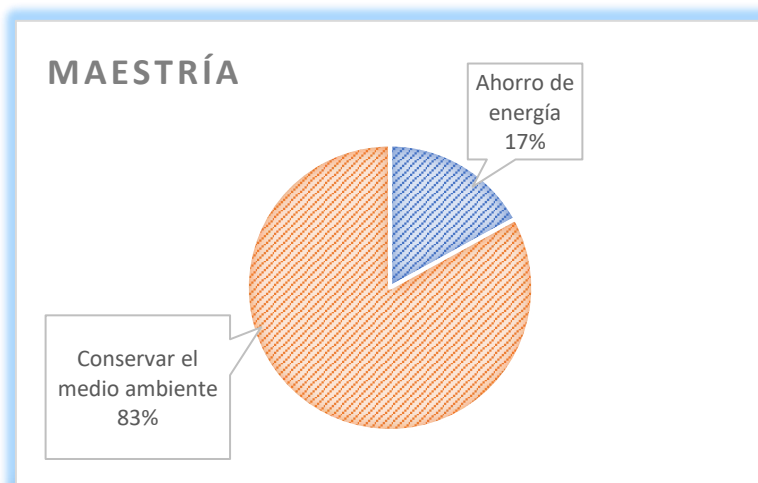
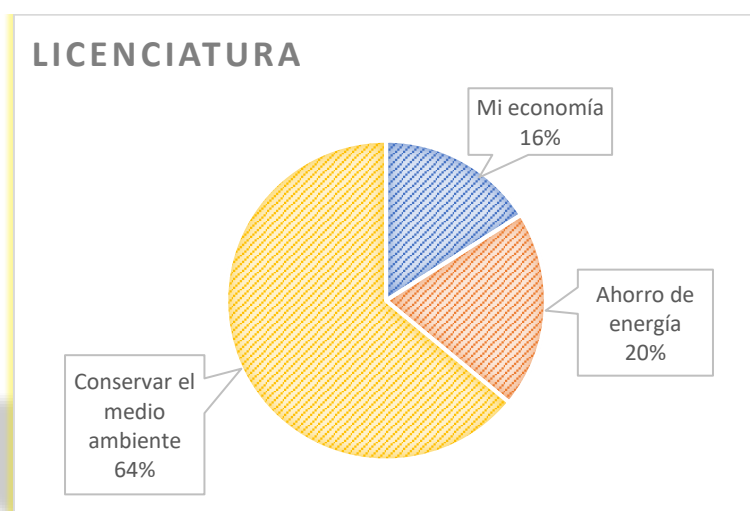


El día del amor y la amistad, el día de las madres, el día del padre y navidad etcétera, suelen ser épocas en las que las personas acostumbran a regalar obsequios, los obsequios suelen ser contraproducentes ya que tenemos las costumbres de demostrar nuestro afecto mediante regalos (juguetes, ropa, peluches etc.) pero en muchas ocasiones estos regalos no nos agradan del todo, porque nuestros gustos son muy diferentes a la de las demás personas y

terminan yendo a la basura y esto como consecuencia desencadena muchos residuos.

Los resultados muestran que en el caso de los estudiantes de maestría (72%) respondieron que esos días deberían ser para convivir sin necesidad de gastar, mientras que los alumnos de licenciatura mostraron con esta misma afirmación un (57%), de igual forma tenemos con un (32%) la afirmación que es una estrategia para vender productos. Podemos entender así que los estudiantes de maestría son más conscientes del consumo en fechas festivas que los participantes de licenciatura.

Gráficas 5.1 y 5.2. Estas gráficas muestran el porcentaje de por qué los estudiantes consideran importante reducir su consumo de energía eléctrica.

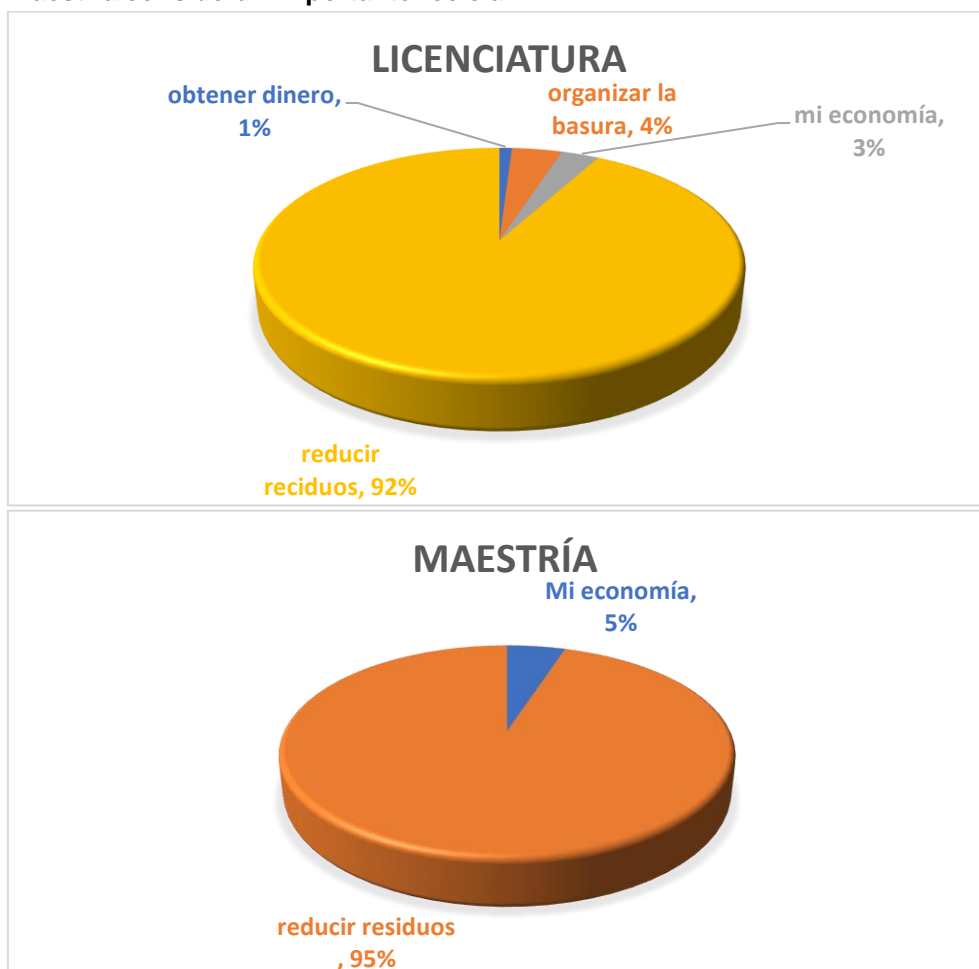


El ahorro de la energía eléctrica es importante debido a que teniendo un consumo responsable se puede ayudar a disminuir el agotamiento de

combustibles para generar electricidad, evitando con ello la emisión de gases contaminantes que incrementan el efecto invernadero.

Los resultados por parte de los alumnos de Licenciatura muestran que el 64% consideran importante reducir el consumo de energía eléctrica para conservación del medio ambiente, mientras que el 20% de ellos lo hacen para ahorrar energía y un 16% para cuidar su economía. Por otro lado, tenemos los alumnos de maestría 83% consideran importante reducir el consumo de energía para conservar el medio ambiente y el 17% de ellos para ahorrar energía, en este caso observamos que a ninguno de ellos les resulta relevante el costo que podría ser el consumo de energía.

Gráficas 6.1 y 6.2. Muestran en porcentajes el por qué los alumnos de licenciatura y maestría consideran importante reciclar.



Las actividades como reciclar, reutilizar y reducir son de suma importancia para obtener y dar vida a residuos que comúnmente tiramos a la basura, con

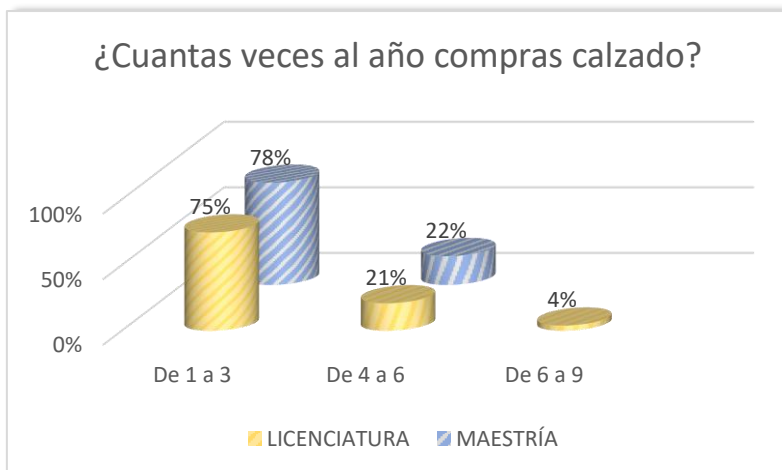
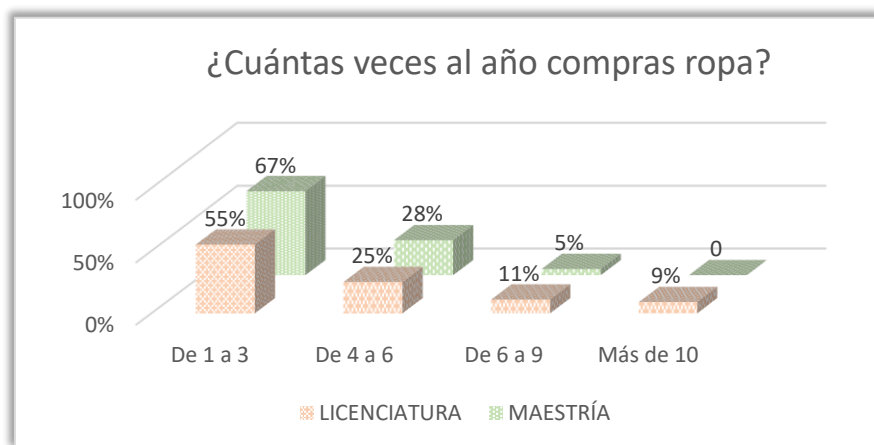
estas actividades ayudamos a que productos basura se conviertan en productos nuevos.

Por ello, preguntamos su importancia, como respuesta obtuvimos que el 92% de alumnos de Licenciatura creen importante reciclar para reducir residuos, 4% de ellos respondieron que es importante para organizar la basura, un 3% dijeron que era importante para su economía y el 1% dijeron que era importante para obtener dinero. En el caso de los alumnos de Maestría obtuvimos un 95% de importancia para reducir residuos, y un 5% respondieron que es importante para su economía.

Apartado 4

En este apartado tratamos de conocer los hábitos de compra, de cómo perciben la publicidad y su opinión acerca de las marcas de ropa.

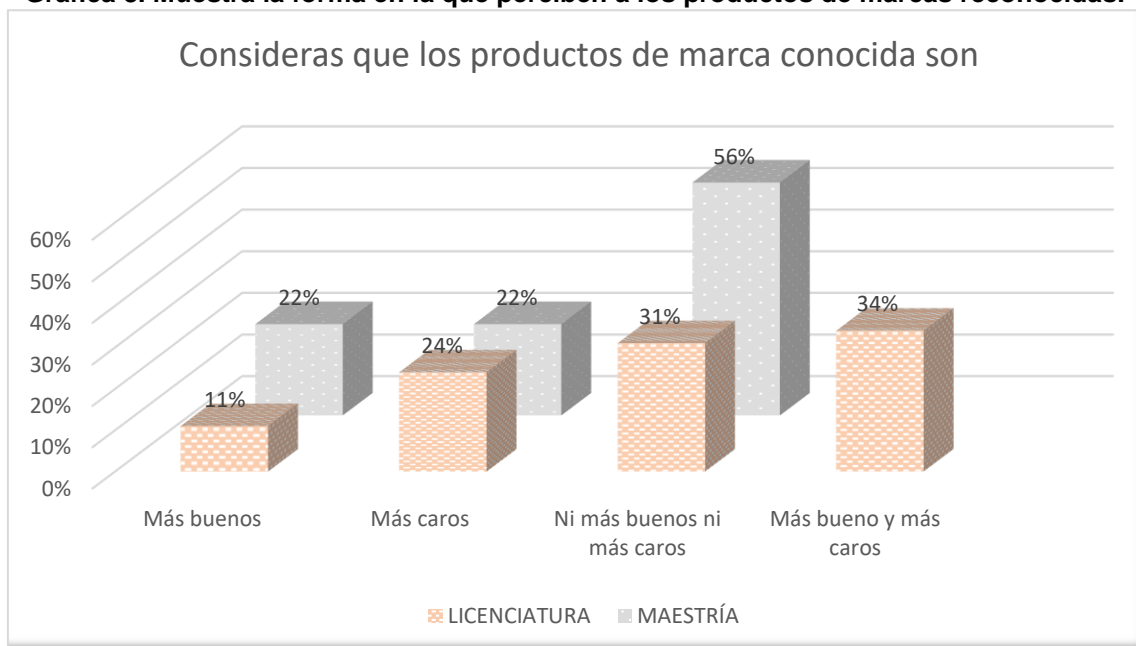
Gráfica 7.1 y 7.2. Muestran la frecuencia con la que los respondientes compran ropa y calzado.



Normalmente cuando compramos ropa nos dejamos influenciar porque está de moda y la moda es muy cambiante, cada cierto tiempo se lanzan colecciones nuevas. Por ello quisimos preguntar a nuestros participantes con qué frecuencia compran ropa y calzado, obteniendo como respuesta en el caso de licenciatura 55% compran ropa de 1 a 3 veces por año, el 25% compra de 4 a 6 veces por año, el 11% compra de 6 a 9 veces y tenemos un 9% que compra más de 10 veces al año, si bien 11% y 9% no es un porcentaje alto, debemos reconocer que es un indicador para saber que hay una alta posibilidad de que esas personas no necesariamente necesiten la ropa que compran o podríamos también deducir que es ropa que constantemente tienen que cambiar porque no es de un buen material. En cambio, los participantes de Maestría indicaron que el 67% de ellos compran de 1 a 3 veces al año, 23% de ellos lo hacen de 4 a 6 veces y tenemos un 5% de 6 a 9 veces. De igual manera el 5% no es un porcentaje alto, pero podemos deducir que son personas que no necesitan tanto la ropa que compran o es ropa que no tiene una buena calidad.

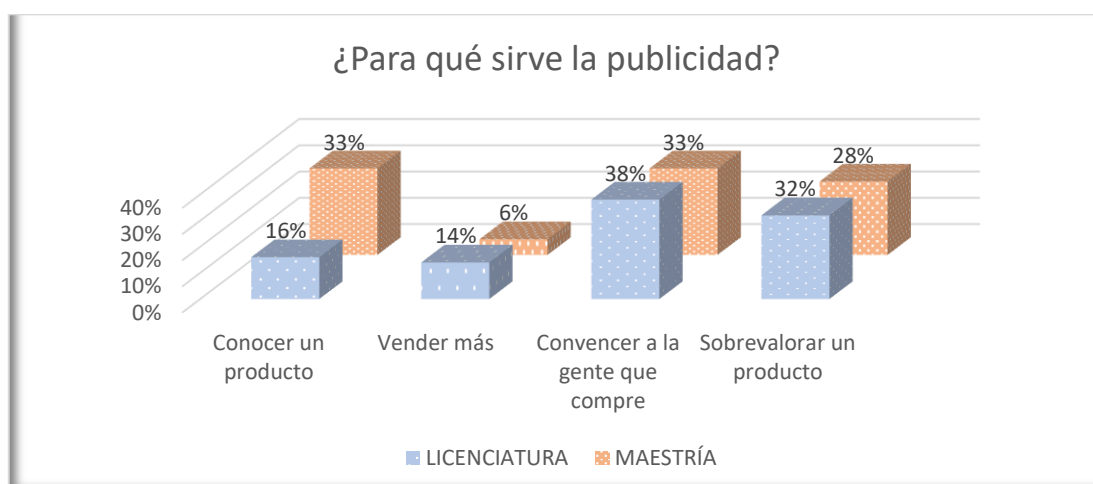
De igual forma al preguntar cuántas veces compran calzado encontramos que en el caso de licenciatura tenemos que 75% compra de 1 a 3 veces, 21% compra de 4 a 6 veces y un 4% de 6 a 9 veces y en el caso de Maestría tenemos que un 78% de ellos compran de 1 a 3 veces al año y un 22% compra de 4 a 6 veces, estos resultados son más favorables que en cuestión a la compra de ropa.

Gráfica 8. Muestra la forma en la que perciben a los productos de marcas reconocidas.



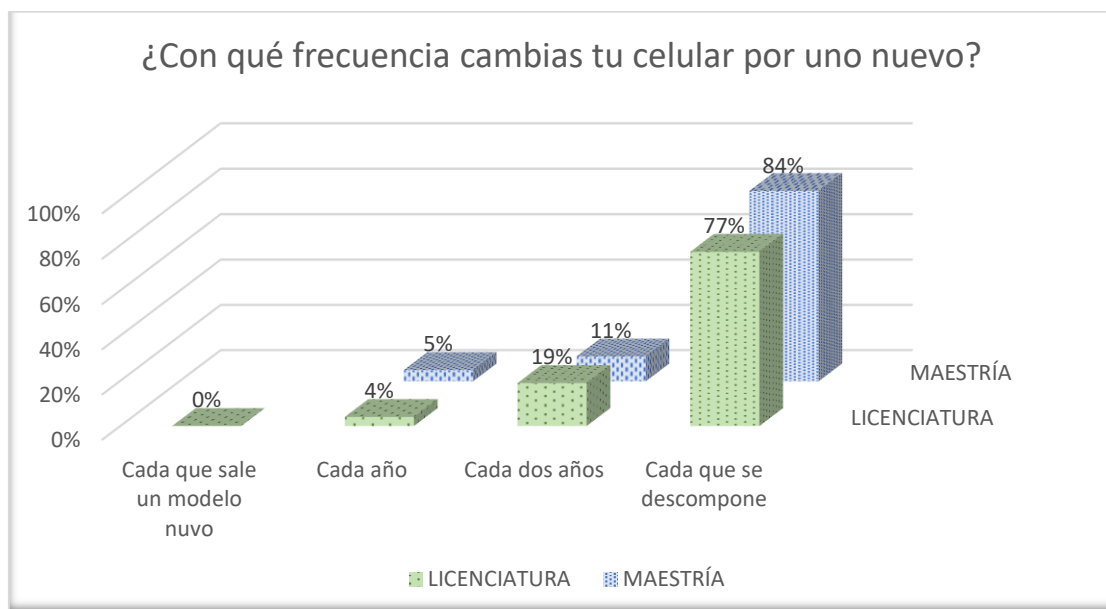
Para indagar más sobre si la ropa que nuestros participantes compran está relacionada con la industria de la moda o precios, se les preguntó qué es lo que piensan acerca de las marcas. Obteniendo diversas respuestas como en el caso de Licenciatura, un 11% respondió que los productos de marcas conocidas son buenos, un 24% respondió que son más caros, el 31% respondió que no son ni más buenos ni más caros y un 34% de ellos respondió que son más buenos pero son más caros comparándolo con los resultados de los participantes de maestría que muestran que 22% de ellos piensan que son productos buenos, un 22% de ellos dicen que son más caros y un 56% respondieron que no son ni más buenos ni más caros.

Gráfica 9. Muestra los porcentajes de estudiantes que manifestaron su opinión sobre la publicidad.



Estas gráficas hablan acerca de la publicidad, con la finalidad de conocer cómo es que los alumnos visualizan la publicidad, y cuál creen que es la función de esta. Obteniendo como resultado en el caso de los participantes de Licenciatura, el 38%, consideran que esta sirve para engañar a la gente y que de esta forma compre más, el 32% piensan que la publicidad sobrevalora un producto, el 16% menciona que sirve para conocer un producto y un 14% dicen que es para vender más. Ahora, en los resultados de maestría encontramos que hay dos opciones con el mismo porcentaje, tanto como conocer un producto, como para convencer a la gente de que compre más con un 33% cada opción, tenemos también 28% que piensan que la publicidad sirve para sobrevalorar un producto y un 6% para vender más. Estas respuestas no están fuera de la realidad ya que muchas veces la publicidad suele vendernos productos o servicios que no son como en realidad dicen y nos engañan para consumirlos.

Gráfica 10. Muestra la frecuencia con la que los alumnos de licenciatura y maestría cambian sus teléfonos móviles.



Los celulares móviles han pasado de ser un lujo a ser una necesidad, ya que todas las personas necesitamos estar en constante comunicación con nuestro círculo cercano, pero también es cierto que los celulares tienen una vida limitada y existe un mercado tan grande de compañías celulares que compiten todos los

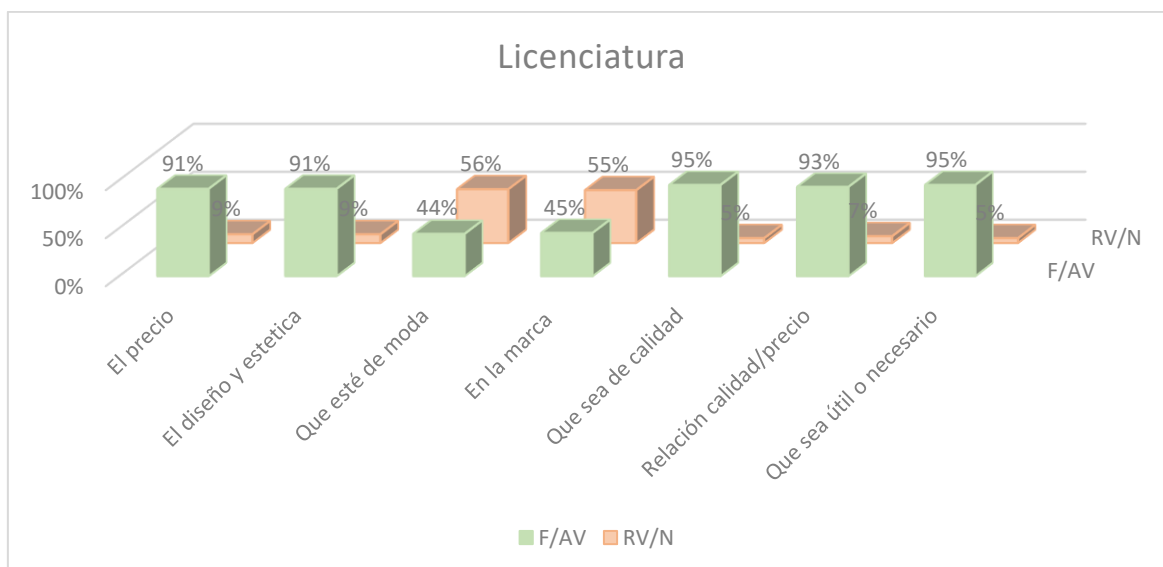
días para tener las versiones más actualizadas y más modernas para los usuarios provocándose deseo de cambiar de celular cada que sale uno nuevo.

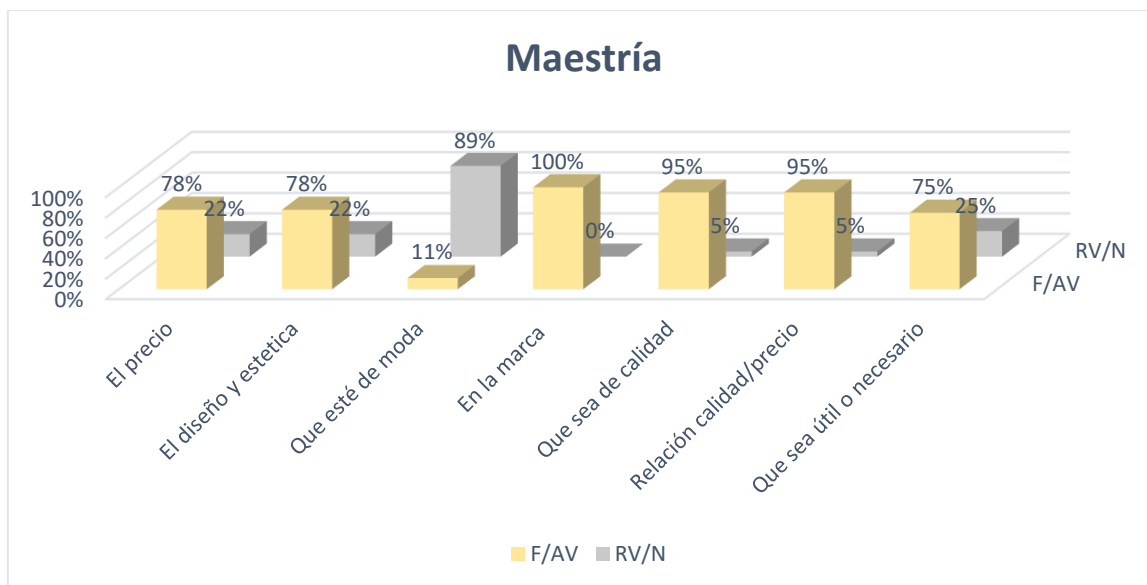
Por ello, en la última pregunta de este apartado, solicitamos a los participantes que nos dijeran cada cuanto tiempo cambian de celular, afortunadamente, el 77% de los participantes de licenciatura respondió que cambia su celular móvil cada que deja de funcionar, 19% respondió que lo cambian cada 2 años y 4% lo cambian cada año. En los resultados de maestría encontramos que el 84% de ellos lo cambia cada que se le descompone, el 11% respondió que lo cambia cada 2 años y un 5% de ellos lo cambia cada año.

Apartado 5

En este quinto apartado se busca descubrir los hábitos de consumo, el interés que tienen por consumir y en que se fijan al comprar. Para responder cuenta con cuatro opciones (Frecuentemente, F; Algunas veces, AV; Rara vez, RV; Nunca, N).

Gráfica 11. Muestra el porcentaje de alumnos de licenciatura y de maestría respecto a: ¿En qué se fijan a la hora de elegir ropa o calzado?





Esta serie de cuestionamientos nos pareció relevante preguntar ya que cuando una persona es consumista solamente compra prendas sin notar que tan bueno sea el producto y sin garantizar la durabilidad del ciclo de vida de este.

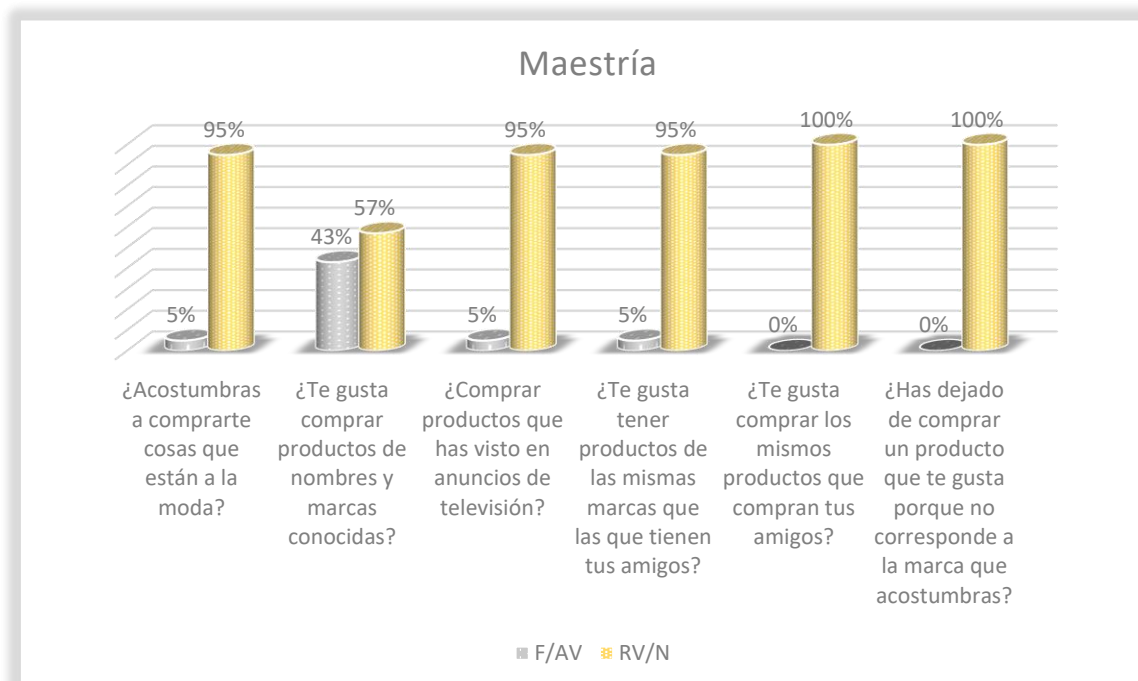
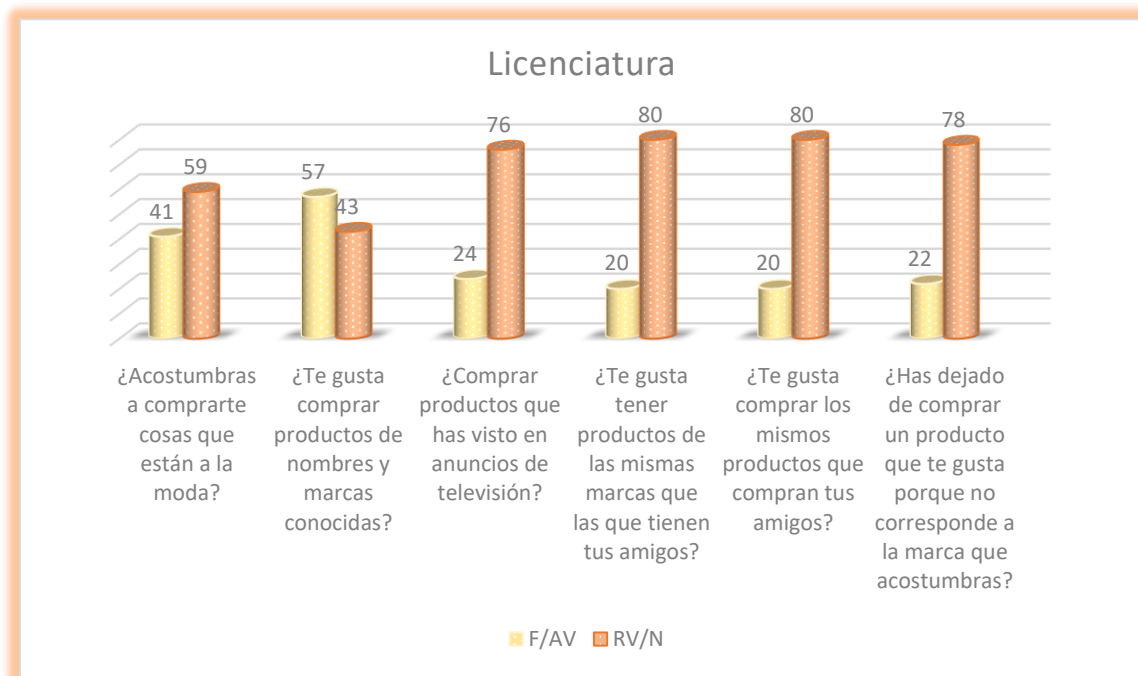
Podemos notar que los alumnos de licenciatura tienden más a fijarse en precio y diseño/estética (91%) mientras que el porcentaje de maestría difiere un poco (78%), en cuanto a la moda ambos grupos son muy distintos, de licenciatura el 44% frecuentemente compra productos que estén a la moda y en el 11% de la maestría lo hace. Por lo que, en caso de la maestría la gran mayoría (89%) no les importan productos de moda. En cuanto a la marca, el caso de la licenciatura señaló que poco menos de la mitad (45%) se fija en ella, mientras que en grupo de maestría el 100% señaló que frecuentemente se percata de ella, esto es porque los estudiantes de maestría probablemente ya tengan un trabajo estable y tienen posibilidades de comprarse ropa de marca.

En cuanto a la calidad y la relación entre precio/calidad, ambos grupos señalaron que frecuentemente tienen en cuenta este factor, lo cual es favorable ya que podemos notar que ambos grupos no gastarán su dinero en prendas que no tengan buena calidad y tener calidad en las prendas es un factor muy importante para no andar generando residuos con prendas desechables.

Por último, en el caso de los alumnos de licenciatura (95%) mencionó que frecuentemente se fijan en la utilidad y la necesidad de las prendas, mientras

que los alumnos de maestría el 75% lo hacen, por lo que, el 25% de ellos podrían acumular cosas que no necesitan y generar gran cantidad de residuos.

Gráficas 12.1 y 12.2. Indican el porcentaje de alumnos de licenciatura y de maestría respecto a qué elementos influyen para que decidan comprar un producto.



Con estas preguntas se pretende conocer qué elementos influyen en los encuestados al momento de consumir.

Los resultados muestran que en el caso de licenciatura (41%) compran un producto por moda, mientras que el grupo de maestría sólo un 5% lo hace. En el caso de comprar productos de nombres y marcas conocidas vemos que el grupo de licenciatura (57%) frecuentemente lo hacen a comparación del grupo de maestría (43%), notamos que el 24% de licenciatura compra productos que han visto en anuncios de la televisión a comparación de maestría que solo un 5% compró.

Hay un mayor porcentaje en el caso de maestría (100%) a comparación de licenciatura (80%) nunca les gusta comprar los mismos productos que compran sus amigos, al igual que no han dejado de comprar solo porque no corresponde a la marca que acostumbran

Tabla 3. Se muestran los porcentajes de los alumnos de licenciatura y de maestría con respecto a que les parece la publicidad en televisión. Para ello colocamos opciones de respuesta en cada pregunta (F: Frecuentemente, AV: Algunas veces, RV: Rara vez, N: Nunca).

	Licenciatura				Maestría			
	F	AV	RV	N	F	AV	RV	N
Atractiva	31%	33%	29%	7%	28%	33%	28%	11%
Interesante	11%	31%	45%	13%	6%	22%	55%	17%
Aburrida	37%	30%	25%	8%	61%	22%	6%	11%
Divertida	14%	41%	33%	12%	17%	33%	22%	28%
Engañosa	75%	20%	3%	2%	83%	17%	0%	0%
Repetitiva	76%	16%	7%	1%	94%	0%	0%	6%
Oportuna	26%	24%	31%	19%	22%	6%	61%	11%
Sabe lo que me interesa	6%	24%	38%	32%	22%	6%	39%	33%

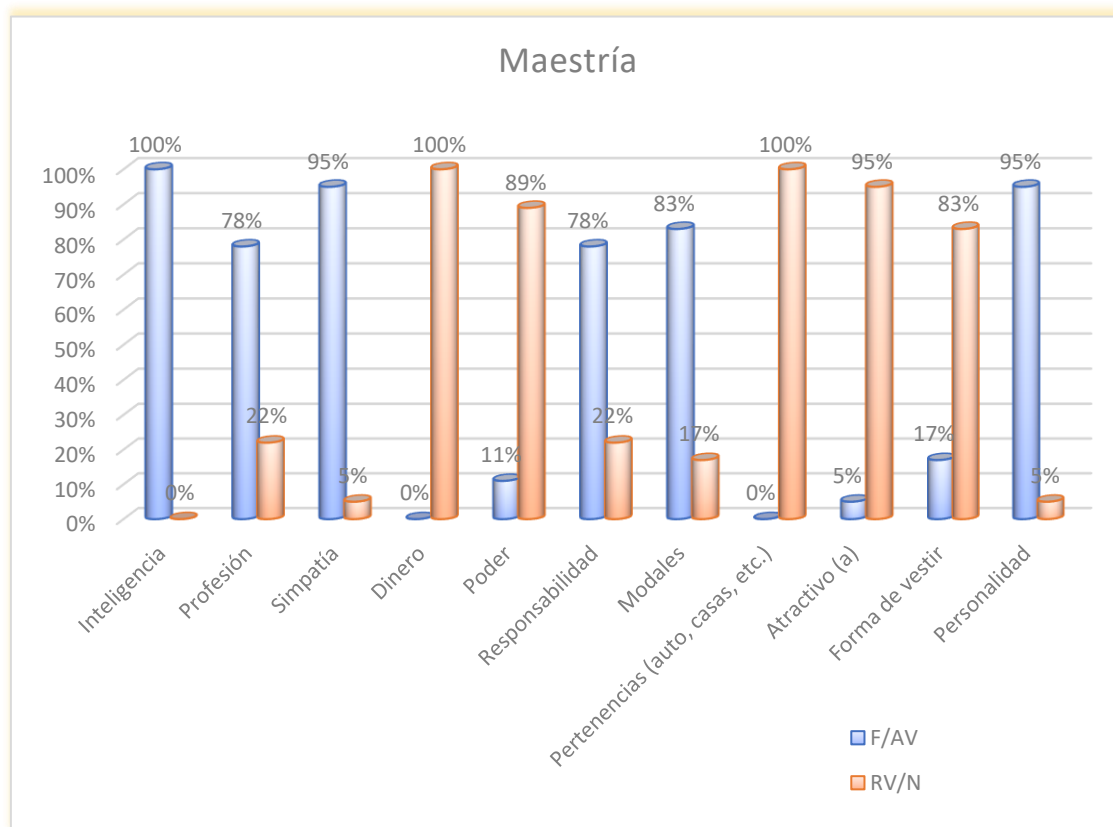
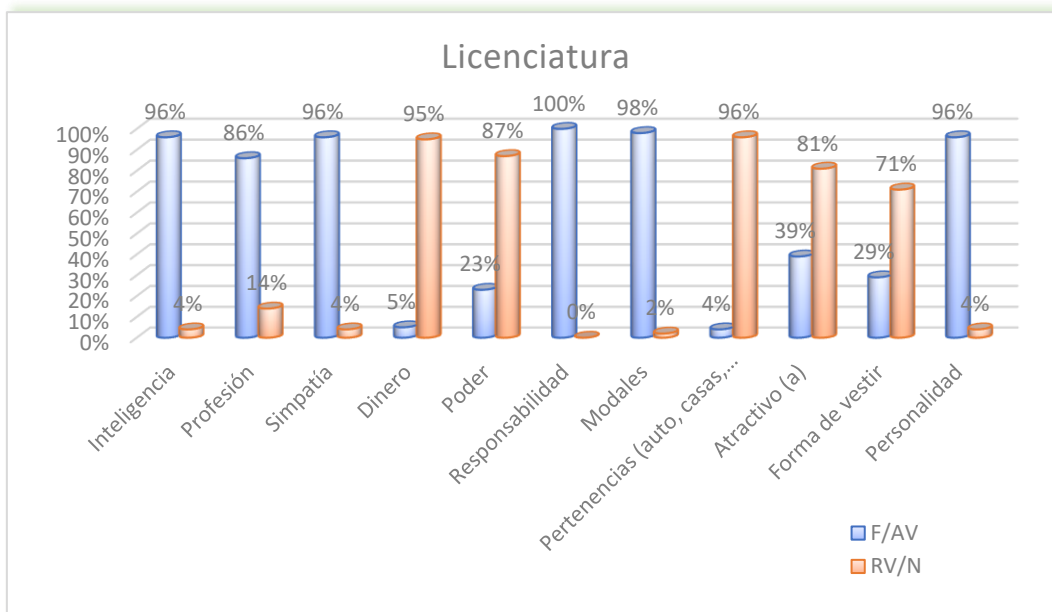
La intención de esta pregunta es saber que tal juega la publicidad con la mente de nuestros encuestados ya que el objetivo de la publicidad es llevar un mensaje de consumo (muchas veces innecesario) a la mente de las personas, con factores como los mencionados en la tabla.

Podemos notar en los resultados que hay porcentajes muy parejos en el caso de licenciatura 33% de ellos piensa que algunas veces la publicidad es atractiva un 31% de ellos frecuentemente lo es mientras que un 29% de ellos rara vez lo es. Para los alumnos de maestría ocurre algo similar, el 33% de los alumnos piensa que algunas veces es atractiva, mientras que hay un porcentaje parejo (28% frecuente) (28% rara vez) para esta categoría. En cuanto a que sea interesante (45%) de licenciatura y el (55%) de maestría piensan que RV lo es, el 37% de licenciatura y el 61% de maestría piensa que (F) es aburrida, en cuestión de “divertida” en el caso de la licenciatura (41%) y maestría (33%) están de acuerdo que lo es. En cuanto a que la publicidad sea engañosa ambos grupos están de acuerdo en que lo es, licenciatura (75%) y maestría con un 83%. El factor sobre lo oportuno 31% del grupo de licenciatura y el 61% de maestría mencionó que rara vez ni nunca es.

Por último, la cuestión de “sabe lo que me interesa” el 70% licenciatura y el 72% maestría están de acuerdo en que rara vez e incluso nunca sabe sus intereses.

Por lo que podemos deducir en cuanto a los porcentajes, que la publicidad no es un factor para que los encuestados consumen.

Gráficas 13.1 y 13.2. Indican el porcentaje de alumnos de licenciatura y de maestría que expresaron como les gustaría ser valorados Para ello colocamos opciones de respuesta en cada pregunta (F: Frecuentemente, AV: Algunas veces, RV: Rara vez, N: Nunca).



Con estas preguntas queremos indagar qué valor tiene en la vida de nuestros grupos, cuestiones como cualidades y posesiones por lo que, la gráfica muestra que en ambos grupos licenciatura (97%) y maestría (100%) les gustaría que los valoraran por su inteligencia, su profesión (licenciatura 98%, maestría 78%), su simpatía (licenciatura 96%, maestría 5%), responsabilidad (licenciatura 100%, maestría 78%) así como sus modales y su personalidad.

Mientras que nunca les gustaría que los valoraran por cuestiones superficiales como, el dinero (licenciatura 95% maestría 100%), el poder (licenciatura 87%, maestría 89%), forma de vestir (licenciatura 71%, maestría 83%) y sus pertenencias (licenciatura 96%, maestría 100%).

Por lo cual, podemos deducir que las cuestiones materiales son menos relevantes a comparación de sus cualidades. Por lo que es muy favorable ya que las cosas materiales no dan nuestra felicidad.

Apartado 6

Con este apartado se buscaba conocer los factores que a los encuestados les son importantes en su vida para sentirse plenos. Cuenta con cuatro opciones para responder (Muy Importante, MI; Importante, I; Poco Importante, PI; Nada Importante, NI).

Tabla 4. Indica el porcentaje de los alumnos de licenciatura y maestría sobre su opinión acerca de algunas cuestiones de la vida.

¿En qué medida consideras importante para tu vida cada una de las siguientes cosas?				
ÍTEMS	Licenciatura		Maestría	
	MI - I	PI - NI	MI-I	PI-NI
Que la escuela te enseñe cosas útiles para la vida	97%	4%	100%	0
Tener mucho dinero	58%	42%	56%	44%
Tener amigas y amigos en los que pueda confiar	86%	14%	95%	5%
Que todos tus derechos sean respetados	100%	0	100%	0
Lograr el éxito	91%	9%	89%	11%
Comprar lo que esté de moda	14%	86%	0	100%
Comprar objetos de marcas conocidas	15%	85%	0	100%
Que te valoren por lo que tienes	23%	77%	22%	88%
Vivir cómodamente con lujos	35%	65%	33%	77%
Ser feliz	100%	0	89%	11%
Tener poder	25%	75%	33%	77%
Ser una persona popular	25%	75%	0	100%
Convivir con la familia	100%	0	95%	5%

Con estos resultados podemos resaltar nuevamente que a nuestros encuestados les gusta ser valorados por cualidades y no por cosas materiales.

Por ejemplo, para ambos grupos es muy importante que la escuela les enseñe cosas útiles para la vida (licenciatura 97%, maestría 100%), tener amigos en los que puedan confiar (licenciatura 86%, maestría 95%), lograr éxito (licenciatura, 91%, maestría 89%), ser feliz (licenciatura 100%, maestría 89%) y estar con su familia (licenciatura 100%, maestría 95%). Cuestiones como tener dinero (licenciatura 58%, maestría 56%), comprar lo que esté de moda (licenciatura 86%, maestría 100%), que te valoren por lo que tienes (licenciatura 77%, maestría 88%), tener poder (licenciatura 75%, maestría, 100%), y ser una persona popular (licenciatura 75%, maestría 100%) no es nada importante, por lo que podemos deducir una vez más que para nuestros grupos son más importantes otras cuestiones que las cosas superficiales. Sin embargo, encontramos una pequeña contradicción con la gráfica 12.2 debido a que a los estudiantes de maestría les gusta comprar productos de marcas reconocidas.

Una cosa que nos parece relevante es el hecho de que a todos los participantes (licenciatura 100% y maestría 100%) les interesa mucho que sus derechos sean respetados y uno de nuestros derechos es el derecho a un ambiente adecuado para la salud. Por lo cual, en esta lógica, el consumismo provoca una destrucción del medio ambiente por su vínculo con la contaminación del aire, agua y suelo, esto quiere decir que nuestros derechos no son respetados

Apartado 7

En esta sección se encuentra un diferencial semántico, presentando opciones para que los estudiantes seleccionen aquella que en mayor medida refleja su actitud.

Tabla 5. En este apartado utilizamos una escala de diferencial semántico para indagar el sentir de los estudiantes sobre temas ambientales. Dicha escala de valoración tiene adjetivos opuestos en cada extremo.

El informarme sobre temas ambientales me parece									
Licenciatura					Maestría				
	1 a 3	4	5 a 7			1 a 3	4	5 a 7	
Irrelevante	1%	3%	96%	Relevante	Irrelevante	0%	0%	100%	Relevante
Desagradable	5%	8%	87%	Agradable	Desagradable	0%	11%	89%	Agradable
Aburrido	4%	3%	93%	Interesante	Aburrido	0%	17%	83%	Interesante
Inútil	0%	3%	97%	Útil	Inútil	0%	0%	100%	Útil
Dañino	2%	3%	95%	Benéfico	Dañino	0%	0%	100%	Benéfico

Estar informados sobre temas ambientales es de gran importancia, no solo en este trabajo si no en nuestra vida diaria ya que esto nos permite concienciarnos sobre la problemática ambiental actual y los efectos negativos de nuestras acciones.

Afortunadamente podemos ver que un gran porcentaje de los participantes (licenciatura 96% y maestría 100%) les parece relevante estar informados sobre temas ambientales, les parece agradable (licenciatura 87% maestría 89%), interesante (licenciatura 93%, maestría 83%), útil (licenciatura 97% maestría 100%) y benéfico (licenciatura 95%, maestría 100%).

Tabla 6. Muestra el porcentaje de estudiantes de licenciatura y de maestría que emitió su parecer respecto a la inclusión de temáticas ambientales en su futura práctica profesional

Si tuviera que incluir en mi futura práctica profesional temáticas sobre Educación Ambiental me parecería:									
Licenciatura					Maestría				
	1 a 3	4	5 a 7			1 a 3	4	5 a 7	
Difícil	13%	15%	72%	Fácil	Difícil	11%	17%	72%	Fácil
Inútil	0%	4%	96%	Útil	Inútil	0%	5%	95%	Útil
Irrelevante	0%	5%	95%	Relevante	Irrelevante	0%	0%	100%	Relevante
Confuso	4%	16%	80%	Claro	Confuso	5%	5%	95%	Claro

Incluir temáticas sobre la EA en nuestra práctica es valioso ya que como profesionales de la educación es muy importante impartir conocimientos ambientales para que con nuestra labor hagamos valer y trascender a un cambio de actitud y hábitos.

Favorablemente el 72% de licenciatura, y el 72% de maestría les parece fácil hacerlo, al igual que les parece útil (licenciatura 96%, maestría 95%), relevante (licenciatura 95%, maestría 100%) y claro (licenciatura 80%, maestría 90%).

Con la EA podemos tomar consciencia sobre la importancia de conservar nuestro medio ambiente.

Tabla 7. Indica el porcentaje de alumnos de licenciatura y maestría que expresaron su parecer respecto al uso de productos amigables con el medio ambiente.

El usar productos amigables con el medio ambiente me parece:									
Licenciatura					Maestría				
	1 a 3	4	5 a 7			1 a 3	4	5 a 7	
Irrelevante	0%	0%	100%	Relevante	Irrelevante	0%	5%	95%	Relevante
Desagradable	1%	4%	95%	Agradable	Desagradable	0%	5%	95%	Agradable
Innecesario	0%	5%	95%	Necesario	Innecesario	0%	0%	100%	Necesario
Inútil	0%	3%	97%	Útil	Inútil	0%	0%	100%	Útil
Dañino	1%	3%	96%	Benéfico	Dañino	5%	33%	62%	Benéfico

El uso de productos amigables con el medio ambiente reduce las energías contaminantes por lo que tener productos ecológicos es una buena opción para ayudar a la conservación del medio.

Afortunadamente nuestros grupos contestaron favorablemente incluir estos productos a su práctica diaria, les parece relevante (licenciatura 100%, maestría 95%) agradable (licenciatura 95%, maestría 95%) necesario (licenciatura 95%, maestría 100%) útil (licenciatura 97%, maestría 100%) y benéfico (licenciatura 96%, maestría 62%).

Tabla 8. Muestra el porcentaje de alumnos de licenciatura y maestría que manifestaron su sentir respecto al ir de compras.

Ir de compras me hace sentir									
Licenciatura					Maestría				
	1 a 3	4	5 a 7			1 a 3	4	5 a 7	
Triste	6%	36%	69%	Feliz	Triste	5%	33%	62%	Feliz
Insatisfacción	9%	46%	45%	Satisfacción	Insatisfacción	5%	45%	50%	Satisfacción
Pobre	17%	73%	10%	Poderoso	Pobre	11%	72%	17%	Poderoso
Arruinado	20%	68%	12%	Pudiente	Arruinado	22%	67%	11%	Pudiente
Desmotivado	7%	40%	53%	Motivado	Desmotivado	5%	50%	45%	Motivado

En esta última tabla nos pareció interesante saber la postura acerca de ir de compras, por lo que a nuestros grupos (licenciatura 65%, maestría 62%) les hace feliz, sienten satisfacción (licenciatura 45%, maestría 50%) y en el caso de la licenciatura un poco más de la mitad (53%) los hace sentir motivados.

Sabemos que ir de compras es una acción necesaria, pero hacerlo irresponsablemente puede llegar a comportamientos nada favorables para nuestro entorno, ocasionando una gran cantidad de residuos sólidos.

Apartado 8

En esta última sección se presentan dos escenarios o declaraciones de hechos que deben ser tomados como verdaderos. Después de cada declaración se presentan varias posibles inferencias que podrían ser extraídas de los posibles hechos relatados en la declaración. Para cada inferencia se les ofrecen a las respondientes cinco posibilidades de respuesta: verdadera (V), probablemente verdadera (PV), información insuficiente (II), probablemente falsa (PF) y falsa (F). El trabajo del estudiante consiste en analizar cada una de las inferencias y decidir el grado de verdad de cada una de ellas.

En el primer escenario simula el siguiente hecho:

A mi amiga le gusta mucho andar a la moda. Frecuentemente compra ropa y zapatos, quiere cambiar su celular cada vez que sale un modelo nuevo, y

siempre está revisando las mejores ofertas en páginas web para ver qué más puede comprar. Pero no sólo eso; ella prefiere comprar comida congelada ya preparada en el súper, que comprarla en el mercado y cocinarla, porque dice que en el ritmo tan rápido en el que vivimos hoy, es el mejor estilo de vida que se puede llevar. El problema es que mi amiga no se percata del daño que su estilo de vida consumista está causando al medio ambiente.

Tabla 9. Muestra el porcentaje de encuestados que emitieron sus respuestas a través de las inferencias que se les presentaron. Las posibles respuestas son: verdadera (V), probablemente verdadera (PV), información insuficiente (II), probablemente falsa (PF), falsa (F).

	Licenciatura					Maestría				
	V	PV	II	PF	F	V	PV	II	PF	F
Su estilo de vida consumista muestra que es una persona muy superficial.	54%	29%	13%	2%	2%	39%	28%	33%	0%	0%
Si compra tanto, quiere decir que gana mucho dinero.	4%	38%	39%	9%	10%	0%	28%	56%	5%	11%
Su estilo de vida consumista genera muchos residuos sólidos que perjudican el medio ambiente.	71%	24%	3%	2%	0%	61%	28%	11%	0%	0%
Su consumismo muestra que no le interesa cuidar nuestro planeta.	45%	34%	17%	2%	2%	28%	33%	39%	0%	0%
Una vida consumista refleja vacíos emocionales.	36%	34%	27%	2%	1%	33%	28%	33%	6%	0%

En este escenario simulado quisimos investigar la opinión de los estudiantes acerca del estilo de vida consumista, a lo que nuestros grupos (licenciatura 54%, maestría 39%) piensan verdaderamente que el estilo de vida consumista hace a una persona superficial, y que este estilo de vida genera muchos residuos que perjudican al medio ambiente (licenciatura 71%, maestría 61%) y que estas acciones muestran un nulo interés por cuidar nuestro planeta (licenciatura 45%, maestría 39%), pero que tener mucho dinero no quiere decir que sea una persona consumista ya que piensan que esta información es insuficiente para determinar esto (licenciatura 39% , maestría 56%), por último los alumnos de licenciatura piensan que (verdaderamente 36%) consumir no refleja una vida vacía emocionalmente mientras que los alumnos de maestría tienen un porcentaje igual en la categoría (verdadero 33% e información insuficiente 33%).

El segundo escenario simula el siguiente hecho:

Estás planeando una fiesta con tus compañeros de clase. La mayoría de ellos sugiere que para que todos se diviertan y no tengan que dedicar mucho tiempo en actividades de limpieza, sería conveniente utilizar recipientes de unicel para la comida, así como vasos desechables para las bebidas. Sin embargo, una compañera se opone, y argumenta que el unicel afecta la salud de las personas, debido a que libera sustancias tóxicas (dioxinas) al entrar en contacto con los alimentos, y además provoca daño al medio ambiente, erosionando el suelo y provocando la muerte a distintas especies animales. Así que ella propone que todos colaboren llevando recipientes de sus casas.

Tabla 10. Muestra el porcentaje de participantes tanto de licenciatura como de maestría que emitieron sus respuestas a través de las inferencias que se les presentaron. Las posibles respuestas son: verdadera (V), probablemente verdadera (PV), información insuficiente (II), probablemente falsa (PF), falsa (F).

	Licenciatura					Maestría				
	V	PV	II	PF	F	V	PV	II	PF	F
Si todos llevan sus recipientes, el gasto económico será menor.	83%	15%	1%	0%	1%	78%	0%	17%	5%	0%
El trabajo colaborativo que llevarán a cabo los puede unir más como grupo.	59%	35%	5%	0%	1%	61%	11%	22%	6%	0%
Ninguno tendrá la responsabilidad de comprar los productos desechables, porque será una colaboración compartida.	62%	28%	4%	2%	4%	83%	0%	11%	6%	0%
A pesar de los aparentes beneficios que tendrán con el uso del material desechable, están poniendo en riesgo su salud y contribuyen al deterioro ambiental.	54%	30%	9%	2%	5%	50%	11%	33%	6%	0%
Compartir lo que tienen en sus hogares Les permitirá conocerse mejor entre ellos	40%	33%	20%	5%	2%	45%	22%	11%	0%	22%

A través de este hecho queríamos averiguar cuántos de nuestros encuestados les es importante no utilizar utensilios desechables en alguna situación de sus vidas, podemos notar mediante los resultados (licenciatura 83%, maestría 78%) que realmente si todos llevan sus utensilios el gasto sin estos productos es menor, además estás acción los unen como grupo (licenciatura 59% maestría 61%), y que estas gestiones no comprometen a alguien a comprarlos ya que será una colaboración compartida (licenciatura 62%, maestría 83%).

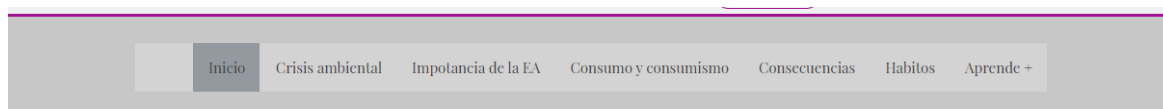
Por último, un mayor porcentaje (licenciatura 54%, maestría 50%) de los alumnos piensan que el uso de estos desechables perjudica a nuestra salud, justo por los tóxicos que desprenden.

Producto Página Web

Con base en los resultados de nuestra encuesta, se elaboró una página web en donde los estudiantes tendrán información más concreta y mejor orientada sobre la educación ambiental para un consumo sustentable como previamente mencionamos en la metodología.

Para ello tomamos como temas centrales los siguientes: la crisis ambiental, Importancia de la Educación ambiental (EA), Consumo y consumismo, Consecuencias del consumismo, Hábitos de consumo y un apartado de Aprende+.

A continuación, se presenta una muestra de esta página web, de igual manera se puede ver completa en el siguiente link:
<https://gediea15.wixsite.com/educacion-ambiental>



CONSUMO SUSTENTABLE

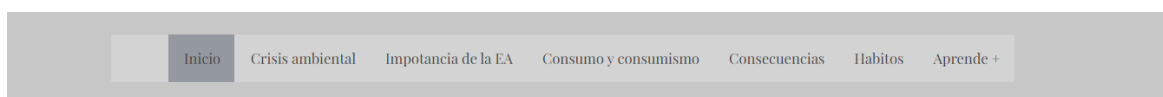
ESTA PAGINA WEB ES CREADA CON FINES EDUCATIVOS CON EL PROPÓSITO DE INFORMAR, FOMENTAR Y MOTIVAR A LOS JÓVENES SOBRE ACCIONES





Elaborado por:
Rodríguez Martínez Diana I.
Suárez Tovar Gema A.
Asesora:
Dra. Mayra García Ruíz

El menú de la página son las pestañas de consta de: Crisis ambiental, Importancia de la Educación ambiental (EA), Consumo y consumismo, Consecuencias, Hábitos y un apartado de Aprende+. Como se muestra a continuación:



Describiremos cada una de las pestañas:

Crisis Ambiental.

Este apartado se hizo con el propósito de que comprendieran en primera instancia que está pasando en nuestro mundo, que conozcan la relevancia de la crisis ambiental y porque es de gran relevancia comprender de estos temas, también colocamos un video en donde se explica las consecuencias más impactantes sobre la crisis ambiental:



CRISIS AMBIENTAL

La crisis ambiental global es una situación que precisa atención urgente, debemos de asumir una postura basada en la conciencia de cada uno de nosotros como seres humanos.

Actualmente, el mundo está viviendo la peor catástrofe ambiental de todos los tiempos, esta crisis ambiental, ha llegado tan lejos que en la actualidad amenaza con enfrentar una extinción masiva de seres vivos, como también de seres humanos. [1]

A lo largo de la historia, la sociedad siempre ha sabido que su desarrollo está sujeto a la explotación de su entorno, pero no es consciente de la gravedad de este problema.

Es por ello que necesitamos educarnos sobre los temas ambientales actuales, saber que pasa a nuestro alrededor y en general estar informados sobre lo que ocurre en el mundo, cuestionarnos sobre nuestros hábitos y de que manera están perjudicando nuestro medio ambiente

Y TÚ ¿TE ATREVES A SER PARTE DEL CAMBIO?



¡Danos tú opinión!

¿Como te hizo sentir el video?

¿Cual es tú opinión al respecto?

Enviar

Importancia de la Educación Ambiental

Este apartado es de gran relevancia ya que como vimos en los resultados los alumnos les interesa saber más sobre la educación ambiental, tienen alguna

noción de este tema, pero quisimos profundizar aún más, por ello explicamos de manera breve y concisa en unas cajas interactivas, ¿Qué es la educación ambiental?, ¿Cuál es el objetivo de la educación ambiental? y ¿Cuál es la importancia de la educación ambiental?, de igual manera insertamos un video donde se explica aún mejor. También colocamos un video donde se aborda la educación ambiental.



La educación ambiental nos permite comprender las relaciones de interdependencia con el entorno, ya que los seres humanos somos parte del ambiente y debemos ser conscientes de ello, es común relacionarlo con flora y fauna, pero no es así, debemos de comprender que el medio lo conformamos todos los habitantes del mundo y mayormente de los humanos, ya que somos los principales actores en la destrucción del medio ambiente.

¿Qué es la educación ambiental?

La educación ambiental es un proceso de desarrollo de competencias cognitivas, afectivas y valorales, para establecer relaciones positivas con el medio ambiente y para que se propicie la construcción de conocimientos y el desarrollo de habilidades críticas de pensamiento para proponer soluciones a la problemática socioambiental y al mismo contribuir a su prevención.

¿Cuál es el objetivo de la educación ambiental ?

Objetivo de la educación ambiental es desarrollar una variedad de estrategias didácticas para promover la formación de la conciencia de la responsabilidad humana

¿Cuál es la importancia de la educación ambiental ?

La educación ambiental es de vital importancia ya que con ella asumimos el compromiso de participar en la solución de problemas, tomar decisiones y actuar para asegurar la calidad ambiental.

Los problemas ambientales son de diversa complejidad y abarcan situaciones que van desde el efecto nocivo ocasionado por el de plaguicidas en las plantaciones, la deforestación ocasionada por el aprovechamiento de recursos maderables en alguna comunidad, la contaminación de aguas por desechos industriales, la degradación de suelos por el depósito de basura o de residuos peligrosos, hasta el calentamiento global del planeta causado por grandes cantidades de gases invernadero como consecuencia de la actividad industrial.



Con este video obtendrás mas información sobre la educación ambiental



Consumo y Consumismo

En este apartado definimos que es el consumo y que es el consumismo, así como también diferenciamos el uno del otro ya que en nuestros resultados pudimos notar que puede ser confuso en los estudiantes. Siguiendo en la misma sección colocamos una pequeña encuesta referente a los hábitos de consumo en donde se aprecia una imagen con comida chatarra y se pregunta: ¿Cada cuando compran alguno de esos productos?, a un lado se colocó las opciones de respuestas en donde pondrán la que más ellos tendrán la opción que

consideren pertinente, de igual manera colocamos una segunda pregunta en donde cuestionamos: Cada vez que compras algún producto electrónico ¿se detienen a pensar si realmente lo necesitan? de igual forma se colocó una caja de opciones en donde respondan la más pertinente para ellos. Esta encuesta la colocamos ya que debajo de ellas hay una imagen de un depósito de basura, con el fin de que reflexionen que toda acción tiene consecuencias y que la mayoría de esta basura no se puede reciclar.



Consumo

El sistema económico pone al alcance de las personas diversos productos y bienes para su consumo, desde lo más necesario, como son nuestros alimentos o nuestras prendas de vestir, hasta lo menos necesario. El consumo de las personas en altos niveles se ve reflejado en la calidad de nuestro entorno natural.

Bauman (2000) define ser consumidor como: utilizar las cosas, comerlas, vestir con ellas, usarlas para jugar y generalmente satisfacer nuestros propios anhelos por medio de esto, del mismo modo define al consumo con apoderarse de las cosas destinadas al consumo, como: comprarlas y pagar por ellas, convirtiéndolo en algo de nuestra única propiedad, impidiendo que otros las utilicen sin nuestro consentimiento. También nos menciona una frase muy poderosa y muy cierta del consumo: "consumir significa también destruir".

Consumismo

A diferencia del consumo, que es un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un rasgo particular de la sociedad. "El consumismo implica que las cosas dejen de existir, por agotamiento total pero más porque pierden su encanto hasta que dejan de despertar nuestros deseos y pierden la capacidad de satisfacer nuestros apetitos". (Camacho, 2013 p. 115)

En el Diccionario de la Real Academia Española (2019), encontramos que el consumismo se define como "la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios".



RESPONDE



De acuerdo con la imagen, ¿Cada cuando compras alguno de estos productos?

- Nunca
- De vez en cuando
- Siempre

Enviar respuestas



Antes de comprar algún producto tecnológico, ¿Me detengo a pensar si realmente lo necesito?

- Nunca
- De vez en cuando
- Siempre

Enviar respuestas

La gran mayoría de nosotros al menos compramos uno de estos productos diario, un dulcecito, un cafecito, unas galletitas o unas papitas o cualquier otro antojito, consumimos estos productos en cuestión de minutos y luego tiramos la envoltura. Pero, ¿Sabes cuanto daño se ocasiona por la basura de estos dulces?



Las toneladas de basura que se genera al día por las envolturas de estos dulces son altísimas, esta basura generalmente termina en 2 lugares: en los océanos, dañando a la flora y fauna que viven ahí, o en los vertederos que, por si fuera poco, los químicos con los que están diseñadas son nocivas para la salud, además de que se tardan años en degradarse.

Y como es de esperarse, los efectos de los altos niveles de consumo se ven reflejados en el deterioro de las condiciones ambientales

Consecuencias

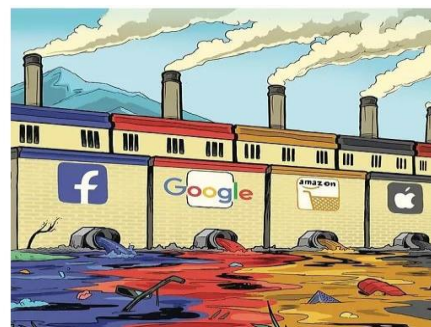
En este apartado se hace referencia a los problemas ambientales a causa del consumismo, se señala que es la contaminación ambiental y debajo se encuentran unas cajas interactivas en donde al navegar por el mouse se muestran los diferentes tipos de contaminación, al oprimir el botón de “ver más” se desprende una página en donde se muestra el tipo de contaminación seleccionada, se explica brevemente, qué es, su causa y su consecuencia. Como se muestra a continuación:



La contaminación ambiental, se refiere a la presencia de agentes externos de origen físico, que llegan a poner en peligro la integridad del entorno en el que se encuentran, estos componentes químicos o biológicos pueden dañar la naturaleza e igualmente a los seres vivos.

Algunos tipos de contaminación son:

PROBLEMAS AMBIENTALES A CAUSA DEL CONSUMISMO



Al pasar el mouse por las imágenes se mostrará de la siguiente manera:



¿Qué es?



La contaminación del suelo es provocada por la presencia de sustancias químicas, que comúnmente no son visibles y esto la hace peligrosa.

Causa



La contaminación del suelo es provocada por la presencia de sustancias químicas, que comúnmente no son visibles y esto la hace peligrosa.

Consecuencias

Algunas consecuencias de la contaminación del suelo son: pérdida en la cosecha de la agricultura contaminación de la flora y su pérdida, daños a la salud y desertificación.

Contaminación del aire

[REGRESAR](#)

Contaminación del aire



¿Qué es?



La contaminación del aire son aquellas partículas o gases que son nocivos para el ambiente, los seres vivos y los seres humanos

Causa



La causa principal de la contaminación del aire están relacionadas con la quema de combustibles fósiles, como el carbón, el petróleo y el gas. Estas se producen principalmente por los sectores industriales y los transportes

Consecuencias

La contaminación del aire tiene consecuencias muy graves en nuestra salud, a demás que también afecta a los bosques y los ecosistemas acuáticos

Contaminación del agua:



Contaminación del agua

¿Qué es?



Se le conoce contaminación del agua a la presencia de, químicos, bacterias o alguna sustancias que dañen la composición natural del agua.

Causa



Las causas que dañan el agua son, productos químicos, fertilizantes, pesticida, plásticos, desechos fecales, tóxicos de origen industrial.

Consecuencias

Las terribles consecuencias de la contaminación del agua son, destrucción de la flora y fauna, enfermedades mortales, escases de agua en muchas comunidades

Contaminación visual



¿Qué es?

La contaminación visual es todo aquello que altera o afecta la estética de alguna determinada zona o paisaje tanto rural como urbano.

Causa



Una de las causas de la contaminación visual se debe al exceso de información ya sea en luces en colores o imágenes, también las vallas publicitaria, los postes de electricidad, edificios deteriorados, grafitis.

Consecuencias

La contaminación visual afecta a nuestro cerebro ya que este no pueda procesar la información como debería causando dolor de cabeza, daña la salud de los ojos, altera la tensión y produce estrés.

Contaminación auditiva



¿Qué es?



La contaminación auditiva o acústica es la presencia de ruidos o vibraciones en una determinada zona

Causa



La contaminación acústica es provocada comúnmente por las actividades humanas como el tráfico, las industrias, las construcciones, las fiestas, los aviones o algún otro ruido excesivo.

Consecuencias

Las contaminación acústica provoca afectaciones negativas sobre a salud mental, física y auditiva, también produce fatiga, estrés, irritabilidad, ansiedad e incluso agresividad.

Contaminación digital



¿Qué es?



La contaminación digital se refiere al exceso de emisión de sustancias contaminantes y al uso de infraestructura física que se requiere para el funcionamiento de plataformas digitales

Causa



El uso de red requiere de energía eléctrica para funcionar, como también necesita de una infraestructura física como son: cables, antenas, bases de datos y equipos de soporte técnico, electricidad que contamina.

Consecuencias

La contaminación digital es la responsable del 2% de los gases de efecto invernadero, ya que contribuye al cambio climático y producción de smog sobre las ciudades, de igual forma afecta a la biodiversidad, causando una disminución de la variabilidad genética y contaminación y sedimentación de aguas. Además, genera basura tecnológica por la obsolescencia de los aparatos electrónicos.

Hábitos de Consumo

La siguiente pestaña habla sobre los hábitos de consumo. Como primer punto se muestran unas cajas interactivas en donde la fila izquierda serán "A" y la fila de lado izquierdo será la fila "B", Las imágenes del lado A muestran actitudes de personas que no tienen interés por el cuidado del medio ambiente mientras que las imágenes de la fila B si las tienen, la finalidad de esto es que las personas se cuestionen sus hábitos de consumo cotidiano y reflexionen sobre ello.

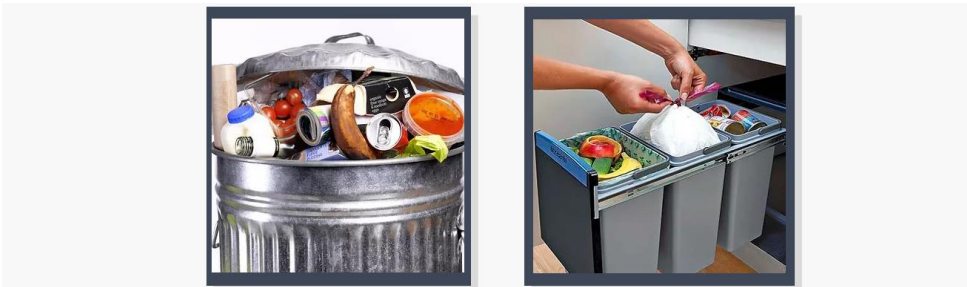
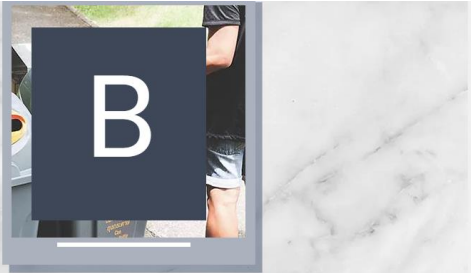
Más abajo se señalan algunos tips muy útiles sobre el consumo y se muestra de qué manera hay que separar la basura correctamente. Como se señala a continuación:



HABLEMOS DE HÁBITOS DE CONSUMO SUSTENTABLE

¿Qué tipo de persona soy?

ESCOGE A O B DEPENDIENDO CON CUAL IMAGEN TE IDENTIFIQUES MAS





¿QUÉ LETRA REPETISTE MAS
VECES?

SI TU RESPUESTA
FUE **A**















Deberías replantearte tus
hábitos y actitudes de consumo
ya que tener esos
comportamientos dañan a
nuestro planeta

SI TU RESPUESTA
FUE **B**

Felicidades, eso demuestra que
eres una persona que se
preocupa por el cuidado del
medio ambiente, ¡Sigue así!

TE DEJAMOS UNOS TIPS PARA
QUE TENGAS UN CONSUMO
RESPONSABLE.



EVITA	PROCURA
<p> Comprar cosas que NO necesitas</p> <p> Evita comer productos de origen animal todos los días.</p>	<p> Piensa antes de comprar y busca opciones con menos empaques.</p> <p> Opta por comer menos carne y mas verduras, leguminosas o cereales, consume local y evita desperdiciar y comer comida chatarra</p>
<p> Evita las bolsas de plástico y desechables</p> <p> No tomes baños largos, no desperdicies el agua mientras lavas.</p>	<p> Compra los productos a granel, procura llevar bolsas y trastes para hacer tus compras.</p> <p> Ahorra agua en la ducha, mientras te lavas los dientes y cuando laves los trastes poniendo un bote para recolectar el agua que cae.</p>
<p> Evita dejar conectado todo el tiempo aparatos electrónicos y los focos.</p> <p> Evita comprar ropa que la tela sea de dudosa calidad y evita a toda costa la ropa de moda o temporada.</p>	<p> Desconecta los aparatos electrónicos que no estés ocupando y apaga los focos de la luz que no ocupes.</p> <p> Cuando compres alguna prenda o calzado, asegúrate que sea de calidad y que sea algo que realmente lo necesites, la mayoría de la ropa que vemos en los centros comerciales es desechable por ende, se muy cuidadoso/a con lo que eliges.</p>
<p> No maltrates tu ropa ni la tires si aun no esta rota.</p>	<p> Muy pocas son las personas que se toman el tiempo para leer la etiqueta en la ropa, pero este es un factor importante para que tu prenda te dure por mucho mas tiempo. si tu prenda aun esta en buen estado regalasela a alguien que realente lo necesite.</p>





- Fruta
- Verduras
- Jardinería
- Poda



- Vidrio
- Plástico
- Cartón
- Aluminio

RESIDUOS SANITARIOS



- Pañales
- Toallas sanitarias
- Papel higiénico

RESIDUOS DE MANEJO ESPECIAL



- Celulares
- Baterías
- Pilas
- Aparatos electrodomésticos

RESIDUOS INORGÁNICOS DESECHABLES



- Utensilios desechables
- Envolturas de dulces
- Colillas de cigarro
- Chicles

Aprende+

Para finalizar, la última pestaña es sobre algunos documentales muy interesantes que los harán reflexionar y sensibilizar sobre las cuestiones ambientales y el consumismo en general.

TE MOSTRAMOS UNOS DOCUMENTALES PARA QUE APRENDAS UN POCO MAS SOBRE EL CONSUMISMO Y SUS CONSECUENCIAS



Este film muestra el uso y producción de plástico que ha existido, lo importante económico y útil que este producto puede llegar a ser.

El documental aborda las problemáticas que la gran mayoría de las personas "no ve" al utilizar tanto plástico.

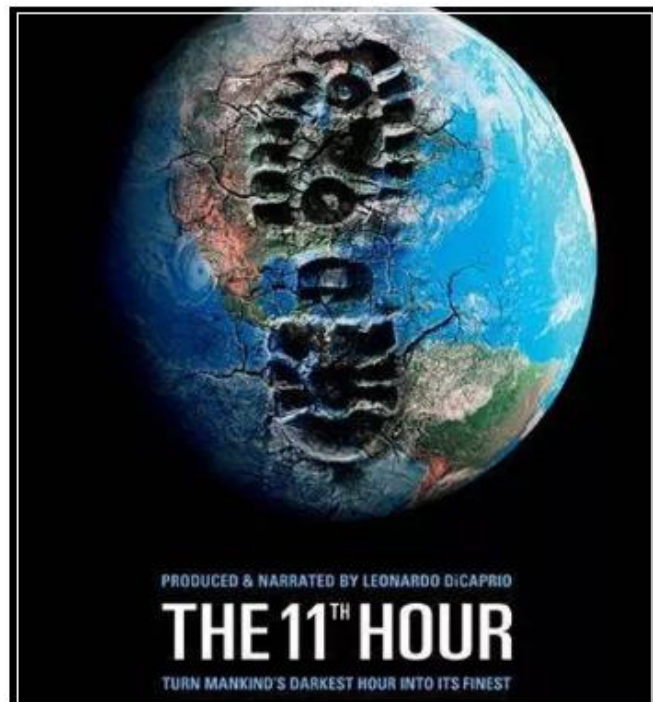
En este documental se muestra la historia de cómo surge el concepto y la práctica de la obsolescencia programada, y la manera de cómo la sociedad se fue moldeando a la forma de trabajar de la industria, generando de esta forma una sociedad más consumista.





La docuserie sociedad producida por Netflix, en este proyecto se habla acerca del consumo, y se proponen visualizar que en ciertas industrias pueden llegar a tener una producción y comercialización negligente, solo con la finalidad de poder proporcionarle al comprador un producto más económico y por ende más accesible al público en general.

Las 11 en punto es una mirada a la actual crisis ambiental, impulsada por fenómenos como la sequía, el hambre, las inundaciones o la lluvia ácida, entre otras consecuencias que está experimentando el planeta como consecuencia del cambio climático. El documental incluye soluciones prácticas que ayudan a restaurar los ecosistemas del planeta.





Este documental muestra una especie de información ecológica al explicar cómo la Tierra cambia con el tiempo debido a la perturbación humana. Comenzó como una serie de lugares abusados por todos nosotros y modificados como resultado. Al final, termina con una actuación escenificada de un lugar espectacular que no ha cambiado, para que el público se dé cuenta de que no es demasiado tarde si actuamos ahora

Con la página web queremos llegar a todas las personas que estén interesadas y quieran ser parte del cambio para tener un mundo mejor. Pongamos en alto nuestro lema de la universidad: ¡EDUCAR PARA TRANSFORMAR!

Capítulo 5. Discusión Y Conclusiones

Discusión

Es importante recalcar que la educación ambiental nos permite comprender las relaciones de interdependencia con el entorno, ya que los seres humanos somos parte del ambiente y debemos ser conscientes de ello, es común relacionar el medio ambiente con flora y fauna, pero no es así, debemos de comprender que el medio lo conformamos todos los habitantes del mundo y mayormente de los humanos, ya que somos los principales actores en la destrucción del medio ambiente. Con base en esto, los alumnos de Licenciatura y Maestría comprenden esta interdependencia, lo cual es un paso muy bueno para la comprensión de la EA.

De igual manera, debemos de reconocer que la mayor amenaza hacia el medio ambiente proviene del sistema político y económico del país, nuestro sistema no es sustentable, poco a poco está acabando con nuestros recursos y está destruyendo el ecosistema.

Es importante reconocer que nosotros somos partícipes de la destrucción ambiental, ya que nuestras acciones diarias en nuestras vidas por más indefensas que sean podrían estar dañando al planeta. Por ejemplo, al comprar cualquier dulce en la esquina o algo más grande cómo comprar algún servicio o bienes, no nos hacemos responsables, ya que no tenemos la cultura de investigar de donde proviene lo que estamos adquiriendo ni tampoco sabemos si la empresa a la cual estamos comprando es responsable con el ambiente, es muy común que sólo tenga importancia satisfacer nuestras necesidades, y por lo mismo al sistema solo le importan las riquezas que les generemos.

Si realmente queremos hacer un cambio depende de nosotros, transformar el modelo actual de desarrollo económico para que sea amigable con la conservación del medio ambiente, no debemos olvidarnos de que el consumismo tiene repercusiones ambientales fuertes en la actualidad, como bien lo mencionan los alumnos de Maestría y Licenciatura, se deben conocer los problemas ambientales para poder ayudar a proteger el medio ambiente.

Un punto relevante en los resultados de la investigación es la confusión entre la ecología y el medio ambiente natural. Es muy común que haya confusión entre estos dos conceptos. En la década de los ochenta cuando en nuestro país se difundió popularmente el término ecología, la gente lo comenzó a emplear de varias formas, en donde la mayoría de ellas eran incorrectas (González-Gaudiano, 1999).

Si bien ecología y medio ambiente están íntimamente relacionados no son lo mismo. Entendamos entonces que la ecología es una ciencia que estudia las relaciones entre los seres vivos y su entorno físico de materia y energía (González-Gaudiano 1999 p. 1). Por otro lado, “el medio ambiente es el objeto de estudio de la educación ambiental, el cual tiene componentes ecológicos, sociales y culturales; el medio ambiente no es sinónimo de naturaleza y la educación ambiental no es sinónimo de ecología” (Calixto y Martínez, 2019 p. 68).

Teniendo en cuenta la deficiencia de la confusión de los conceptos mencionados anteriormente, la gran mayoría de los encuestados consideran que es importante tener temas de EA en los libros de textos, con la finalidad de que los estudiantes desde pequeños puedan entender más acerca del tema. De acuerdo con Calixto y Martínez (2019) “la educación ambiental abarca distintos ámbitos y edades de la vida humana; las escuelas de educación básica son una de las primeras instituciones que favorecen el acercamiento de los niños a la exploración y conocimiento del medio ambiente” (p. 68). Por ello, es importante tener recursos didácticos que nos den información acerca de este tema. Es valioso que los niños crezcan con una cultura de sustentabilidad, para no crearse necesidades y poner en práctica diversas conductas (reusar prendas, donarlas, ahorrar agua, electricidad etc.) que ayuden a la conservación el medio ambiente, de tal modo que con el paso de los años crezcan siendo unos adultos sustentables en su consumo.

Por otra parte, es importante saber las costumbres de los alumnos encuestados con respecto a su vida cotidiana, por ejemplo:

- Si acostumbran a tirar basura en las calles; ya que sabemos que el tirar basura en las calles puede ocasionar que las coladeras se tapen y haya inundaciones severas.
- Si suelen separar la basura en orgánica e inorgánica, ya que al hacer esta separación podemos ayudar a generar menos sustancias tóxicas.
- Si ahorran y luz agua en sus actividades domésticas, ya que el ahorro de estos recursos podemos verlo como insignificante, pero si todos lo hiciéramos abrían grandes cantidades de luz y agua ahorradas al día.
- Si reciclan y reutilizan residuos sólidos cuando les es posible, ya que muchas veces solemos desechar residuos sólidos sin pensar en que pudieran tener una segunda vida, pero debemos de darles segundas oportunidades;
- Si procuran comprar cosas que contaminen menos el medio ambiente; ya que este factor es importante para que la economía sea sustentable.
- Si depositan las baterías usadas en contenedores especiales; ya que las pilas tienen productos tóxicos que si se derraman podrían ocasionar severas afectaciones.
- También quisimos saber si a la hora de comprar algún producto se preocupan por saber qué sucederá con el empaque, ya que al hacer este tipo de reflexiones podemos concientizarnos a no generar tanta basura.
- Si acostumbran a utilizar las hojas de papel por ambos lados; ya que el desperdicio de papel es un hábito nada favorecedor para el planeta.
- Si cuando tiran basura, se fijan a qué contenedores corresponde sus residuos; ya que el separar la basura trae muchos beneficios al igual que separar los envases de plástico y PET.
- También si se detienen a pensar si realmente necesitan algún producto tecnológico, antes de comprarlo.

- Y si adquieren algún producto (como ropa o calzado) toman en cuenta el lugar de procedencia y las condiciones de producción.

Todo esto con la finalidad de saber qué tan congruentes son con sus actividades diarias y que tanto son capaz de mejorar sus hábitos y actitudes con tal de ayudar en los retos ambientales ya que como vimos en los resultados, nuestros encuestados están de acuerdo en que consumir cosas innecesarias tiene un impacto ambiental malo y están conscientes de todo lo que se genera y además tienen mucho interés por ayudar y están dispuestos a consumir menos para aportar con su granito de arena

Las actitudes con el medio ambiente son esenciales en esta investigación, Holahan (1991, en Álvarez y Vega, 2009) habla de ellas como “los sentimientos favorables o desfavorables que se tienen hacia alguna característica del medio o hacia un problema relacionado con él” (p. 247). Ciertamente se pueden encontrar muchos ítems acerca de este tema y debido a que de esta forma se puede conocer cierta parte de la conducta humana, y cómo se menciona las actitudes que tienen en relación con el medio ambiente en diversos aspectos. Los más tratados en la encuesta son: el uso de la energía eléctrica y el consumo del agua, así como el reciclaje de plásticos, entre otros.

Afortunadamente, la mayoría de los participantes de esta investigación tienen actitudes favorables acerca del consumo, están de acuerdo en que consumir cosas innecesarias tiene un impacto en el deterioro ambiental y están conscientes de todo lo que se genera.

Lipovetsky (2007) menciona que las industrias y servicios ponen hoy en prácticas lógicas de opción, estrategias de personalización de los productos y los precios, la gran distribución cultiva políticas de diferenciación y segmentación, pero todos estos cambios no hacen más que aumentar la comercialización de los modos de vida, incentivar un poco más el frenesí de las necesidades. De tal forma, que las marcas deben de cambiar constantemente su logotipo, diseño, eslogan, patrocinios, e incluso de tienda, todo debe movilizarse, redefinirse, “renovarse” para

renovar el perfil de imagen, para dar un alma o un estilo a la marca. La publicidad lo que vende hoy en día son estilos de vida, no son productos sino una visión, un “concepto”, un estilo de vida asociado a la marca (Lipovetsky, 2007).

En contraste con esto debemos señalar que en la encuesta se pregunta cuántas veces al año compran ropa o calzado, se encontró que los de licenciatura tienen un porcentaje 9% de la población que compra más de 10 veces al año, esto da un contraste en comparación con los alumnos de maestría debido a que esta población de tiene un nulo porcentaje (0%) respecto a la adquisición de estos bienes, por lo cual recalcamos la importancia de propagar información sobre la educación del consumo sustentable ya que al ser personas más jóvenes suelen ser personas más consumistas.

Asimismo, es importante tener en cuenta de donde son los productos que consumimos, realmente muy pocas personas se percatan del trasfondo de la procedencia y sin embargo este es un factor fundamental ya que muchas empresas y más las empresas textiles son las culpables de la contaminación ambiental. Ya que las diversas estrategias del mercado para producir la demanda del objeto de consumo, para producir al sujeto consumidor, consisten tanto en la obsolescencia programada como en la seducción de la publicidad, la moda y el marketing (Bravin, 2012). Por ello, la calidad se impone como una condición necesaria para sobrevivir en los mercados. No es cierto que “la imagen lo es todo”: puesto que es inseparable de la búsqueda de excelencia técnica, de controles de calidad, del buen rendimiento de los productos, es evidente que el universo de la hiper mercancía no puede reducirse a los juegos de la imagen de la marca (Lipovetsky, 2007).

Es importante conocer los datos de las razones por los cuales los encuestados comúnmente consumen:

En el caso de Licenciatura se ve un número significativo de alumnos que acostumbran a comprar ropa que está de moda en lugares de nombres y marcas conocidas.

Esto es un factor importante porque en el consumismo, las compras ya pasaron de ser un lujo a ser una necesidad.

Las tendencias efímeras son las cosas que están de moda, y al ser esto una demanda masiva la oferta de los productos aumenta haciendo que las empresas reproduzcan un mayor número de prendas, causando un caos ecológico.

Los alumnos de licenciatura mostraron un porcentaje más alto a comparación de los alumnos de maestría en cuestión si les gusta tener productos de las mismas marcas que tienen sus amigos y si les gusta comprar productos que compran sus amigos. Lo cual nos lleva a pensar en esta cuestión que tienen los jóvenes para encajar en grupos de amigos, tal vez piensen que teniendo las mismas cosas que sus amigos serán mejor vistos o bien recibidos.

Sin embargo, un tanto contradictorio con los resultados anteriores es que a los participantes de esta investigación les interesa que la gente los valore más por:

- ✓ Su inteligencia
- ✓ Su profesión
- ✓ Su simpatía
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Modales

Su personalidad Que por su:

Dinero Poder

- ✗ Pertenencias
- ✗ Y su forma de vestir

Estos resultados pueden ser debido a que como se mencionó anteriormente, dichos participantes intenten integrarse a un grupo de compañeros e intentando ser aceptados busquen tener los mismos tipos de prendas, aunque por esencia les sea

más significativo ser calificados por su forma de ser que por los bienes con los que cuentan.

El consumismo no debe ser tomado como una cuestión de estatus ni un acto de poder, se debe ver como un problema que deteriora el medio ambiente y a nivel social atenta contra la identidad, pertenencia y autoestima de los ciudadanos.

Todos podemos ser parte de un cambio haciendo que nuestros hábitos y actitudes cambien, teniendo las herramientas adecuadas para hacerlo. Es por ello que brindando información oportuna acerca del consumo podemos tener un acercamiento relevante en los jóvenes universitarios.

El consumismo ha causado una contaminación debido a los residuos sólidos y esta situación se ha hecho muy grande y hasta ahora no se puede contener. Se estima que en promedio un ciudadano mexicano genera alrededor de un kilogramo de basura, con una población de casi 120 millones de personas. Lo cual ocasiona un problema fuerte, la basura que se genera trae consigo diversos problemas, este desecho ocasiona que los drenajes se tapen ocasionando inundaciones; daña espacios de recreación; crea emisiones de contaminantes al aire libre y genera gases por la fermentación por el tiempo que pasa en ese estado (Mora Reyes, 2004).

En los resultados obtenidos en esta investigación se puede observar que la gran mayoría de los respondientes son conscientes que un cierto porcentaje de estos desechos son a causa del consumismo, y de igual forma a que separar estos residuos puede ayudar a desecharlos de una forma más segura.

Lo que comúnmente nos podemos encontrar, es que muchas personas no saben el motivo del por qué los residuos deben separarse y la razón es porque al mezclarlos se contaminan unos a otros impidiendo o dificultando el reciclaje o reutilización de dichos residuos sólidos.

La preocupación por el ahorro de energías para los encuestados es muy alta, están preocupados porque nuestros recursos naturales sean usados con responsabilidad. Si bien es cierto que varios de los recursos naturales no se

encuentran en nuestro poder su manejo, hay otros con los que sí podemos ayudar a su preservación y uso adecuado de estos.

Desde hace más de una década la mayor parte de los gases de efecto invernadero (69%) que causa la crisis climática es producida por el uso de combustibles fósiles (SEMARNAT, 2012). La energía eléctrica, que actualmente se produce es casi en su totalidad mediante este tipo de combustibles, por lo que es necesario pensar en un modelo que dependa menos del carbón y del petróleo para producir energía.

Como bien lo muestran los resultados, las cuestiones ambientales no deben dejarlas solamente a los expertos, todos podemos ser parte de un ahorro de energías. Si bien es cierto el actual modelo de desarrollo no es sustentable porque, de continuar como hasta ahora, para satisfacer los patrones de consumo de la población que conformará la clase media en el 2030 se necesitará tres planetas como la Tierra. Así que, es preciso optimizar el uso que le damos a los recursos naturales (SEMARNAT, 2012).

Conclusiones

Este trabajo de investigación tenía como objetivo responder a las preguntas de investigación indagando a la comunidad estudiantil de la Universidad Pedagógica Nacional sobre los conocimientos que tienen acerca del medio ambiente, la educación ambiental, así como también investigar sobre los hábitos y actitudes acerca del consumismo, reciclaje o reutilización.

¿Qué actitudes y hábitos de consumo tienen los alumnos de licenciatura y maestría de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco?

¿Qué actitudes y conocimientos relacionados con la problemática ambiental tienen los alumnos de licenciatura y maestría de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco?

Estas preguntas sirvieron de base para la investigación y realización del cuestionario que se les aplicó a los participantes.

Por lo tanto, el diagnóstico realizado permitió detectar las necesidades del estudiantado en sus conocimientos, actitudes y hábitos lo que sirvió de insumo para crear, adaptar una página web con información pertinente para el conocimiento de los temas ambientales carentes en los estudiantes. Así mismo, en este proceso fue posible observar que los estudiantes de las diferentes licenciaturas y maestrías de la Universidad tienen buena motivación y se interesan por los temas ambientales, como en separación de basura, intentos de reciclar, etcétera, pero no tienen una educación ambiental sólida ni bien definida para llevarla a cabo.

Es necesario mencionar que en la educación pública la EA es carente, no hay una educación formal que pueda ayudar a la mejora de los conocimientos mostrados por los participantes, la mayor parte de información que tienen es debido a interés propio. De tal forma, es entendible las confusiones de medio ambiente con ecología, y la poca planeación en consumos simples.

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, varios de los problemas ambientales que se viven hoy son origen de hábitos inadecuados de consumo innecesario, esto va de la mano con la producción en masas de prendas de vestir, productos tecnológicos, etc. Este despilfarro de recursos hace necesario buscar una alternativa al momento de consumir, es por eso que tener información apropiada acerca del consumo sustentable es importante.

Para lograr un verdadero cambio en nuestro consumo diario es necesario estar educados sobre el tema, debido a que conocer las afectaciones que el consumismo provoca puede llevar a una reflexión del individuo para tener un consumo sustentable. El conocimiento de los fenómenos o desastres ambientales ayudan a este pensamiento y de igual modo a poder generar cambios de actitudes y hábitos de los consumidores. Por eso el interés y la perseverancia en tener una población más informada.

Reiteramos que en la Universidad Pedagógica Nacional no se da una formación ambiental a nivel licenciatura ni siquiera existe una materia que contenga temas relacionados a la degradación del medio ambiente, necesitamos mayor divulgación sobre dichos temas, por lo que reafirmamos que es muy importante difundir información acerca de los daños ocasionados por la actividad humana, y por ello debemos ser aprovechar el poder del internet para propagar información valiosa y hacer conciencia acerca de la crisis ambiental. Debido a que, si bien se encontró en los resultados que los estudiantes muestran una buena y favorable actitud hacia los problemas ambientales, también se logró ver la poca formación que tienen respecto al tema.

Finalmente, queremos hacer énfasis en aprovechar el poder del internet para propagar información valiosa y hacer conciencia acerca de la crisis ambiental.

Bibliografía

ACNUR. (2019). *Los principales problemas medioambientales del momento. UNHCR ACNUR, la agencia de la ONU para refugiados comité español.* https://eacnur.org/blog/principales-problemas-medioambientales-tc_alt45664_n_o_pstn_o_pst/

Acosta, D., y Arteaga, M. (1998). *El consumo sustentable como una conducta social para lograr la preservación del medio ambiente y un mejor nivel de vida.* [Tesis]. UNAM.

Alonso, B. (2010). *Historia de la educación ambiental “La Educación Ambiental en el Siglo XX”.* Asociación Española de Educación Ambiental.

Assadourian, E. (2010). Auge y caída de la cultura consumista. CIP Ecosocial e Icaria (Eds.), *Situación del Mundo 2010. Cambio cultural. Del consumismo hacia la sostenibilidad.* (pp. 35-63). Icaria.

Álvarez, P., y Vega, P. (2009). Actitudes ambientales y conductas sostenibles. Implicaciones para la educación ambiental. *Revista de Psicodidáctica, 14(2)*, 245-260.

Ávila, L. (2016). *Educación para el Consumo Sustentable: Un cambio de actitud en profesores en formación de dos países latinoamericanos.* [Tesis de maestría]. Universidad Pedagógica Nacional.

Ávila Y., Díaz, R, y Espinoza L. (2020). La educación para el consumo sostenible de adolescentes y jóvenes. *Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación.* XI. (6).

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres.* Gedisa.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo.* México: Fondo de cultura económica.

- Bautista-Cerro R., Murga-Menoyo, M., y Novo, M. (2019). La Educación Ambiental en el S. XXI (página en construcción, disculpen las molestias). *Revista De Educación Ambiental Y Sostenibilidad*, 1(1), 1103. https://doi.org/10.25267/Rev_educ_ambient_sostenibilidad.2019.v1.i1.1103
- Benegas, J., y Marcén C. (1995). La Educación Ambiental como desencadenante del cambio de actitudes ambientales. *Revista Complutense de Educación*, 6(2), pp. 11-27.
- Berenguer, J y Corraliza J. (2000). Preocupación ambiental y comportamientos ecológicos. Universidad de Castilla La Mancha, Universidad Autónoma de Madrid. *Psicothema*, 12 (3), pp. 325-329.
- Bolaños, F. (1991). Dimensiones del problema ambiental contemporáneo. *Revista Omnia*, 7(23), pp. 5-17.
- Bravo, Ma. (2005). Origen y desarrollo de la investigación en educación ambiental en México. En García-Ruiz y Calixto, R. (Eds). *Educación ambiental para un futuro sustentable*. Colección más textos.
- Bravin, C. (2012). *Cuerpo y subjetividad: consumismo y procesos de socialización/educación en las sociedades de consumidores*. VII Jornada de Sociología de la Universidad Nacional de Plata. Recuperado el 24 de febrero del 2020 en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31437>
- Cabero, J. (2003). Replanteando la tecnología educativa. *Revista científica de Comunicación y Educación*, 21, pp.23-30.
- Cabero, J., & Llorente, Ma. (2005). Las TIC y la educación ambiental. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 4(2), pp. 9-26.
- Calixto, R. (2012). Investigación en educación ambiental. *Revista Mexicana de investigación educativa*. 17, 55. México.

- Calixto, R., García-Ruiz, M. y Gutiérrez, D. coords. (2011). *Educación e investigaciones ambientales y sustentabilidad: entornos cercanos para desarrollos por venir*. México: UPN; Colegio Mexiquense.
- Calixto, y Martínez. (2019). Educación ambiental en las escuelas del nivel básico. *ReDIE*.
- Camacho, C. (2013). Del consumismo al consumo sostenible. *Revista punto de vista*, 4(6), pp. 111-124.
- Cantú-Martínez. (2020). Actitudes proambientales en jóvenes universitarios. *Ciencia y Educación*, 4(2), pp. 67-74.
- Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. *Revista la ventana*, 4(27), pp.130-168.
- Carrasco, M, y Ramón, E. (2016). La educación ambiental, un saber pendiente en la formación de jóvenes estudiantes universitarios. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 38 (2), pp. 77-93.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2006). *Medio ambiente*.
- De Castro, R. (2001). Naturaleza y funciones de las actitudes ambientales. *Revista de Estudios Psicológicos*, 22(1), pp.11-2.
- Delgado, E. (1998). Consumo y Medio ambiente. *Revista tabanque*, 12, pp. 41-65.
- Dueñas, S., Perdomo, J., & Villa, L. (2014). *El concepto de consumo socialmente responsable y su medición*. Una revisión de la literatura. *Revista Estudios Gerenciales*, 30, pp. 287-300.

- Galindo, L. (2015). La educación ambiental en la virtualidad: un acercamiento al estado del arte. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 5(10).
- García-Ruiz y Sánchez, B. (2006). Las actitudes relacionadas con las ciencias naturales y sus repercusiones en la práctica docente de profesores de primaria. *Perfiles Educativos*, 28(114), pp. 61-89.
- García-Ruiz, M. (2013). Prospectiva de la educación ambiental: creencias y actitudes ambientales. En Escamilla, J. (2013) (Coord.) *Repensar la educación ambiental: Reflexiones desde el campo pedagógico*. Colección Discursos y prácticas de intervención pedagógica. México: UNAM. p.224.
- García-Ruiz, M y Calixto, R. (2016). Las actitudes de los estudiantes de educación media superior hacia la responsabilidad socio-ambiental. En Espejel Rodríguez, Adelina; Calixto Flores, Raúl; Flores Hernández, Aurelia (2016). (Coordinadores). *Educación, jóvenes y ambiente*. México. UPN. p.184.
- González-Gaudiano, E. (1998). (Coordinador). ¿Quién es quién en educación ambiental en Iberoamérica? Reporte de investigación. México, Universidad de Guadalajara, SEMARNAP, UNICEF. p. 66.
- González-Gaudiano, E. (1999). *El ambiente: mucho más que ecología*. ANEA.
- Gonzales-Gaudiano, E. (2007). Educación, globalización y consumo: una mirada crítica. *Educación y ambiente. Anales de la educación común* (8), pag (16-24)
- Greenpeace México. (2021, 29 enero). *Fast fashion: de tu armario al vertedero*. <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fastfashion/>
- Harvey, D. (2020). Política anticapitalista en tiempos de COVID-19. Recuperado de <https://www.sinpermiso.info/textos/politicaanticapitalista-en-tiempos-de-covid-19>

Hernández Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores

Hobsbawn, J. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica. pp. 64-66.

Johnson, M. (2011). *Cómo las TIC pueden ayudar a enfrentar el cambio climático*.

Kutami, M. (2009). Utilizar las TIC para limitar la deterioración del medio ambiente. Actualidades de la UIT. Retomado de <https://www.itu.int/net/itunews/issues/2009/10/14-es.aspx>

Klein, N. (2002). *No logo, el poder de las marcas*. Paidós.

Noh, A. (s/f). Crossword, una aplicación inteligente en filosofía.

Lara González, Fernández C., Silva, y Pérez (2010). "Representación social de las causas de los problemas ambientales. El caso de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla", *Trayectorias*, 12(30).

Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Anagrama.

Llopis, R. (2009). Consumo responsable y globalización reflexiva: Un estudio referido al comercio justo en España. *Revista Española del Tercer Sector*, (11), pp. 145–165.

López, P., y Ferro, A. (2006). *Derecho ambiental*. IURE editores.

Maciel. (2012). *Orientando cambios de actitud favorables al ambiente y su relación con la ciencia y la tecnología en estudiantes de licenciatura en educación primaria de la Benemérita Escuela Nacional de Maestros*. Tesis de maestría, Universidad Pedagógica Nacional.

Martínez, R. (2010). La importancia de la educación ambiental ante la problemática actual. *Revista Electrónica Educare*, 14(1) pp. 97-111.

- Max-Neef, M., Elizalde, A., Hopenhayn, M., Herrera, F., Zemelman, H., Jatoba, J., Weinstein, L., Fundación, C., & Hammarskjöld, D. (1986). *Desarrollo a Escala Humana una opción para el futuro*. Biblioteca CF+S.
- Mena, Y., Jurado, Y., y Pérez, E. (2018). *Motivos y justificaciones que condicionan la práctica de compras de prendas de vestir de moda en jóvenes universitarios*. Trabajo de grado. Universidad Cooperativa de Colombia Facultad de Psicología Santa Marta Colombia.
- Meza, T. (2021). *Detener la contaminación de los plásticos. Día Mundial del consumidor/a- 2021*. Consumo y Ciudadanía espacio para debates y propuestas. <https://consumoyciudadania.org/detener-la-contaminacion-de-los-plasticos/>
- Mora Reyes. (2004). *El problema de la basura en la Ciudad de México*.
- Holahan, Ch. J. (2000). *Psicología ambiental*. Un enfoque general. Limusa.
- Orellana, I., & Fauteux, S. (sf.). *La educación ambiental a través de los grandes momentos de su historia*. Recuperado de http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_3/1/1.Orellana_y_Fauteux.pdf
- Ortega, L. (2009). Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Revistas culturales*, 5(10), pp.7-44.
- Parra, C y Chantre F. (2020). Las TIC como estrategia pedagógica para la enseñanza –aprendizaje hacia la conservación del medio ambiente en docentes de la Institución Educativa Bordones. *Revista if ciencias sociales y humanas*, 1(1).
- Pérez. (2013). *La sociedad del consumo*. Globalización. <https://globalizacion.org/2013/11/la-sociedad-de-consumo/>

- Quadri de la Torre, G. (2006). *Políticas públicas sustentabilidad y medio ambiente*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México. Porrúa.
- Ramírez, A., Sánchez, J, y García A. (2003). El desarrollo sustentable: interpretación y análisis. *Revista del Centro de Investigación*. Universidad La Salle, 6 (21) pp. 55-59.
- Riojas-Rodríguez, Schilman, López-Carrillo, y Finkelman. (2013). La salud ambiental en México: situación actual y perspectivas futuras. *Salud Publica de México*, 55(6), pp. 638-649.
- Rodríguez, S. (2012). *Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens*. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, 34(2).
- Sauvé, L. (2003). *Perspectivas curriculares para la formación de formadores en educación ambiental*. En el Foro Nacional sobre la Incorporación de la Perspectiva Ambiental en la Formación Técnica y Profesional, celebrado en la Universidad Autónoma de San Luis de Potosí (México) del 9 al 13 de junio.
- Sauvé, L. (2004). *Una cartografía de corrientes en educación ambiental*. Catadra de investigación de Canadá en educación ambiental. Université du Québec à Montréal
- SEDEMA. (2020). *Inventario de residuos sólidos en la Ciudad de México*. México.
- SEMARNAT (2012). *Estrategia nacional de producción y consumo sustentable*.
- SEMARNAT (2013). *Consumo sustentable: un enfoque integral*. México
- Terron, E. (2000). La educación Ambiental ante los desafíos del siglo XXI. Ciencia y Docencia. *Revista de la Academia Mexicana de Profesores de Ciencias Naturales A. C.*, (3), pp. 5-13.

Torres, J., Fonseca, S., Dávila, X. y Albán, G. (2018). Factores psicosociales que motivan el consumismo en los estudiantes universitarios de las facultades de psicología y comunicación social de la universidad central del ecuador. *Revista científica retos de la ciencia*, 2(3), pp. 64-83.

Vega, C. (2008). Crecimiento poblacional, consumismo y medio ambiente. *Revista de los estudiantes de ciencias forestales Universidad Nacional Agraria La Molina*. Xilema. 20 pp. 72-74.

Zabala, I., & García, M. (2008). Historia de la Educación Ambiental desde su discusión y análisis en los congresos internacionales. *Revista de Investigación*, 32(63), pp. 201-208.

Anexo 1

Encuesta aplicada

El presente cuestionario tiene relación con las actitudes y hábitos relacionados con el consumo. Solicitamos tu amabilidad para responderlo, reflexionando cada pregunta, de modo que expresas tu sincera opinión siguiendo las instrucciones de cada apartado.

Este cuestionario es fruto del trabajo de muchas personas, y sus resultados serán valiosos para mejorar la educación ambiental. Por eso solicitamos, por favor no dejes ninguna pregunta sin responder.

La información que proporcionas será estrictamente confidencial. Agradecemos tu amable participación

II. DATOS GENERALES:

¿Qué licenciatura estás cursando actualmente?

- Pedagogía
- Psicología Educativa
- Sociología de la Educación
- Educación Indígena
- Administración Educativa
- Maestría

¿Qué semestre cursas?

- 2°
- 4°
- 6°
- 8°

II. Marca la opción que expresa tu grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las afirmaciones que se enlistan posteriormente (TA, totalmente de acuerdo; A, acuerdo; D, desacuerdo; TD, totalmente desacuerdo). Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

1.-La educación ambiental nos permite comprender las relaciones de interdependencia con el entorno.	TA	A	D	TD
2.-Yo pienso que todas las personas deben tener conocimientos ambientales, sin importar a qué se dediquen.	TA	A	D	TD
3.-Me parece que una gran amenaza hacia el medio ambiente proviene del sistema político y económico que impera en mi país.	TA	A	D	TD
4.-Considero que el consumismo tiene repercusiones ambientales fuertes en la actualidad.	TA	A	D	TD
5.- El Desarrollo Sustentable se refiere a satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras	TA	A	D	D
6.-La Educación Ambiental estudia las interacciones que determinan la distribución, abundancia y organización de los organismos en los ecosistemas.	TA	A	D	TD
7.-Considero muy importante que en los planes y programas oficiales desde preescolar hasta educación superior se incluyan asignaturas obligatorias sobre Educación Ambiental.	TA	A	D	TD
8.- Creo que si los alumnos conocen los problemas ambientales podrían ayudar a proteger el medio ambiente.	TA	A	D	TD
9.-El consumismo es la acción de consumir responsablemente.	TA	A	D	TD
10.-En mi casa puedo gastar toda la electricidad que quiera si yo la pago.	TA	A	D	TD
11.- Pienso que el ser humano tiene derecho a hacer uso de los recursos naturales, aunque debe controlar este proceso.	TA	A	D	TD
12.- Creo que el modelo actual de desarrollo económico debería transformarse para que sea compatible con la conservación del medio ambiente.	TA	A	D	TD
13.- Considero que los problemas medioambientales deben dejarse a los expertos.	TA	A	D	TD

14.-Pienso que cada uno de nosotros puede hacer una contribución.	TA	A	D	TD
15.- Prefiero los productos que se utilizan solo una vez porque son más higiénicos y ahorran tiempo.	TA	A	D	TD
16.-Me parece que el problema de los residuos sólidos se genera porque cada vez consumimos más cosas innecesarias.	TA	A	D	TD

II. Marca por favor la opción que exprese mejor la frecuencia con la que has realizado las siguientes actividades (Frecuentemente, F; Algunas veces, AV; Rara vez, RV; Nunca, N) por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.				
1.- Acostumbro a tirar basura en la calle.	F	AV	RV	N
2.-Suelo separar la basura en mi casa en orgánica e inorgánica.	F	AV	RV	N
3.-Ahorro agua en mis actividades domésticas.	F	AV	RV	N
4.-Evito desperdiciar la luz apagando focos y electrodomésticos cuando no se usan en casa.	F	AV	RV	N
5.-Intento reciclar y reutilizar mis residuos sólidos cuando es posible.	F	AV	RV	N
6.- Procuo comprar cosas que contaminen menos el medio ambiente.	F	AV	RV	N
7.- Depositó las baterías usadas en contenedores especiales.	F	AV	RV	N
8.- Al comprar un producto, me preocupo por saber qué sucederá con el empaque.	F	AV	RV	N
9.- Acostumbró a utilizar las hojas de papel por ambos lados.	F	AV	RV	N
10.- Cuando tiro basura, me fijo a qué contenedores corresponde mi residuo.	F	AV	RV	N
11.- Separó los envases de plástico y PET de la basura que se genera en mi casa.	F	AV	RV	N

12.- Antes de comprar algún producto tecnológico, me detengo a pensar si realmente lo necesito.	F	AV	RV	N
13.- Cuando compré alimentos procesados (enlatados, envasados o en cajas de cartón) me detengo a leer las etiquetas.	F	AV	RV	N
14.- Consulté las condiciones de garantía del producto o servicio que obtengo.	F	AV	RV	N
15.- Cuando adquirí algún producto (como ropa o calzado) tomé en cuenta el lugar de procedencia y las condiciones de producción.	F	AV	RV	N
16.- Cuando compré alimentos me fijo en la fecha de caducidad.	F	AV	RV	N
17.- Participé en campañas o actividades destinadas a cuidar el medio ambiente.	F	AV	RV	N
18.- Recolecté y llevé envases de plástico PET a centros de acopio.	F	AV	RV	N
19.- Me intereso por los problemas ambientales.	F	AV	RV	N
20.- Estoy dispuesto a consumir menos y prescindir de algunas comodidades (por ejemplo, usar menos mi auto), si con ello ayudé a proteger el medio ambiente.	F	AV	RV	N
21.- No me importa pagar un poco más por un refresco si el envase es reciclable (vidrio o aluminio).	F	AV	RV	N

III. Marca la respuesta que indique tu preferencia. Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

1.- ¿Cómo crees que se puede generar la conciencia ambiental?

- a) A través de la información
- b) A través de la experiencia
- c) A través de la publicidad
- d) A través de la educación

2.- Cuando tengo sed, prefiero tomar:

- a) Agua embotellada

- b) Agua simple de garrafón
- c) Refresco
- d) Agua de sabor embotellada

3.- Cuando tengo oportunidad de comer fuera de casa, prefiero ir a:

- a) Establecimientos de comida rápida
- b) Locales de comida corrida
- c) Restaurantes
- d) Una taquería

4.- Considero que los días en los que se celebra algo especial como el día de las madres, es:

- a) Una buena oportunidad para regalar tarjetas
- b) Una estrategia de las empresas para vender productos
- c) Un día especial para salir a comer en un restaurante
- d) Para convivir sin necesidad de gastar

5.-Considero importante reducir mi consumo de energía eléctrica por:

- a) Mi economía
- b) El ahorro de Energía
- c) El desarrollo de mi país
- d) Ayudar a la conservación del medio ambiente

6.-Reciclar es conveniente para:

- a) Reducir los residuos
- b) Obtener dinero
- c) Organizar la basura
- d) Mi economía

IV. Marca solo una respuesta. Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

1.- ¿Cuántas veces al año compras ropa?

- a. De 1 a 3
- b. De 4 a 6
- c. De 6 a 9
- d. Más de 10

1.- ¿Cuántas veces al año compras calzado?

- a. De 1 a 3
- b. De 4 a 6
- c. De 6 a 9
- d. Más de 10

2.- Consideras que los productos de marca conocida son:

- a. Más buenos
- b. Más caros
- c. Ni más buenos ni más caros
- d. Más buenos y más caros

3.- Según tu opinión, ¿Para qué sirve la publicidad?

- a. Para dar a conocer un producto
- b. Para vender más
- c. Para convencer a la gente que compre más
- d. Para que la gente piense que el producto es mejor de lo que en realidad es

4.- ¿Con qué frecuencia cambias tu celular por uno nuevo?

- a. Cada vez que sale un nuevo modelo
- b. Cada año
- c. Cada dos años
- d. Cada que se descompone

V. Marca tu respuesta (Frecuentemente, F; Algunas veces, AV; Rara vez, RV; Nunca, N).

1.- Cuando compras ropa o calzado, ¿en qué te fijas más?

	F	A V	R V	N
En el precio				
En el diseño y la estética				
En que esté de moda				
En la marca				

En que sea de calidad				
En la relación calidad/precio				
En que sea útil o necesario				

2.- A la hora de comprar un producto:

	F	AV	RV	N
¿Acostumbras a comprarte cosas que están a la moda?				
¿Te gusta comprar productos de nombres y marcas conocidas?				
¿Comprar productos que has visto en anuncios de televisión?				
¿Te gusta tener productos de las mismas marcas que las que tienen tus amigos?				
¿Te gusta comprar los mismos productos que compran tus amigos?				
¿Has dejado de comprar un producto que te gusta porque no corresponde a la marca que acostumbras?				

3.- ¿Cómo consideras que es la publicidad en televisión?

	F	A V	R V	N
Atractiva				
Interesante				
Aburrida				
Divertida				
Engañosa				
Repetitiva				
Oportuna				
Sabe lo que me interesa				

4.- Te gustaría que las personas te valoraran por:

	F	A V	R V	N
Tu inteligencia				
Tu profesión				
Tu simpatía				
Tu dinero				
Tu poder				
Tu responsabilidad				
Tus modales				
Tus pertenencias (auto, casas, etc.)				
Ser atractivo (a)				
Tu forma de vestir				
Tu personalidad				

VI. Marca tu respuesta (Muy Importante, MI; Importante, I; Poco Importante, PI; Nada Importante, NI).

¿En qué medida consideras importante para tu vida cada una de las siguientes cosas?

	M I	I	P I	N I
Que la escuela te enseñe cosas útiles para la vida				
Tener mucho dinero				
Tener amigas y amigos en los que pueda confiar				
Que todos tus derechos sean respetados				
Lograr el éxito				
Comprar lo que esté de moda				
Comprar objetos de marcas conocidas				
Que te valoren por lo que tienes				
Vivir cómodamente con lujos				

Ser feliz				
Tener poder				
Ser una persona popular				
Convivir con la familia				

VII. Por favor marca la posición más cercana que exprese mejor tu sentir, ver el ejemplo. Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

Ejemplo: Si consideras que la naturaleza te hace sentir interés, deberás marcar en la escala, el lugar que está más próximo al adjetivo Interés, de éste modo:

Interés **X**: _: _: _: _: _: _: Desinterés

Si consideras el Interés, pero en menor grado:

Interés _: _: _: **X**: _: _: _: Desinterés

1.- El informarme sobre temas ambientales me parece:

Relevante	_: _: _: _: _: _: _:	Irrelevante
Agradable	_: _: _: _: _: _: _:	Desagradable
Interesante	_: _: _: _: _: _: _:	Aburrido
Útil	_: _: _: _: _: _: _:	Inútil
Benéfico	_: _: _: _: _: _: _:	Dañino

2. Si tuviera que incluir en mi futura práctica profesional temáticas sobre Educación Ambiental, me parecería:

Fácil	_: _: _: _: _: _: _:	Difícil
Útil	_: _: _: _: _: _: _:	Inútil
Relevante	_: _: _: _: _: _: _:	Irrelevante
Claro	_: _: _: _: _: _: _:	Confuso

3.- El usar productos amigables con el medio ambiente me parece:

Relevante	_: _: _: _: _: _: _:	Irrelevante
Agradable	_: _: _: _: _: _: _:	Desagradable
Necesario	_: _: _: _: _: _: _:	Innecesario
Útil	_: _: _: _: _: _: _:	Inútil
Benéfico	_: _: _: _: _: _: _:	Dañino

4.- Ir de compras me hace sentir

Feliz	_: _: _: _: _: _: _:	Triste
Satisfacción	_: _: _: _: _: _: _:	Insatisfacción
Poderoso (a)	_: _: _: _: _: _: _:	Pobre
Pudiente	_: _: _: _: _: _: _:	Arruinado (a)
Motivado (a)	_: _: _: _: _: _: _:	Desmotivado (a)

VIII. En esta última sección se presentan algunos escenarios posibles de la vida cotidiana. A cada uno le corresponden varias inferencias. Tu tarea consiste en analizar separadamente las opciones y decidir el grado de verdad en cada una de ellas.

1.- A mi amiga le gusta mucho andar a la moda. Frecuentemente compra ropa y zapatos, quiere cambiar su celular cada vez que sale un modelo nuevo, y siempre está revisando las mejores ofertas en páginas web para ver qué más puede comprar. Pero no sólo eso; ella prefiere comprar comida congelada ya preparada en el súper, que comprarla en el mercado y cocinarla, porque dice que en el ritmo tan rápido en el que vivimos hoy, es el mejor estilo de vida que se puede llevar. El problema es que mi amiga no se percata del daño que su estilo de vida consumista está causando al medio ambiente.

Inferencias:

Su estilo de vida consumista muestra que es una persona muy superficial.

verdadera	Probablemen te verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------	-------

Si compra tanto, quiere decir que gana mucho dinero.

verdadera	Probablemen te verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------	-------

Su estilo de vida consumista genera muchos residuos sólidos que perjudican el medio ambiente.

verdadera	Probablemen te verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------	-------

Su consumismo muestra que no le interesa cuidar nuestro planeta.

verdadera	Probablemen te verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------	-------

Una vida consumista refleja vacíos emocionales.

verdadera	Probablemen te verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------	-------

2.-Estás planeando una fiesta con tus compañeros de clase. La mayoría de ellos sugiere que para que todos se diviertan y no tengan que dedicar mucho tiempo en actividades de limpieza, sería conveniente utilizar recipientes de unicel para la comida, así como vasos desechables para las bebidas. Sin embargo, una compañera se opone, y argumenta que el unicel afecta la salud de las personas, debido a que libera sustancias tóxicas (dioxinas) al entrar en contacto con los alimentos, y además provoca daño al medio ambiente, erosionando el suelo y provocando la muerte a distintas especies animales. Así que ella propone que todos colaboren llevando recipientes de sus casas.

Inferencias:

Si todos llevan sus recipientes, el gasto económico será menor.

verdadera	Probablemente verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------	-------

El trabajo colaborativo que llevarán a cabo los puede unir más como grupo.

verdadera	Probablemente verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------	-------

Ninguno tendrá la responsabilidad de comprar los productos desechables, porque será una colaboración compartida.

verdadera	Probablemente verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------	-------

A pesar de los aparentes beneficios que tendrán con el uso del material desechable, están poniendo en riesgo su salud y contribuyen al deterioro ambiental.

verdadera	Probablemente verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------	-------

Compartir lo que tienen en sus hogares les permitirá conocerse mejor entre ellos.

verdadera	Probablemente verdadera	información insuficiente	probablemente falsa	Falsa
-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------	-------