



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
IZTACALA

**"HÀBITOS PARA EL CONSUMO
SUSTENTABLE, UN COMPROMISO CON EL
MEDIO AMBIENTE"**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADO EN BIOLOGÍA

PRESENTA

AURORA OCAÑA HERNANDEZ

DIRECTORA DE TESINA:
M. EN C. MARÍA EUGENIA HERES PULIDO
ASESORA: VANNY CIEVAS LUCERO



LOS REYES IZTACALA ABRIL
2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS:

A mi madre, Julia Hernández Cortes por su infinito amor y apoyo.

A mi hijo, Julio Miguel Marrufo Ocaña por su comprensión y apoyo, esperando que éste trabajo sea un motivo de superación en su vida.

A mi padre, José Jorge Ocaña Jiménez por su ejemplo.

A mis hermanas, Martha, Silvia, María de la Paz, Sara y Virginia Ocaña Hernández por su cariño.

A mis sobrinos por su alegría.

A Joaquín Noriega Rodríguez por su amor y comprensión

A mis amigos, por las palabras de aliento en ésta etapa tan importante.

Y a la vida por ser bella.

AGRADECIMIENTOS

A la M. en C María Eugenia Heres Pulido, y a la M. en C. Vanny Cuevas Lucero por su ayuda y apoyo, así como sus palabras de aliento para la realización y culminación de este trabajo.

A la FES IZTACALA – UNAM mi casa durante la mayor parte de mi vida.

A mis amigos del pasado y del presente que son parte de mi vida.

A todas las personas que han influido de alguna manera en la realización de este trabajo

INDECE

1.	RESUMEN	5
2.	INTRODUCCIÓN	6
3.	MARCO TEÒRICO	7
3.1.	Educación Ambiental	7
3.2.	Contaminación social	8
3.3.	Consumo y consumismo	9
3.4.	Desarrollo sustentable	15
4.	JUSTIFICACIÓN	16
5.	OBJETIVOS	17
6.	METODOLOGÍA	18
6.1.	Estrategias contra el consumismo	19
6.1.1.	Acciones en el hogar	19
6.1.2.	Acciones en la escuela	20
6.1.3.	Acciones en lo general	20
7.	CONCLUSIONES	22
8.	REFERENCIAS	24
9.	ANEXO	26

1. RESUMEN

La educación ambiental es una disciplina muy importante para el cuidado de entorno del ser humano, por eso se genera, una propuesta para la trasmisión de uno de sus conceptos mas importantes, como es el desarrollo sustentable, el cual es dirigido a los estudiantes de nivel secundaria con el propósito de crearles conciencia hacia el cuidado de los recursos naturales que toman del ambiente, pensando en el futuro de los mismo; y de generaciones futuras

2. INTRODUCCIÓN

La educación ambiental constituye un proceso formativo importante en la preparación integral de todos los estudiantes, desde el nivel preescolar hasta los niveles superiores dado que la relación que la humanidad establece con la naturaleza influye en la supervivencia de numerosos organismos; si es armónica, podemos lograr que las generaciones futuras aseguren también su supervivencia y la de los ecosistemas. Pero, la mayoría de las personas considera que los recursos naturales son ilimitados o que pueden ser sustituidos por innovaciones tecnológicas. Sólo cuando se presentan crisis, se reflexiona acerca de que dichos recursos son realmente limitados (Limón, 1999).

El aumento desmedido de la población mundial ha multiplicado la demanda de recursos; por otro lado, la revolución industrial y el avance tecnológico propiciaron el surgimiento de la sociedad de consumo con lo que se incrementó notablemente el poder del hombre para alterar el medio ambiente (Hernández, 1993).

El ser humano primitivo necesitaba sólo de unos pocos productos para satisfacer sus necesidades: mientras que actualmente el ser humano civilizado homologa la posición de muchos y variados artículos de consumo con el bienestar. Este consumo se acentúa con el establecimiento de las grandes ciudades y el crecimiento de la población e incluye la adquisición descontrolada de productos, aunque sean innecesarios o superfluos, para “conservar la comodidad urbana” (Limón, 1999).

Los medios de comunicación masiva, son los vehículos que emplea la publicidad para hacer llegar sus mensajes al público, considerando la edad, sexo o nivel socioeconómico. Estos mensajes fomentan en las personas la idea de que consumir ciertos productos les proporciona éxito y felicidad es decir crean necesidades falsas en lo esencial. Sin embargo, *teóricamente* la publicidad ofrece información para que los consumidores seleccionen libremente lo que más les convenga, favorece la libre competencia entre los productores, la mejora de los productos, y además genera empleos. Como producto de lo anterior, y como parte del modelo de desarrollo económico y tecnológico actual, todos los días se consumen grandes cantidades de productos plásticos, papel, cartón, vidrio y metal que terminan en la basura, además se derrochan agua y energía de diversos tipos con lo que se consumen en exceso los recursos naturales y se contribuye a contaminar el ambiente (Hernández, 1993).

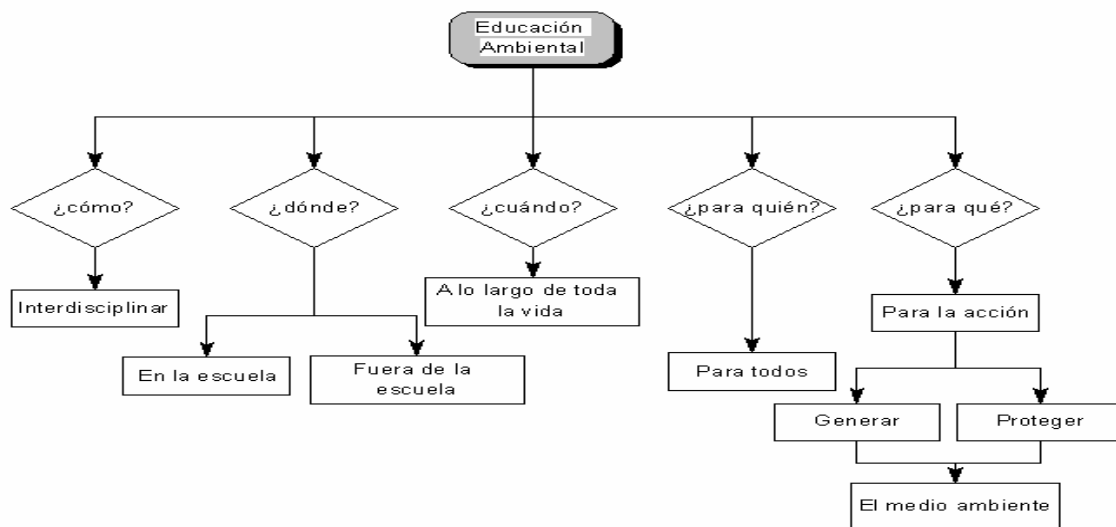
La sociedad moderna favorece el consumismo y el despilfarro; somos la generación del “usar y tirar” pero nuestro planeta es un sistema cerrado y los residuos no desaparecen, van a parar al agua, a la tierra o al aire. De tal manera, que para contribuir a resolver este problema debemos adoptar un consumo responsable y frenar quizá el deterioro de nuestro entorno.

3. MARCO TEÒRICO

Educación Ambiental

Aunque se trata de un concepto muy complejo, el término educación ambiental se refiere a una serie de acciones que buscan transformar y perfeccionar los aspectos cognitivos (conocimientos), el desarrollo psicomotriz y los valores del ser humano (Tabla I).

Tabla I. En la educación ambiental se busca realizar una serie de acciones que transformen y perfeccionen los aspectos cognitivos (conocimientos), el desarrollo psicomotriz y los valores del ser humano.



La educación tradicional se caracteriza por presentar contenidos, metodologías y objetivos que han buscado mejorar las condiciones de la vida humana a través del uso de los recursos naturales. No obstante, al promover como valores el éxito material y comercial, el individualismo, la competencia y el lucro, se ha olvidado que el hombre es parte de un entorno y que la utilización indiscriminada y a veces caótica, de tales recursos podría terminar, a mediano o largo plazo con nuestra especie (Heres, 2005).

La educación ambiental se nutre de conceptos como la ética ecológica, antropocentrismo y biocentrismo, recursos naturales renovables y no renovables, solidaridad y responsabilidad histórica, desarrollo sustentable y compromiso internacional, mentalidad global, valores, energía, evolución, cambio y equilibrio,

mutación , autoorganización y autodesarrollo entre muchos otros; estos aspectos se analizan a partir de conceptos integradores como el espacio y tiempo, de los seres vivos y la biodiversidad, la sociedad y su dinámica, las causas y sus efectos.

En muchos países los objetivos de la educación ambiental se relacionan íntimamente todavía con los contenidos ecológicos, el consenso de especialistas internacionales considera que esta disciplina tiene una dimensión inter, multi o transdisciplinaria, ya que su objeto de estudio es la relación entre el ser humano y el ambiente desde los puntos de vista biológico, físico, económico, político, social y cultural, además de que pretende restablecer las relaciones entre el hombre y la naturaleza, y entre aquél y sus semejantes a partir de un sentido crítico, integral e innovador que pueda transformar la sociedad. La educación ambiental es una disciplina que tiene como propósito el dar a conocer los procesos causados por los impactos ambientales ya sean positivos o negativos sobre el ambiente.

Contaminación social

A través de la ética se pueden despertar y fortalecer actitudes y acciones que redunden en el bienestar del ser humano y su ambiente; la reflexión ética puede moderar las actitudes instrumentales hacia la naturaleza. La conducta humana hacia la naturaleza depende en grado significativo de la conciencia, los valores, las pautas culturales, la educación y la sensibilización de las personas. No se puede hablar de una educación ambiental ignorando valores y principios normativos que motivan y rigen nuestro comportamiento. Además de una ética ambiental se tienen que redefinir los estilos de vida, cuyos valores preponderantes en la sociedad moderna están encauzados a la comodidad y el desperdicio.

En nuestra sociedad actual predominan los valores basados en una ideología de mercado, en el individualismo, en la carrera por generar y poseer, y en la ruptura de las raíces de identidad de las culturas locales. Se antepone el crecimiento económico al desarrollo vital y espiritual. Si queremos otro tipo de sociedad tendremos que construir una realidad cercana a la solidaridad, la equidad y justicia basada en el respeto a las culturas, un camino planteado es a través de la educación ambiental (Sánchez, 2001).

Los medios de comunicación inducen a la inconformidad con lo que uno tiene y es, crea una orientación sin medida hacia modelos, posesiones y dinero. Hace que los niños y los adolescentes se preocupen, sin reflexionar, por marcas, productos y asignan a ciertos objetos valores de status. Algunos que se promueven entre los niños y los jóvenes se deben a la presión de la mercadotecnia y del entorno social en general. La cultura del consumo infantil, proviene del hecho de que los niños de hoy pasan más horas expuestos a los medios de comunicación y más desconectados del aire libre de la naturaleza, por lo que son el epicentro de muchas compras, como son las nuevas tecnologías, y de marcas de diseñadores que determinan quien está al día y quién no, y lo que significa socialmente (Schor, 2006).

Consumo y consumismo

Consumir, es proveernos de satisfactores esenciales para las necesidades básicas como la alimentación, el vestido, la casa y la diversión. Consumismo, es la competencia indiscriminada entre individuos, por lo que los avances tecnológicos y nuestras tendencias sociales determinan patrones de consumo exacerbados (Restrepo, 1991).

La revolución industrial provocó que el trabajo artesanal se sustituyera por un sistema en el cual una máquina u operador realizara sólo una parte del proceso productivo. Así la producción en serie consistió en un trabajo realizado por un conjunto de máquinas que llevaban una secuencia sin interrupción. Dicha producción en serie, cuando no cumple con las NOMs e internacionales demanda gran cantidad de energéticos, y generalmente es responsable de emisiones contaminantes; además, en su distribución se consume energía y procesos de empaque múltiple que compiten por una apariencia más atractiva para los consumidores.

Los medios de comunicación son determinantes en la formación de patrones de consumo que nos dicen: qué beber, a dónde viajar, cómo vestirnos, qué comer, qué ver, etc. Muchos de los productos no son necesarios, sin embargo, parecería que sí lo son. Dicha creación de necesidades inexistentes y la búsqueda de productos que nos diferencien de los demás es el llamado **consumismo** (Guillen, 1999).

Los medios de comunicación influyen sobre los diferentes estilos de vida de la gente; la mayoría de los programas de televisivos refuerzan el objetivo de una sociedad de consumo a través del uso de técnicas evidentes que en ocasiones no son analizados, por eso es necesario observar los mensajes que envían los medios de comunicación y mantener una actitud analítica y crítica ante sus propuestas. El principal objetivo de la publicidad es inducir en la gente la adopción de ciertos patrones de consumo por medio de los mensajes, presentan al producto más allá de sus atributos y lo rodean con otros, que no se adquieren con la compra pero que hacen pensar al consumidor que así será (Guillen, 1999). Sin una actitud reflexiva sobre lo anterior, las personas, especialmente los niños y adolescentes, llegan a patrones de consumismo que no favorecen al ambiente, ni a ellos mismos.

La influencia de la publicidad es fuerte, ya que crea apetencia y necesidades que no corresponden a las edades del adolescente, y que en la mayoría de los casos no podrá satisfacer. Cabe preguntar si la publicidad considera la ausencia de análisis y raciocinio a esa edad, y su ingenua credibilidad, por lo que ellos deberían ser motivados a la reflexión o a solicitar el consejo y la explicación de los adultos (Muñoz, 2005). La publicidad es un hecho cotidiano, una realidad a la que nuestros alumnos se encuentran expuestos, se pretendería que los alumnos sean consumidores activos en el sentido de interpretar los mensajes subyacentes y crear conciencia acerca de los problemas que acarrea ser receptores pasivos. Cabe señalar que en un país como México, con 40 millones de personas en pobreza extrema, el bombardeo de mensajes sobre el alcance de felicidad unida al consumo, debe generar mucha insatisfacción y rencor social, cuando no la aceptación de medios ilegales para adquirir lo que finalmente “dará la felicidad”.

Los adolescentes tienden a comer comida chatarra (poco nutritiva); México es el país con la mayor cantidad de anuncios televisivos de comida chatarra en horario infantil. Se estima que un niño mexicano ve anualmente 12,700 anuncios de comida chatarra, pero ninguno de orientación nutricional; los fabricantes de este tipo de comida se basan en distintos tipos de estrategias para captar a los jóvenes como son: la introducción de modelos o imágenes de moda, estampas y juegos en los empaques de comida chatarra, además de saborizantes (Aguilar, 2008).

Los niños y jóvenes tienen un papel muy importante en la tarea del cuidado de ellos mismos y del medio ambiente, ya que son quienes el día de mañana tomarán decisiones

que afecten a nuestro planeta, además son un porcentaje importante de la población. Por su consumo y su número, los adolescentes generan una gran cantidad de residuos al punto que se esto se ha convertido en un problema ambiental en la mayor parte del mundo. Pero también, a través de la educación ambiental, ellos tendrían la competencia y libertad para elegir productos que contaminen menos y los que duren más.

Todos los problemas ambientales se vinculan al consumo humano: los bosques se deforestan por la necesidad de madera o por espacios para la agricultura o ganadería; la contaminación es un producto de procesos industriales para proveer de bienes (objetos materiales para satisfacer necesidades: agua, alimentos, vestido, casa, vehículos etc.) y servicios a la población (actividades para realizadas por otras personas: sastres, arquitectos enfermeras etc.). Las personas al adoptar una actitud consumista, no de consumo, agravan estos problemas y no contribuyen a su solución.

Los planes de estudio de educación básica están relacionados con el estudio del medio, sin embargo, los resultados no han sido satisfactorios, prueba de ello son los resultados de la prueba Pisa en donde México ocupó los últimos lugares entre los países de la OCDE. Ni los particulares, ni el gobierno han atendido eficazmente el problema, lo que se traduce en el reciente deterioro de la naturaleza. Es necesario integrar el estudio del medio ambiente a un proceso que prepare al adolescente para participar en la construcción de relaciones adecuadas entre su comunidad, la sociedad y el ambiente.

Además, es importante propiciar el interés del alumno por parte de la naturaleza, que se base en la comprensión y el entorno del niño, mediante preguntas que tienen que ver con su vida, por ejemplo: su nutrición y salud. (¿Qué come? ¿De qué están hechos los alimentos? ¿Por qué comen alimentos o productos que anuncian en la televisión? ¿Qué significa comer tal o cual alimento? ¿Qué resultados tiene el comer adecuadamente?)

De lo que se trata, es que cualquier tema se relacione y analice con respecto a los intereses de los adolescentes, ya que si no están vinculados a las expectativas de ellos no se obtendrá ninguna participación.

La ecología requiere impartirse en forma integral e interdisciplinaria, incorporando el contexto social, histórico, económico, político, tecnológico, en una totalidad que permita comprender al alumno sus relaciones en el tiempo y espacio, para motivar en las educadas acciones racionales y responsables. Por lo anterior, la educación ambiental

debe ser participativa (no limitada en espacio y tiempo) en la escuela, por y para la acción con acciones diversas (interdisciplinar), que permita el desarrollo de los valores por parte del individuo que se educa para desarrollo sustentable. Así, hay que hacer conciencia en los jóvenes, no sólo acerca de la importancia de la conservación del medio, sino que además hay que informarles de las repercusiones de sus actos de consumo en el medio ambiente, e involucrarles activamente en la información a su entorno cercano (familia, amigos, etc.)

El consumismo tiene una fuerte raíz en la publicidad masiva y en la oferta bombardeante que nos crea falsas necesidades, y hace verdad el dicho “No es más feliz el que más tiene, si no el que menos necesita”, o hay quienes se plantean el consumo como “poder o no poder” (Galindo 2006).

Por medio de los programas, películas y publicaciones se ofrecen estilos de vida en la que una serie de antivalores están presentes como individualidades, falta de responsabilidad social, competitividad y valoración de las personas en función de lo que poseen, por el contrario la televisión presenta pocos programas dedicados a la protección del ambiente y los que hay en televisión cerrada pasan en horarios y canales de una cobertura mínima (Guillen, 1999).

¿Qué comprar?

Los artículos que utiliza el ser humano se pueden clasificar en artículos de primera necesidad que son los alimentos, el vestido, la vivienda, herramientas de trabajo y elevar las calidad de vida mediante bienes y servicios como los medios de transporte, libros, medios de comunicación o instrumentos de escribir; Un objeto de lujo es considerado de esta manera, cuando hay otros que cumplen la misma función a menor precio, o cuando no es indispensable. Una de las características del consumo que se relaciona con el ambiente es la comodidad, ya que existen opciones no contaminantes para muchos productos que se consumen; el ahorro del tiempo y bienestar influyen para elegir otros que generan impactos ambientales.

Las actitudes consumistas de la población implican un aumento en el uso de las fuentes de energía, y en la producción de contaminantes atmosféricos. Es por ello que en aras de producir patrones de consumo sustentable, es necesario obtener información básica sobre los productos que se compran como son ingredientes, contenido, aditivos,

saborizantes etc., datos acerca de la posibilidad de que esos materiales puedan reintegrarse al medio o instrucciones par su adecuada disposición. En la medida que al comprar la gente sea capaz de realizar ese análisis, contribuirá de manera inicial a la transformación de patrones de consumo.

Los consumidores deben decidir qué productos comprar y cuáles no y por qué, los criterios para esta elección deben de tener una base ambiental y no las estrategias publicitarias utilizadas para promover el consumo irreflexivo (Tablas II y III). Mientras que los productores deben de tratar de ofrecer productos fabricados con tecnologías más limpias, minimizar sus empaques y hacerse responsables de los residuos de sus productos. Para lograr este objetivo se debe llegar al concepto de consumo sustentable que contribuya a revertir los procesos de deterioro y que se acompañen de políticas congruentes para que la producción siga los principios de sustentabilidad.

Para contribuir a resolver esto, la educación ambiental manifiesta un gran vínculo entre la escuela y la sociedad, ya que favorece desde una mirada interdisciplinaria, una comprensión de las complejas interrelaciones entre la sociedad y el ambiente, promoviendo compromisos para el cambio.

Tabla II: Necesidades psicológicas aprovechadas en anuncios comerciales

NECESIDAD	ANUNCIO COMERCIAL	MENSAJE OCULTO
Buen estado físico	Gente famosa consumiendo algún alimento	Usted tendrá el aspecto físico de él (ella)
De afecto	Animal que consume determinado alimento	Su mascota se sentirá querida en el hogar y su aspecto será como el del modelo
De afecto	Un hombre o una mujer que cocina un producto chatarra	Es aceptado por su familia
De afecto	La mamá añade suavizante a la ropa	La mamá quiere a su familia
De prestigio	Hombre o mujer en la cima de un grupo social	Usted alcanzará ese mismo nivel social
De aceptación social	Cigarros, bebidas, autos,	Todo el mundo lo aceptara si tiene estos productos
De poder y éxito	Autos de lujo, teléfonos celulares, joyas y plumas	Usted se convierte en una persona de éxito
De belleza	Ropa, artículos de tocador, empleados por hombres y mujeres bellos	Usted será tan bello como ellos

Tabla III. Televisión, radio y consumismo

Medio de comunicación	Ejemplo
Televisión	Presentan familias felices al consumir ciertos productos como alimentos, ropa, bebidas, etc.
Radio	Consumismo de discos, con música de poca calidad, con letras ralas y que pasan de moda rápidamente
Cine	Presenta protagonistas que utilizan varios productos consumos ideales

Desarrollo sustentable

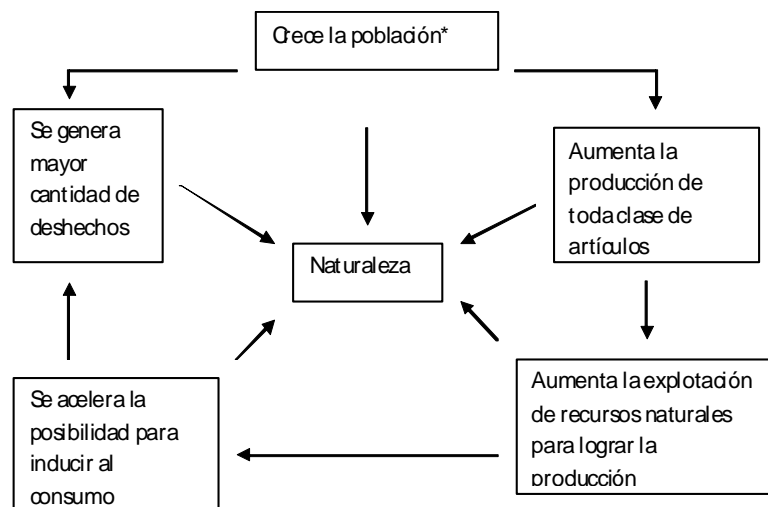
El desarrollo sustentable se define como el que permite a la humanidad satisfacer sus necesidades sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas, lo cual no se cumplirá si les dejamos un ambiente contaminado y consumimos en esta generación, todos los recursos del planeta.

En una sociedad sustentable se protegen los sistemas naturales y se utilizan los recursos:

- Valorando y protegiendo la biodiversidad
- Respetando la vida de todos los seres vivos
- Utilizando la energía, el agua, los bosques, el suelo y otros recursos en forma eficiente
- Minimizando los residuos, reutilizándolos mediante el reciclado, composta y recuperación, de la energía (Ecopibes, 2008)
- Generando menos consumismo mediante la estrategia de las cuatro erres (Reducir, Reutilizar, Reciclar y Responder).
-

Es urgente desarrollar una cultura ecológica educando a las nuevas generaciones, en las que participen las autoridades, maestros, padres de familia y lo más importante, los alumnos. La escuela es el medio por el cual el maestro puede transmitir conocimientos y recomendaciones con bases fundamentales sobre el cuidado y conservación de la naturaleza (Cuadro I) creando una conciencia ecológica para las próximas generaciones.

Cuadro I. Relación entre consumismo y medio ambiente.



* En el planeta nacen diariamente 700,000 personas en promedio.

4 JUSTIFICACIÓN

En el currículum de la educación secundaria, se incluyen contenidos de Educación Ambiental en las asignaturas de la Biología, la Química, el Civismo, la Geografía y se incorporan asignaturas opcionales en tercer grado como: la Ecología y la Educación Ambiental (Programa de estudios, SEP, 1993). Como parte de los enfoques de la asignatura de Biología del Plan y Programa de Estudios de las SEP (1993) se promueven actitudes en los alumnos de responsabilidad en el cuidado del medio ambiente.

La nueva Reforma de Educación Secundaria (RES), incorpora los propósitos de desarrollo de competencias básicas que actúen de manera responsable con la naturaleza (Plan de Estudios, 2006). Asimismo, promueve la transversalidad de contenidos en las asignaturas de Ciencias (enfoque a la Biología, la Física y la Química), Geografía e Identidad Estatal, conformados por temas que contribuyan a propiciar una formación crítica, a partir de la cual los alumnos reconozcan los compromisos y la responsabilidad que les atañe con su persona y con la sociedad en que viven, con el propósito de promover conocimientos, habilidades, valores y actitudes para que haya una participación individual y colectiva en el análisis, la previsión y la reducción de problemas ambientales.

En lo que corresponde a la asignatura de Ciencias I enfocada en la Biología como parte de la curricula, se tiene como propósito en el campo de la Educación Ambiental crear una conciencia en la conservación sustentable del ambiente, así como proporcionar una formación científica para que los alumnos participen en el manejo de la búsqueda de soluciones a situaciones problemáticas (proyectos) en el beneficio del ambiente (SEP, 2006).

El curso de Ciencias I tiene como meta fundamental el despertar en los alumnos el interés y el gusto por el estudio de las ciencias, lo que se conseguirá orientando los temas de estudio hacia su aplicación e integración en contextos relacionados con la conservación de la salud y su medio ambiente, promoviendo el conocimiento y comprensión de la etapa de desarrollo humano que viven como adolescentes. Este programa promueve la reflexión sobre los impactos positivos y negativos del conocimiento científico y la tecnología desde una perspectiva social y ambiental. Dicho

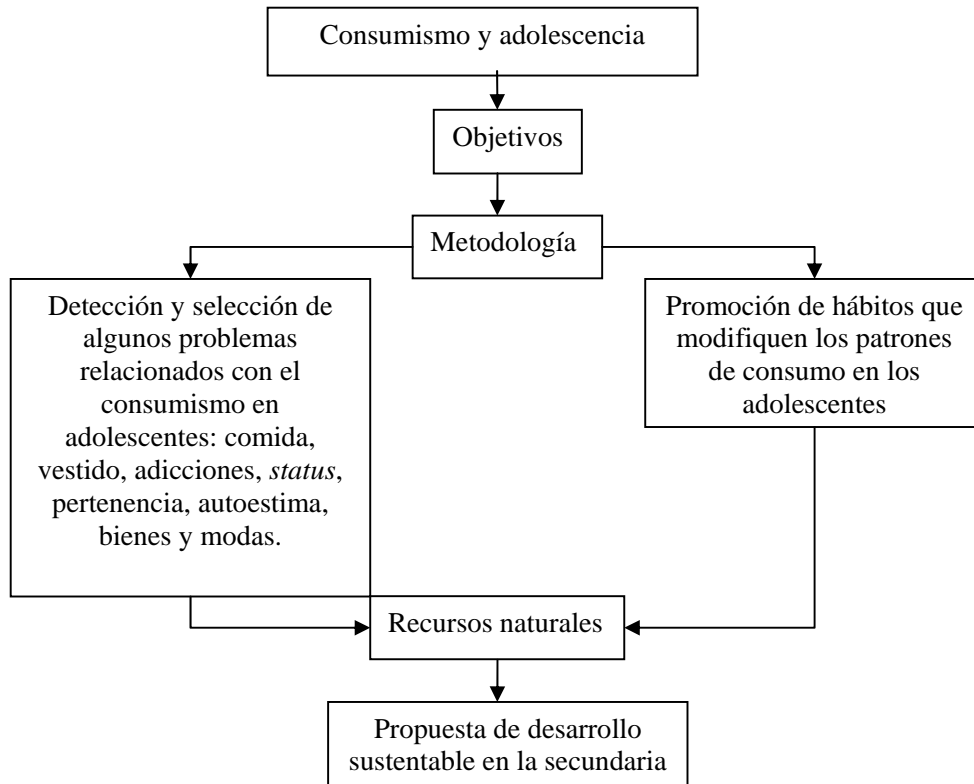
planteamiento favorece la construcción de un concepto de ciencia que la ubica ligada a la satisfacción de necesidades humanas, a veces congruentes con los derechos humanos y a veces disonantes debido a que ambas actividades son complejas y constituyen productos sociales que reflejan de manera inevitable los puntos de vista y los valores culturales de la sociedad que los genera.

En México existe una gran diversidad de condiciones naturales que han permitido el desarrollo de una amplia variedad de ambientes, donde los seres vivos satisfacemos necesidades a partir del consumo de una gran diversidad de recursos naturales, lo cual, se convierte en un factor que limita las posibilidades de supervivencia de otros seres vivos. El propósito de Ciencias I es promover el aprecio y reconocimiento del ambiente en su dimensión amplia, entendido como un conjunto de componentes naturales y sociales en interacción constante. Reconocer lo anterior permite a los alumnos comprender que la conformación del ambiente es resultado de la evolución y de las interacciones entre dichos componentes.

5 OBJETIVOS

- a) Fortalecer actitudes de responsabilidad orientadas a reducir el deterioro ambiental
- b) Construir hábitos para el consumo sustentable
- c) Proyectar situaciones a futuro basadas en relaciones comprometidas y respetuosas con el medio ambiente.

6 METODOLOGÍA



6.1 Estrategias contra el consumismo

El hombre consume artículos que no le son necesarios, causando el deterioro en su economía, así como un desgaste en el medio ambiente al agotar los recursos naturales existentes. Los seres humanos deben efectuar acciones favorables al ambiente, acciones contrarias al consumismo, adquirir el hábito del ahorro y evitar compras de artículos innecesarios. Entre ellas, podemos mencionar las siguientes:

6..1 Acciones en el hogar

- Utilizar inodoros con menos capacidad de descarga y regaderas con salidas reducidas para ahorrar agua.
- Crear propagandas para fomentar el uso adecuado del agua en casa, escuelas y comunidades
- Motivar el hoy no circula y la verificación vehicular al participar con responsabilidad
- Elaborar folletos y realizar pláticas sobre el uso y ahorro de la energía eléctrica
- Ahorrar gas mediante la limpieza de conductos y generadores de la estufa, baño con agua tibia.
- No utilizar los pilotos de la estufa y el calentador, preferir encenderlos manualmente con chispa eléctrica
- Usar menos electricidad mediante focos ahorradores, lo cual incide en el consumo de menos combustibles fósiles
- Compartir el uso del automóvil para transporte
- Realizar caminatas o utilizar la bicicleta
- Apagar las luces y electrodomésticos cuando no se utilicen

6..2 Acciones en la escuela

- Evitar el consumo de productos chatarra
- Reciclar los empaques de los útiles escolares
- Llevar el “lunch” en utensilios lavables y elaborarlo con alimentos nutritivos
- Separar la basura o llevarse a casa los residuos para reciclarlos
- Reunir las hojas de papel usadas para reciclaje
- Mantener limpio el salón de clases

6..3 Acciones en lo general

- Consumir los artículos que sean indispensables y preferir los menos contaminantes
- Sustituir los productos industriales por productos artesanales que sean de buena calidad, duraderos, más baratos y poco contaminantes.
- Comprar objetos cerciorándonos de su calidad, garantía y caducidad
- Pensar antes de comprar
- Aplicar las leyes que prohíben el uso de mensajes ocultos
- Analizar los mensajes en los comerciales para evitar el consumismo y el daño al ambiente
- Conservar una conciencia crítica sobre los medios de comunicación
- Evitar el consumo de bienes con exceso de empaques desechables
- Evitar usar servilletas, manteles, vasos o platos de unicel, plástico; de preferencia usar de cartón si es necesario.
- Comprar artículos sin empaques superfluos
- Evitar alimentos en recipientes de unicel o aluminio

- Comprar sólo los alimentos necesarios y nutritivos
- En lo posible, preferir la leche y líquidos en botellas retornables
- Preferir las cajas de cartón a las bolsas de plástico de las tiendas
- Favorecer el reciclaje de varios materiales: vidrio, aluminio, papel, cartón, metales, plástico
- Plantar árboles de acuerdo con la vocación del suelo
- Consumir productos no procesados
- Practicar o inventar ecojuegos
- Usar ropa que contengan altos porcentajes de fibras naturales
- Cambiar los focos tradicionales por focos ahorradores
- Fomentar la creación de comités y agrupaciones ecológicas
- Utilizar la menor cantidad de detergente y que tenga menos aditivos
- Reciclar varias veces un producto
- Investigar la dirección de empresas recicladoras y llevar a ellas los residuos sólidos
- Utilizar los objetos, al máximo antes de desecharlos
- Aprovechar lo mas posible la luz del día
- Mantener limpios los quemadores de la estufas
- Cambiar los empaques de las llaves de agua regularmente
- Eliminar la escarcha del refrigerador
- No usar agua caliente para lavar trastos
- Planchar la mayor cantidad de ropa de una sola vez

- Hacer paseos caminando o en bicicleta

Todas estas acciones están encaminadas al uso correcto de los recursos naturales más utilizados por el hombre como son el agua, la energía, y los seres vivos. Se pretende que las generaciones futuras, hagan conciencia sobre su futuro, a nivel de enseñanza educativa en especial en secundaria, se considera que hace falta una orientación mas específica, ya que este tema se aborda en varias materias de la curricula, pero no se puntualiza y por tanto no se maneja de manera interdisciplinaria, siendo que en cada aspecto de la vida del adolescente se manifiesta.

7. CONCLUSIONES

- a) En el contexto de la educación formal, la escuela y los sistemas de enseñanza desempeñan una labor fundamental en la formación de actitudes ambientales en el individuo por lo que es importante crear programas de Educación Ambiental que involucren a los distintos miembros de la sociedad (Barraza, 1988).
- b) El consumismo es perjudicial para el equilibrio ecológico, debido a que el excesivo consumo de recursos naturales a nivel local y mundial generan los problemas de contaminación. Es urgente que los valores se modifiquen en el joven de la generación que se está formando, ya que éste está preparado para consumir y no para ser una persona independiente y crítica.
- c) La familia y la escuela, son campos que tienen que vincular el consumo racional y crítico con la calidad de vida, defender el medio ambiente, y generar un modelo de desarrollo sustentable.
- d) El deterioro del ambiente tiene relación directa con la forma en que la sociedad aprovecha y distribuye los recursos naturales. La naturaleza ha sido explotada pensando solamente en satisfacer necesidades inmediatas, sin prever las consecuencias a largo plazo de este abuso.
- e) El propósito de la enseñanza de las ciencias naturales es desarrollar las capacidades y conocimientos que permitan al adolescente comprender el medio ambiente e interactuar con él. Es difícil entender la actualidad sin analizar la forma en que la sociedad se relaciona con el ambiente.
- f) No se trata de dejar de consumir sino, de pensar en qué es lo más acertado para el cuidado del medio ambiente; los adolescentes presentan una tendencia al consumo irracional, por lo que es urgente la orientación para consumir con base en propuestas ecológicas.
- g) Los profesores debemos fomentar el consumo sustentable, no el consumismo. La oportunidad de hacerlo está en la docencia, ya que cualquier tema puede

relacionarse con el cuidado del ambiente y la promoción de actitudes críticas en el estudiante.

8 REFERENCIAS

Aguilar José Armando (2008), Niños generación comida chatarra.

www.profeco.gob.mx

Anónimo (2008): Desarrollo sustentable histórico y génesis del concepto.

www.ecopibes.com/mas/desarrollo/historia.html

Barraza L. (1998), Conservación y medio ambiente para niños, Especies (7)3, pp19 – 23.

Castillo I. (1992), La televisión y los niños. La tarea. Revista de educación y cultura de la sección 47 del SNTE, Julio-Septiembre.

Galindo. G. J.(2001), Desastres ecológicos: La humanidad amenazada. Medio ambiente y salud www.lector.net/verpob00/salud.html

González Gaudiano. (2003), Por una escuela no con medio ambiente, sino con ambiente completo. Revista: Agua y Desarrollo Sustentable, México. Gobierno del Estado de México. Mayo, Volumen I, No 3, pp. 19-22.

Gutiérrez Álvarez. (1993), La enseñanza de las ciencias naturales en secundaria. La tarea. Revista de educación y cultura de la sección 47, Enero-Junio.

Guillermo R. F. (1999). Educación Ambiental. Secundaria Editorial, nuevo México. México, pp. 150.

Hernández, F. Ma. A. (1993), Libro de recursos para el profesor. Secundaria. Editorial. Santillana. México, pp. 168.

Heres, P.M. (2005) Seminario de educación ambiental. Editorial, Publicaciones culturales. México, pp. 2-4.

Limón, S. Mejía. (1998), Educación Ambiental. Editorial Castillo. México, pp. 195.

Muñoz G. F. (200) Niños, adolescentes y medios de comunicación. En tratado de pediatría social. García Caballero. Ediciones Díaz de Santos pp. 689-694.

Nieto – Caraveo. (2001), Modalidades de la educación ambiental: diversidad y desafíos. Presentación libro: contribución de educación ambiental una esperanza de Pandora. Dos santos J. Rima editorial, Brasil, pp. 624.

Restrepo, I. (1991) Los demonios del consumo. Centro de ecodesarrollo, México.

Sánchez C. (2001) El reto de la Educación Ambiental. Ciencias, No 64, Octubre – Diciembre. Facultad de Ciencias. UNAM. México. Pp. 42 – 49.

Schor, J. (2006) Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles. Editorial Paidós. España. www.cecua.es/campanas/medioambiente/general/index.html

SEP. 1993 Plan y programas de estudio de Educación básica de Secundaria.

SEP. 2006 Programas de estudio de Educación básica de Secundaria

9 ANEXO

