



EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA SUSTENTABILIDAD EN MÉXICO 2007-2012

M.C. Adela Chávez¹
Instituto Politécnico Nacional. México.
adelita1122@yahoo.com.mx

M.C. María del Refugio Ramírez Cruz²
Instituto Politécnico Nacional. México.
mramirez_cruz@hotmail.com

Dr. Lucio Barrueta Durán
Instituto Politécnico Nacional
lucibarrueta@yahoo.com.mx

RESUMEN

Las estrategias y objetivos del Plan Nacional de Desarrollo de México, 2007-2012, específicamente la estrategia y objetivo 14, referente a educación y medio ambiente, que forma parte del documento antes mencionado son esenciales en el objetivo de esta investigación, la cual se centra en reflexionar la sustentabilidad ambiental y las actitudes de los seres humanos y el consumo desmedido que ha dado paso a una nueva cadena: como es la producción, la comercialización y las agresivas campañas mercadológicas orientadas a vender todo lo que se produce con llamativas envolturas y envases que propician en los consumidores comprar gran cantidad de productos que tienen efectos nocivos para la salud de los seres humanos, de los animales y del medio ambiente,

Los resultados encontrados en la investigación son, la urgente necesidad de exigir de la sociedad una actitud sustentable hacia el planeta, implementar estrategias responsables de educación con el medio ambiente y que las empresas se comprometan a generar campañas que hagan partícipes de esta responsabilidad a productores y consumidores.

¹ Catedrática de Economía Internacional, Instituto Politécnico Nacional. México, Distrito Federal.

² Catedrática de Informática, M.C. en Administración de Negocios, Instituto Politécnico Nacional. México, Distrito Federal.

PALABRAS CLAVE: consumo sustentable, estilo de vida, medio ambiente

ABSTRACT

The strategies and objectives of the national plan of development of Mexico, 2007-2012, specifically the strategy and objective, referring to 14 education and environment, that part of the document indicated above forms comprise essential in the objective of the investigation which concentrates in reflecting in environmental viability and the attitudes of the alive beings and the excessive consumption that passage has given to a new chain: as it is the production, the commercialization and the aggressive market areas campaigns oriented to sell everything what one takes place with showy envelopes and packages that they cause in the consumers to buy great amount of products that have injurious effects for the health of the human beings, the alive beings and the environment, The found results of the investigation are, the urgent necessity to demand of the society a viable attitude towards the planet, strategies responsible for education with the environment, that the companies are committed to generate campaigns that do you participate in is responsibility to consuming producers and.

KEY WORDS: viable consumption, style of life, environment

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por objetivo reflexionar sobre las actitudes de los seres humanos y el consumismo, como menciona Pujol (1996) en su libro Educación y Consumo, el proceso de la industrialización al dejar de producir para el autoconsumo e iniciar la producción masificada ha dado paso a una nueva cadena: la producción, la comercialización y el consumo. Aunado a esto los avances tecnológicos, la diversificación de medios de producción, así como los medios de comunicación y las agresivas campañas mercadológicas orientadas a vender todo lo que se produce propician cada vez un mayor impulso o deseo por comprar la mayor cantidad posible de productos y servicios.

La tragedia que se asoma al desafiar los efectos de la naturaleza lastimada es de magnitudes insospechadas; al agredir al medio ambiente de manera irresponsable, los seres humanos estamos sentenciando al planeta al desastre y al exterminio, como sostuvo Aristóteles, "Toda enseñanza y todo aprendizaje inteligente proceden de un saber previo", significando esta expresión que la vida esta interconectada con el pasado y el futuro, no se improvisa ni se inventa por ocurrencias, se obedece a procesos naturales e interconectados.

En el libro "Rebelión en la tienda. Opciones de consumo, opciones de justicia" escrito por el Centro Nuovo Modello di Sviluppo-Cric, (1997), se muestra como algunas actuaciones típicas de los países ricos afecta negativamente a los países más pobres y que el consumo despiadado de los ricos está destrozando el planeta y aumentando la pobreza de los que ya son pobres por naturaleza.

Así, llegan a afirmar que "universalizar el estilo de vida del primer mundo implicaría la necesidad de disponer de 6 planetas Tierra como fuente de materias primas y estar preparados con grandes contenedores para el volumen de basura que generaría la universalización antes mencionada, lo que significaría una de las consecuencias en correlación consumismo-daños ecológicos al medio ambiente".

Y esto es obvio, porque no es sostenible que todos los ciudadanos del planeta consuman tantos bienes, materias y energía como lo hacen los ciudadanos del primer mundo (especialmente EE.UU.). ¿Acaso los chinos o los mexicanos, por ejemplo, no tienen el mismo derecho que otros a tener uno o varios coches por familia, y varias televisiones, y microondas, y teléfonos móviles, y consumir ropa anualmente, y consumir tantos pañuelos de papel, y tantos muebles y tantos productos? El caso es que aunque tienen el mismo derecho, si lo hicieran, el colapso sería inmediato.

Además, ni el actual ritmo de consumo es sostenible por mucho más tiempo. ¿Qué pasaría si todos los ciudadanos del mundo pudieran permitirse los mismos lujos que los ciudadanos del primer mundo? Por tanto, hay que intentar vivir con austeridad y no consumir más bienes y energía que los estrictamente necesarios.

Sin embargo, como se menciona en el libro escrito por el Centro Nuovo Modello di Sviluppo-Cric (1996): "la austeridad ecológica no es equivalente a un ejercicio permanente de dolorosa autofrustración, sino que implica un placentero saboreo de las cosas en un mundo en el cual las principales fuentes de satisfacción y realización están fuera del mercado y del consumo compulsivo". Una gran carga de responsabilidad del consumismo se encuentra en la publicidad y en la mercadotecnia, tal como lo precisa, Rojas (2000), el catedrático de origen español describe en su libro: "el consumismo tiene una fuerte raíz en la publicidad masiva y en la oferta bombardeante que nos crea falsas necesidades" y hace verdad el siguiente enunciado; *no es más feliz el que más tiene, sino el que menos necesita*.

México como otros países no se escapa de caer en los malos hábitos del consumo impulsivo y también enfrenta las consecuencias en el medio ambiente por una falta de educación.

SITUACION DEL MEDIO AMBIENTE

La tragedia que se asoma al desafiar los efectos de la naturaleza lastimada es de magnitudes insospechadas; al agredir al medio ambiente de manera irresponsable, los seres humanos estamos sentenciando al planeta al desastre y al exterminio, como sostuvo Aristóteles, "Toda enseñanza y todo aprendizaje inteligente proceden de un saber previo", significando esta expresión que la vida esta interconectada con el pasado y el futuro, no se improvisa ni se inventa por ocurrencias. Lo que obedece a procesos naturales e interconectados.

Las siguientes preguntas plantean la situación problemática con el medio ambiente:

- ¿Cuáles objetivos y estrategias educativas son necesarios llevar a cabo para que los seres humanos apliquen medidas para el consumo sostenible?
- ¿Es necesario que las empresas asuman responsabilidad con el medio ambiente involucrando a productores en las medidas a seguir para el consumo sustentable?
- ¿Cuáles deberán ser los retos de la sociedad para llevar a cabo un estilo de vida sustentable, tanto en la actualidad como en las generaciones futuras?

Para ser coherentes con el medio ambiente y disminuir la problemática del medio ambiente, se debe reducir el consumo, entendiendo este consumo de forma amplia como: el consumo de energía pero también de bienes como ropa, calzado, coches, agua embotellada, embalajes voluminosos, bolsas de plástico para empacar las compras en el supermercado por mencionar solamente algunas.

Es por ello que cada vez se requiere que las empresas asuman responsabilidades con el medio ambiente, que se comprometan a promover acciones que hagan partícipes de esta responsabilidad a productores y consumidores para dar paso a la producción y al consumo sustentable.

Lograr un estilo de vida sustentable es el reto que todos debemos aplicar, tenemos; la urgencia de consumir y producir pensando en las generaciones futuras, es difícil pero no imposible, forma parte de la sensibilización al reconocer que no somos entes aislados. La educación por el cuidado del medio ambiente, es para todos, incluso para tener una mejor calidad de vida en el presente.

México en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, plantea ejes de política pública, uno de los ejes corresponde a la **educación y cultura ambiental** y se presenta por medio de los objetivos y estrategias para lograr una sustentabilidad ambiental, por lo que para la presente investigación se revisará el objetivo y estrategia 14. A continuación se presenta la estructura en **cinco ejes** de política pública del Plan Nacional de Desarrollo de México 2007-2012, del que se revisará el eje 4. **Sustentabilidad ambiental**, por ser significativo para la presente investigación:

Plan Nacional de Desarrollo en México, 2007-2012.

- Eje 1.** Estado de Derecho y seguridad.
- Eje 2.** Economía competitiva y generadora de empleos.
- Eje 3.** Igualdad de oportunidades.
- Eje 4.** Sustentabilidad ambiental
- Eje 5.** Democracia efectiva y política exterior responsable.

Eje 4. Sustentabilidad Ambiental: Objetivo 14.-Educación y cultura ambiental.

El eje 4 y el objetivo 14, se ha elegido para el presente artículo, por ser el que hace referencia a la sustentabilidad ambiental, como se muestra a continuación.

“La viabilidad de los objetivos y estrategias en materia ambiental se verá reforzada si se promueve una cultura en la que se aprecien y respeten los recursos naturales de la nación. El desarrollo de esta cultura, si bien muestra un avance, debe ser reforzado en lo general e intensificado en lo particular para aquellos sectores de la población que, perteneciendo a grupos de edad adulta y avanzada, no son alcanzados por el sistema educativo escolarizado, y para aquellos que por sus condiciones socioeconómicas tienen preocupaciones más inmediatas. Sólo en la medida en que los ciudadanos comprendan el círculo vicioso que se da entre la pobreza, el agotamiento de los recursos naturales y el deterioro ambiental, será posible desarrollar mecanismos locales y regionales que permitan romperlo”.

Objetivo 14.-Educación y cultura ambiental

Desarrollar en la sociedad mexicana una sólida cultura ambiental orientada a valorar y actuar con un amplio sentido de respeto a los recursos naturales.

En relación a la educación ambiental y la capacitación para la sustentabilidad, se requiere mejorar los mecanismos actuales para que los ciudadanos de todas las regiones y edades valoren el medio ambiente, comprendan el funcionamiento y la complejidad de los ecosistemas y adquieran la capacidad de hacer un uso sustentable de ellos. El fomento a esta cultura ambiental es una de las obligaciones que tiene nuestra generación en la perspectiva de heredar condiciones sociales y ambientales que garanticen un medio ambiente adecuado para las siguientes generaciones.

ESTRATEGIA 14.1 Mejorar los mecanismos que el sistema educativo utiliza para dar a conocer y valorar la riqueza ambiental de nuestro país.

México fue el primer país en firmar la iniciativa de las Naciones Unidas que declaró al decenio 2005-2015 como la década de la educación para el desarrollo sustentable. Frente a este acuerdo, y considerando los grandes retos en la materia, es necesario construir una visión de la educación formal y no formal en pro de la sustentabilidad ambiental que fomente actitudes y comportamientos favorables que permitan garantizar el bienestar actual y futuro de todos los mexicanos; la formación de capacidades; el impulso a la investigación y la innovación científica y tecnológica; así como el seguimiento y la evaluación de programas y resultados. Esto conducirá a revisar y actualizar los programas de educación ambiental que se imparten en la escuela.

Para el cumplimiento de esta estrategia será necesario incorporar la educación ambiental para la sustentabilidad como enfoque transversal en todos los niveles y modalidades del Sistema Educativo Nacional, propiciando que trascienda hacia la sociedad en general. Además se deberán promover las actitudes y competencias necesarias para una opinión social bien informada, que participe en la prevención y solución de las problemáticas ambientales.

ESTRATEGIA 14.2 Diseñar e instrumentar mecanismos de política que den a conocer y lleven a valorar la riqueza ecológica de nuestro país a todos los grupos sociales.

Se requiere fomentar una mayor participación ciudadana en la atención de la problemática ambiental mediante proyectos que ayuden a generar conciencia social e instrumentar mecanismos de política que den a conocer y lleven a valorar la riqueza natural del país. Para ello, se apoyará la capacitación a maestros y los acuerdos con universidades e instituciones de educación superior que permitan acelerar este proceso.

Se asumirá la obligación que debe adquirir el Gobierno Federal para capacitar a todos los servidores públicos, tanto mandos medios como superiores en el uso eficiente de los recursos naturales.

Es notorio que en México sigue incrementándose el consumo y las grandes tiendas son muestra de ello ya que el crecimiento que tuvo una de las cadenas de autoservicio con mayor presencia (Walmart) en 2010 fue de 9.7% en unidades totales (Informe anual Walmart, México y Centroamérica, 2010).

En cuanto a las telecomunicaciones en el último trimestre de 2010 se registro un crecimiento del 13.65 en el sector, durante 2010 en telefonía fija se sumaron 300 millones de líneas, lo que representó un incremento del 1.9% con respecto al año anterior, en telefonía móvil se registro un incremento del 15.1% con respecto al año anterior, la televisión vía satélite creció 83.8% y por cable 5.4% (Gaceta Comisión Federal de Telecomunicaciones [COFETEL], 2011).

EL PLANETA EXIGE SER CONSUMIDOR RESPONSABLE.

Es trascendente recordar que el consumo y la producción sustentable se encuentran estrechamente ligados ya que se busca que el uso de bienes y servicios que satisfacen necesidades básicas traiga consigo una mayor calidad de vida y al mismo tiempo que minimicen el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisión de desechos y contaminantes sobre el ciclo de vida de los productos, de manera que no pongan en peligro las necesidades de generaciones futuras, (Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA),2005).

RETOS PARA LOS SERES HUMANOS

Los resultados encontrados en la investigación son:

- 1º La urgente necesidad de exigir de la sociedad una actitud sustentable hacia el planeta.
- 2º Implementar estrategias responsables de educación con el medio ambiente.
- 3º Que las empresas se comprometan a generar campañas que hagan partícipes de esta responsabilidad a productores y consumidores.
- 4º Difundir y aplicar estrategias del plan nacional de desarrollo 2007-2012 y aplicar la “estrategia y objetivo 14 referente a educación y medio ambiente” así como medidas para que en todos los ámbitos se asuma la responsabilidad y conciencia por el actuar de los seres humanos ante la sustentabilidad para las futuras generaciones.
- 5º Es urgente que las empresas apliquen medidas responsables con el medio ambiente, que se comprometan a generar campañas que hagan partícipes de esta responsabilidad a productores y consumidores para dar paso tanto a la producción como al consumo sustentable.

Los retos para los seres humanos han de lograrse con un estilo de vida sustentable, es el reto que todos debemos aplicar, es prioritario consumir y producir pensando en las generaciones futuras, es difícil pero no imposible, forma parte de la sensibilización al reconocer que no somos entes aislados. Y la educación por el cuidado del medio ambiente es necesaria incluso para tener una mejor calidad de vida en el presente.

Si cada ser humano lleva a cabo mecanismos por lograr y difundir educación ambiental, entonces viviremos con un estilo de vida saludable y con un medio ambiente casi libre de contaminación, si la tierra es de todos, todos seamos para la tierra y difundamos la educación ambiental, vivir con austeridad y no consumir más bienes y energía que estrictamente los necesarios.

BIBLIOGRAFÍA

Centro Nuovo Modello di Sviluppo-Cric, (1997), Rebelión en la tienda, Opciones de consumo, opciones de justicia", Barcelona, Icaria.

Gaceta Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL). (2011).

Recuperado de:

http://www.cft.gob.mx/work/models/Cofetel_2008/vari0s/gacetas/gaceta_50/index.html 15 de noviembre de 2011

Informe anual Walmart México y Centroamérica, (2010). Recuperado de:

<http://www.walmartmexico.com.mx/thumbnails/fin/2010.pdf> 10 de noviembre de 2011.

Plan Nacional de Desarrollo (2007-2012) Recuperado de:

<http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/sustentabilidad-ambiental/agua.html> el 12 de noviembre de 2011.

Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2005). *Comunicando la Sustentabilidad. Como producir campañas públicas efectivas.*

Pujol, R.M. (1996). *Educación y Consumo: la formación del consumidor en la escuela.* Barcelona, Horsori.

Rojas. M. E. (2000), *El hombre light, una vida sin valores,* Barcelona, editorial Planeta.