

# Meio ambiente:

Princípios ambientais,  
preservação e  
sustentabilidade

Danyelle Andrade Mota  
Milson dos Santos Barbosa

Clécio Danilo Dias da Silva  
Lays Carvalho de Almeida

(ORGANIZADORES)

# Meio ambiente:

Princípios ambientais,  
preservação e  
sustentabilidade

Danyelle Andrade Mota  
Milson dos Santos Barbosa

Clécio Danilo Dias da Silva  
Lays Carvalho de Almeida

(ORGANIZADORES)

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia

Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa



Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas



## Meio ambiente: princípios ambientais, preservação e sustentabilidade

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadores:** Danyelle Andrade Mota  
Clécio Danilo Dias da Silva  
Lays Carvalho de Almeida  
Milson dos Santos Barbosa

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M514 Meio ambiente: princípios ambientais, preservação e sustentabilidade / Organizadores Danyelle Andrade Mota, Clécio Danilo Dias da Silva, Lays Carvalho de Almeida, et al. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Outro organizador  
Milson dos Santos Barbosa

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-5983-793-9  
DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.939212112>

1. Meio ambiente. I. Mota, Danyelle Andrade (Organizadora). II. Silva, Clécio Danilo Dias da (Organizador). III. Almeida, Lays Carvalho de (Organizadora). IV. Título.

CDD 333.72

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br



## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

A temática meio ambiente é um dos maiores desafios que a humanidade vivencia nas últimas décadas. A sociedade sempre esteve em contato direto com o meio ambiente, o que refletiu nas complexas inter-relações estabelecidas entre estes, promovendo práticas sociais, culturais, econômicas e ambientais. O uso indiscriminado dos recursos naturais e a crescente demanda de consumo da sociedade culminaram na degradação do meio natural, e muitas vezes, reverberaram em perda da qualidade de vida para muitas sociedades. Desse modo, é necessário a busca para compreensão dos princípios ambientais, preservação e sustentabilidade para alcançar o uso sustentável dos recursos naturais e minimizar os problemas ambientais que afetam a saúde e a qualidade de vida da sociedade.

Nessa perspectiva, a coleção “*Meio Ambiente: Princípios Ambientais, Preservação e Sustentabilidade*”, é uma obra composta de dois volumes com uma série de investigações e contribuições nas diversas áreas de conhecimento que interagem nas questões ambientais. Assim, a coleção é para todos os profissionais pertencentes às Ciências Ambientais e suas áreas afins, especialmente, aqueles com atuação no ambiente acadêmico e/ou profissional. A fim de que o desenvolvimento aconteça de forma sustentável, é fundamental o investimento em Ciência e Tecnologia através de pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento, pois além de promoverem soluções inovadoras, contribuem para a construção de políticas públicas. Cada volume foi organizado de modo a permitir que sua leitura seja conduzida de forma simples e objetiva.

O Volume I “*Meio Ambiente, Sustentabilidade e Educação*”, apresenta 16 capítulos com aplicação de conceitos interdisciplinares nas áreas de meio ambiente, sustentabilidade e educação, como levantamentos e discussões sobre a importância da relação sociedade e natureza. Desta forma, o volume I poderá contribuir na efetivação de trabalhos nestas áreas e no desenvolvimento de práticas que podem ser adotadas na esfera educacional e não formal de ensino, com ênfase no meio ambiente e preservação ambiental de forma a compreender e refletir sobre problemas ambientais.

O Volume II “*Meio Ambiente, Sustentabilidade e Biotecnologia*”, reúne 18 capítulos com estudos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa. Os capítulos apresentam resultados bem fundamentados de trabalhos experimentais laboratoriais, de campo e de revisão de literatura realizados por diversos professores, pesquisadores, graduandos e pós-graduandos. A produção científica no campo do Meio Ambiente, Sustentabilidade e da Biotecnologia é ampla, complexa e interdisciplinar.

Portanto, o resultado dessa experiência, que se traduz nos dois volumes organizados, envolve a temática ambiental, explorando múltiplos assuntos inerentes as áreas da Sustentabilidade, Meio Ambiente, Biotecnologia e Educação Ambiental. Esperamos que essa coletânea possa se mostrar como uma possibilidade discursiva para novas pesquisas



e novos olhares sobre os objetos das Ciências ambientais, contribuindo, por finalidade, para uma ampliação do conhecimento em diversos níveis.

Agradecemos aos autores pelas contribuições que tornaram essa edição possível, bem como, a Atena Editora, a qual apresenta um papel imprescindível na divulgação científica dos estudos produzidos, os quais são de acesso livre e gratuito, contribuindo assim com a difusão do conhecimento. Assim, convidamos os leitores para desfrutarem as produções da coletânea. Tenham uma ótima leitura!


Danyelle Andrade Mota  
Clécio Danilo Dias da Silva  
Lays Carvalho de Almeida  
Milson dos Santos Barbosa

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

UMA ABORDAGEM QUANTITATIVA DO TEMA DE SUSTENTABILIDADE APRESENTADAS NO COBENGE NO PERÍODO DE 2010 A 2020


Athus Igor Castro Holanda  
Luiz Eduardo Sousa Sena  
Maria de Fátima Mendes Leal  
Ronaldo Florencio da Silva Junior

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121121>

### **CAPÍTULO 2..... 10**

TEMOS METODOLOGIA E DADOS PARA FAZERMOS O MONITORAMENTO DOS OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?


Paulo Gonzaga Mibielli de Carvalho  
Frederico Cavadas Barcellos  
Jonathan Alonso Marques

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121122>

### **CAPÍTULO 3..... 24**

“SUSTENTABILIDADE” VERSUS CONFLITOS SOCIOAMBIENTAIS: A LUTA PELA JUSTIÇA AMBIENTAL E O CASO DO CERRADO


Heloisa Improta Dias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121123>

### **CAPÍTULO 4..... 34**

EL CONSUMO Y LA SUSTENTABILIDAD, UNA APROXIMACIÓN GENERAL


Sharon Elizabeth Miranda Gonsen  
Edgar Manuel Castillo Flores

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121124>

### **CAPÍTULO 5..... 45**

PLANEJAMENTO URBANO E SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA ZONA COSTEIRA: ESTUDO DE CASO DO MUNICÍPIO DE BARREIRINHAS, MARANHÃO, BRASIL


Andréia Mesquita Santos Marques  
Flávia Rebelo Mochel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121125>

### **CAPÍTULO 6..... 59**

MAPEAMENTO DE CONFLITOS SOCIOAMBIENTAIS NA COMUNIDADE DO CHUMBO EM POCONÉ – MT

Jakeline Modesta Almeida Fachin  
Regina Aparecida da Silva


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121126>

**CAPÍTULO 7..... 69**

LEVANTAMENTO DO CONHECIMENTO DOS ESTUDANTES DAS REDES MUNICIPAL E ESTADUAL DE ENSINO DE VALENÇA – BA ACERCA DAS MANEIRAS DE PREVENÇÃO E TRANSMISSÃO DA TRÍPLICE EPIDEMIA PROVOCADAS POR *Aedes aegypti*

Luciano de Araújo Pereira

Ana Paula Sousa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121127>

**CAPÍTULO 8..... 78**


ANALYSIS OF SOCIAL RESPONSIBILITY USING

Martha Beatriz Santa Ana Escobar

Carlos Daniel López Preciado

Aurelio Deniz Guízar

Óscar Bernardo Reyes Real


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121128>

**CAPÍTULO 9..... 88**

UMA REFLEXÃO DA RACIONALIDADE A PARTIR DO FILME *RADIOACTIVE*: CONCRETIZAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO AMBIENTAL NO BRASIL?

Patrícia Karinne de Deus Ciríaco

Andressa de Figueiredo Farias


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9392121129>

**CAPÍTULO 10..... 100**

EDUCACIÓN AMBIENTAL Y PARTICIPACIÓN SOCIAL PARA LA CONSERVACIÓN EN PARQUES NACIONALES

Héctor Venancio Narave Flores

María de los Ángeles Chamorro Zárate


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211210>

**CAPÍTULO 11..... 112**

O TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Alessandro Araujo

Roberto Andreani Junior

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211211>


**CAPÍTULO 12..... 124**





PARCERIA DA UEMG-UBÁ COM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS NA REALIZAÇÃO DE EVENTOS EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Orcione Aparecida Vieira Pereira

Sofia Luiza Brito

Débora Guimarães de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211212>

<b>CAPÍTULO 13.....</b>	<b>137</b>
COMO OS ESTUDANTES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PARTICULAR DE MANAUS PERCEBEM A QUESTÃO AMBIENTAL?	
Valdemar Sjlender	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211213">https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211213</a>	
<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>145</b>
DIAGNÓSTICO DAS ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL NAS ESCOLAS DO MUNICÍPIO DE FLORESTAL: A PERCEPÇÃO (DES) AMBIENTADA	
Luziene Maria dos Santos	
Hygor Aristides Victor Rossoni	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211214">https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211214</a>	
<b>CAPÍTULO 15.....</b>	<b>160</b>
EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA EM ESPAÇOS DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: UMA SEQUÊNCIA DIDÁTICA SOCIOCULTURAL NAS ILHAS COSTEIRAS DE PIÚMA-ES	
Charles Monteiro	
Manuella Villar Amado	
Thiago Holanda Basílio	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211215">https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211215</a>	
<b>CAPÍTULO 16.....</b>	<b>175</b>
EDUCAÇÃO AMBIENTAL: ANÁLISE DAS CONCEPÇÕES E PRÁTICAS DE PROFESSORES DE CIÊNCIAS DAS ESCOLAS MUNICIPAIS DE CONCEIÇÃO DA BARRA- ESPIRITO SANTO	
Drienne Messa Faria	
Lilian Pereira Cruz	
Josete Pertel	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211216">https://doi.org/10.22533/at.ed.93921211216</a>	
<b>SOBRE OS ORGANIZADORES .....</b>	<b>188</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>190</b>

# CAPÍTULO 4

## EL CONSUMO Y LA SUSTENTABILIDAD, UNA APROXIMACIÓN GENERAL

*Data de aceite:* 01/12/2021

*Data de submissão:* 06/09/2021

### Sharon Elizabeth Miranda Gonsen

El Colegio del Estado de Hidalgo, Maestría en Desarrollo Urbano Sustentable San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo  
ORCID: 0000-0002-8234-2949

### Edgar Manuel Castillo Flores

El Colegio del Estado de Hidalgo  
San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo

**RESUMEN:** El texto busca realizar un recorrido por las diferentes conceptualizaciones que se han hecho desde las ciencias sociales alrededor del consumo. Ya que, al aproximarse a este tema de forma profunda, se puede entender como este se ha ido adquiriendo desde diversas connotaciones en los individuos a través del tiempo. La idea es aportar este hecho social total como un elemento que en lugar de generar problemáticas sociales y ambientales, logre contribuir al desarrollo de las ciudades. En este sentido, se retoman autores clásicos para darle estructura no solo a los modelos de entendimiento del concepto, también para entender de forma histórica y social como se ha ido transformando. Para concluir, se hace una aproximación a la sustentabilidad dada la urgencia que implica entender y accionar en lo relativo al medio ambiente.

**PALABRAS CLAVE:** Consumo, Sustentabilidad, ODS, Consumo Sustentable, Modernidad.

### CONSUMPTION AND SUSTAINABILITY, A GENERAL APPROACH

**ABSTRACT:** The text seeks to make a journey through the different conceptualizations that have been made from the social sciences around consumption. Since, when approaching this topic in a deep way, it can be understood how it has been acquired from different connotations in individuals over time. The idea is to contribute this total social fact as an element that instead of generating social and environmental problems, manages to contribute to the development of cities. In this sense, classical authors are taken up to give structure not only to the understanding models of the concept, but also to understand historically and socially how it has been transformed. To conclude, an approximation is made to the given sustainability

**PALABRAS CLAVE:** Consumption, Sustainable, ODS, Sustainable consumption, Modernity.

### INTRODUCCIÓN

En la actualidad, entender el consumo se asocia con la idea de transformar las actividades económicas, mejorando la productividad y disminuyendo el uso de recursos, la degradación del medio ambiente y la contaminación. También implica muy directamente a los consumidores finales. Dicho lo anterior, es fundamental llevar a cabo la sensibilización del consumidor sobre el modo en que hemos venido consumiendo y ponderar los modelos de vida sostenible.

En este sentido, el presente texto se

divide en tres partes. En primer lugar, resulta importante definir plenamente como se ha entendido el consumo y que elementos configuran esta definición. Es por ello que, la primera parte de este texto nos remite a abordar las definiciones de mayor alcance respecto a este tema. Además, de la definición, se presentan sus modelos de entendimiento. En segundo lugar, se hace un recuento de las principales teorías que abordan el consumo pasando a través de los ciclos de la época de la modernidad y posmodernidad, ambas etapas están presentes en importantes pensadores sociales. A continuación, se mencionan las transformaciones del concepto de consumo hasta llegar al consumo responsable, configurado como aquella conducta social que consiste en incluir criterios sostenibles a la hora de comprar y de consumir productos o servicios. En este proceso es necesaria la transformación de los sistemas de producción, logrando una economía circular, donde todo se recicle y se reutilice. Y finalmente, se realizan una serie de notas finales referentes a este texto.

## EL CONSUMO, CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

### Definición

El reto fundamental de este texto consiste en la correcta conceptualización del consumo, a fin de poder vincular esta idea como la acción social que nos puede encaminar al posicionamiento de ciudades en desarrollo y en condiciones ambientales adecuadas. Al respecto, García Canclini hace una suma de las necesidades para estudiar y entender al consumo, porque “además de ser útil para expandir el mercado y la fuerza de trabajo, sirve para distinguirnos de los demás y comunicarnos con ellos” y además nos ayuda a elegir y reelaborar el sentido social (GARCÍA y MANTECÓN 2011:183).

Así, al hablar de consumo es necesario tomar en cuenta diferentes necesidades humanas.<sup>1</sup> De ahí que Max-Neef (1993:41) haya realizado una diferenciación de las categorías existenciales y axiológicas. Las primeras son las necesidades de ser, tener, hacer y estar. Mientras que las segundas son necesidades de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación identidad y libertad. Las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables (MAX-NEEF, 1993: 42) y estas suelen ser las mismas en cada cultura y período, la diferencia resulta entonces en la forma de satisfacerlas, ya que ello se va adecuando a cada sistema económico, social y político según la línea del tiempo.

En cuanto al concepto de consumo, según la RAE se define como el “gasto de aquellas cosas que con el uso se extinguen o destruyen”.<sup>2</sup> En el mismo tenor, Rifkin (2008) afirma que consumir significaba destruir, saquear, someter, acabar o terminar. Es decir,

<sup>1</sup> Al hablar de necesidades se toman como referencia las económicas y culturales (Bourdieu, 2017:75), legítimas (Ibíd.: 164), primarias (Ibíd.: 176) y el gusto de necesidad (Ibíd.: 381).

<sup>2</sup> Información vista en la página de la Real Academia Española (RAE) en: <https://dle.rae.es/?w=consumo>

ambas definiciones implican violencia. Por lo que, hasta el presente siglo, se tenían tan solo connotaciones negativas. Por su parte, García (1999:24) lo especifica como un “conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”. Esta definición nos muestra la complejidad del término, pues involucra prácticas sociales que son a la vez simbólicas y por medio de las cuales los productos son apropiados.

En la actualidad, es evidente como el consumo en masas, la moda rápida, la satisfacción individual y otras consideraciones consecuencia del consumo, han logrado transformar a sociedades enteras. Manteniendo serias repercusiones (negativas en su mayoría) con el medio donde se sitúan y visto como el fiel reflejo de la “deshumanizada realidad de explotación capitalista” (BAUMAN, 2016:10). Esta idea del consumo nace bajo las premisas de autores como Bauman (1998) y Lipovetsky (2015), quienes invitan a reflexionar acerca del papel que juega el consumo en la sociedad actual; misma que no implica únicamente elementos económicos, sino también incluye factores sociales y culturales.

Se parte entonces del consumo como: un uso social (ALONSO, 2007:15), acto cotidiano y de distinción, rasgo individual, acción “básica” del ser humano, es decir que “se trata de la función imprescindible para la supervivencia biológica” (BAUMAN, 2007:43), acto inclusivo y exclusivo según la línea de tiempo ubicada en la modernidad y postmodernidad (BAUMAN, 2016). Debe pensarse también como lo estipula Mauss “un hecho social total” (PLA, 2008:78). Igualmente, con respecto a que “el consumo estimula el trabajo, promueve una actitud estética, facilita la expresión social, es agradable y placentero, nutre el individualismo competitivo, apoya prácticas socialmente significativas, provee estimulación intelectual” (WARDE, 2002 en PÁRAMO, 2010:5) podemos traducir que aquella actividad fundamental para el desarrollo de la sociedad, ha venido cambiando casi en su totalidad, su fin último.

Asimismo, se puede encontrar al consumo no solo como un concepto que en lo contemporáneo se ha utilizado a través de distintas ciencias. Aparece también bajo “una doble dimensión: por un lado, como una relación simbólica, de significado y de sentido, y, por el otro, como una mediación de los roles y las relaciones sociales que cada persona tiene en la estructura social en la que vive” (CATALÁN, 2004 en PÁRAMO 2010:6). Visto desde esta perspectiva “objetiva y material es, a la vez, e indisolublemente, una producción simbólica, depende de los sentidos y valores que los grupos sociales le dan a los objetos y las actividades de consumo” (ALONSO, 2007:14). En consecuencia tenemos al consumo convertido en “una actividad valiosa por sí misma, canalizando una de las capacidades más profundas del ser humano: desear, que se materializa en objetos donde se espera encontrar algo de lo que falta, llevando la idea que lo novedoso es más valioso” (CORTINA en RODRÍGUEZ, 2012:3). Por lo tanto, el hecho del consumo entra en discusión en cuanto a cuales son las necesidades básicas de cada individuo, que pueden variar según sus condiciones de vida y que son muestra de los bienes y servicios que estos adquieren,

ya que, la sociedad se enfrenta a fenómenos de clase que lo vinculan con los productos, bienes y servicios que va a consumir.

## Modelos de entendimiento

A partir de las definiciones antes vistas, una aportación para entender el consumo se configura en seis modelos propuestos por García (1999). El primer modelo se refiere a que el **consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital**. Desde esta perspectiva de carácter económico, el consumo forma parte de un proceso que permite el desarrollo de la fuerza laboral y la obtención de ganancia en los que producen un bien determinado. El segundo modelo es **el consumo es el lugar donde los grupos y las clases compiten por la apropiación del producto social**. Desde este punto de vista en el consumo se genera una lucha por la apropiación del bien, se produce una expansión de las demandas. El tercer modelo menciona **al consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos**. El consumo también puede ser una demostración de que entre los grupos sociales pueden existir diferencias e intereses distintos. En cuarto lugar, el modelo donde se presenta **el consumo como sistema de integración y comunicación**. En este caso, el consumo no sólo segmenta a la población, sino que también puede unirla. Es por eso que algunos consumos son comunes en varios grupos sociales, o comunes en toda una nación. Como quinto modelo está **el consumo como escenario de objetivación de los deseos**. Coincidiendo con factores culturales, que obedecen a intereses simbólicos de un grupo social también tienen elementos individuales. En este caso se hace referencia a aspectos de tipo psicológico, que le brindan al consumidor el poder de elección. Por último, se encuentra **el consumo como proceso ritual**. Como se ha planteado, el hecho de consumir surge de la necesidad por alcanzar la satisfacción de deseos en particular.

## TEORÍAS DEL CONSUMO

El consumo va ligado a la satisfacción de necesidades, sin embargo las formas de complacerlas varían según el tiempo y la sociedad. Los principales autores que han abordado el consumo, ayudan a entender los procesos económicos y sociales en los que se encuentra inmerso, así como su evolución a través del tiempo. Estos se dan en etapas y épocas diferentes:

### El consumo en la modernidad

Karl Marx (1818-1883), quien estableció que el consumo se encontraba subordinado a la producción, ya que en la medida de la producción el consumidor va generando necesidades que de alguna forma u otra buscará como satisfacer. Este hecho trae consigo además, una serie de desigualdades e injusticias que planteará a lo largo de sus textos y que son perceptibles incluso en la actualidad. Distingue tres momentos particulares dentro



de la producción y el consumo en el sistema capitalista: los modos de consumo, la alienación y la mercancía producida. En otra óptica contrastante, George Simmel ve al consumo como un símbolo de pertenencia y distinción, existiendo tres aspectos importantes alrededor de ello. Primero, una lógica de capital económico y al igual que Marx, un fetichismo de la mercancía (GARCÍA DURÁN, s.f.: 10). Segundo, sigue el papel que juegan los espacios, ya sean ciudades o no, lugares como el *mall*, ya que estos transforman las dinámicas de consumo. Y tercero, la identidad y los estilos de vida, donde las tendencias permiten que el usuario se enfrente a una pérdida de identidad, pues los espacios de consumo en masa fungen como catedrales de la moda que ayudan a categorizar entre quien se inserta en el común y quien se diferencia. Por su parte, Thorstein Veblen ve al consumo como institución social coactiva (RODRÍGUEZ, 2012:5) en la que se percibe una actitud de egos y ansiedades colectivas, donde la distinción social tiene que ver con consumidores queriendo ocupar una posición en la estructura social. Sugiere que los individuos suelen distinguirse demostrando su capacidad de consumo y ocio volviéndose cada vez más axiológicas y menos existenciales. Finalmente, Walter Benjamin hace una distinción en cuanto a dos etapas contrapuestas que tienen que ver con el consumo, primero de forma positiva y más adelante el consumo y la moda desde una connotación de alienación y fetichismo (GARCÍA DURÁN, s.f.: 11).

## El consumo en la posmodernidad

Existen importantes teóricos que observaron a profundidad el tema de las sociedades modernas y las dinámicas que surgen ya sea alrededor o a la par de ellas. Más allá del debate que pueda existir entre el fin de la modernidad, el inicio de la posmodernidad y el salto a la hipermodernidad. Esto gracias a que surgen a mediados del siglo XX teorías que apuntaron hacia un cambio en cuanto al individuo y sus procesos de percepción y asimilación consigo mismo y con el resto de la sociedad. De forma que los valores que antes se aportaban al trabajo cambiaron significativamente hacia el consumo, teniendo en cuenta que los significados y mensajes que los individuos emitían se transformaron también para dar paso a socializaciones e identidades bastante peculiares y dignas de análisis.

Bauman (2007), dedicó bastantes estudios en relación a las sociedades posmodernas, adaptando el concepto de liquidez a fenómenos sociales para poder explicarlos con mayor fluidez. A lo largo de sus textos va desarrollando virtudes existentes en la vida humana que se han caracterizado por su fragilidad y ética. Al mismo tiempo explica las propiedades del sujeto posmoderno, el cual se asume como consumidor ferviente y muchas veces no distingue entre objetos y sujetos. Además le asigna a estos objetos, valores más allá de su funcionalidad y los adquiere por medio de una mecánica donde desechar y reemplazar se vuelve una constante. Por su parte Pierre Bourdieu centra su atención en el consumo como principio de segregación, mecanismo de estratificación social y fenómeno de distinción, en su obra célebre *La Distinción* (2019) va desplegando conceptos y elementos que explican

condiciones de existencia que se ven implícitas en la era del consumo posmoderno (GARCÍA DURÁN, s.f.: 13).

## La Sociedad del consumo

Pla menciona que *“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 ostenta en la actualidad, pero, a su vez, las formas de consumo, pese a responder a una determinación necesaria del sistema económico en su desarrollo histórico, también han ido variando sobre esa marcha a lo largo del tiempo (PLA, 2008:84)”*. Es decir, se señala la necesidad de buscar alternativas que ayuden a sesgar los problemas que se han generado a la par de estos fenómenos, apuntando a la posibilidad del impulso hacia la teoría económica-ambiental, la cual tiene la bondad de adaptar la economía a la cuantificación de los recursos naturales y ambientales (MARTÍNEZ DE ANGUITA, 2004), lo cual impulsa la maximización de los recursos y la calidad de vida. Ya sea mediante la economía circular, el intercambio y/o el trueque, es que se pueden reorientar hábitos de consumo que en lugar de impactar perjudicialmente aporten al desarrollo de las ciudades, objetivo de naciones y países alrededor del mundo.

Encima, se tiene que la *“idea de finitud de la materia cobra fuerza en la discusión sobre la actual crisis ambiental” (FOLADORI, 2001:39)*. Las ciudades, los sujetos urbanos, la relación hombre-naturaleza; aquella idea de los recursos como inacabables y las fuerzas de procesos consumistas han llevado al límite la mecánica natural de la vida, su origen y las causas del cambio climático como probable factor para la extinción. De hecho, el mismo Foladori en *“Controversias sobre sustentabilidad”* habla del desarrollo sustentable como una proceso que no se reduce solo a elementos biológicos y naturales, sino también sociales, razón por lo cual es inevitable aportar a la construcción -si no teórica si reflexiva- en cuanto a las dimensiones del consumo y sus papel en la problemática ambiental, más aún el poder individual y la presión ciudadana para con las grandes empresas y el estado en cuanto a un cambio ambiental urgente.

Por otra parte, aquella discusión apremiante sobre dicha crisis que se remonta varias décadas atrás vale la pena ser repasada. No en vano, a lo largo de la historia se han creado organizaciones no gubernamentales que han elaborado estrategias para la conservación de la naturaleza, informes, diálogos, programas, entre otras acciones, hoy día parece bastante pertinente llevar esas inquietudes, metas y retos a la ciudadanía en general.

Asimismo, se entiende por consumo responsable a *“la elección de los productos no sólo en base calidad/precio, sino también sobre la base de la historia de los productos mismos y la conducta de las empresas que nos los ofrecen” (MARTÍNEZ-OROZCO, 2000:93)*, la cual se sustenta en tres argumentos entre los que se encuentran las interdependencias regionales, los problemas sociales, políticos y ambientales y la incidencia personal en

la conducta de las empresas. Y que además concluye con las reflexiones y el tipo de preguntas que podemos plantearnos en relación a los productos que se demandarán. En suma, se puede argumentar que, como lo menciona (CAMAGNI, 2005:205): “una investigación sobre sostenibilidad urbana debe tener como modelo de referencia a un arquetipo multidimensional, (...) la de suministrar accesibilidad e interacción social, (...) en el cual se obtenga el máximo bienestar colectivo a partir de la dinámica-procesual positiva entre el ambiente natural, el *built an cultural heritage*, la economía y la sociedad.”

“En definitiva, es necesario tener en cuenta la posición de los individuos en el mercado de producción para poder entender su forma de consumo” (RODRÍGUEZ, 2012:3); deduciendo entonces que los espacios de consumo son determinantes para categorizar posiciones entre cada sujeto consumidor podemos asumir que, el hecho de transitar malls, tiendas de ancla, y franquicias reconocidas a nivel mundial tiene que ver con el acceso y las necesidades que cada uno de los usuarios buscan sesgar (no solo materialmente). Mismas que pueden ser resarcidas en ambientes sustentables y que además tienen alto valor humano, social y ambiental ya que llevan consigo insignias de consumo consciente y responsable.

Si bien, los Planes de Desarrollo gubernamentales muestran que es necesario abordar las problemáticas locales para cumplir las metas y objetivos planteados para crear un mundo sostenible. Y es, a través de acciones como la participación de los agentes en espacios sustentables donde se pueden impulsar estas metas que más allá de tendencias, implican un discurso y tareas que van dirigidas a los cambios de hábitos de los consumidores.

En este sentido, aquella conversación acerca de la economía y sus implicaciones debe traducirse a nuevas formas de consumo que lleven consigo ética laboral, condiciones ambientales adecuadas, y responsabilidad social (entre otros aspectos). Lo cual resulta que en algunos casos “bajo las condiciones adecuadas de información y disponibilidad, los consumidores privilegian marcas responsables a pesar de tener un mayor precio (DUEÑAS, 2014:294), mismo que es visto en ciertos espacios donde se ofertan productos básicos o de gustos creados. Que si bien en ocasiones resultan tener precios elevados, el consumidor opta por adquirirlos a sabiendas que ello es resultado de sus procesos de producción y con la idea de aportar ya sea a lo local o al medio ambiente.

Considerando el postulado que se dio a partir de la modernidad, se puede decir que en palabras de Gian Carlo Delgado (2013:48) “en el sistema capitalista de producción, el metabolismo social se agudiza aceleradamente y en clara correlación con las dinámicas de acumulación de capital”. Esto significa que, en el proceso de producción, circulación y consumo existe una aceleración en el gasto de capital, a través de objetos y productos. Los cuales son el resultado incómodo de una sociedad que no se puede permitir no posicionarse dentro de una estructura, comprando y desechando *objetus* cuyo destino final degrada el medio ambiente. Visto desde una perspectiva antropológica también como una degradación social, puesto que se suele reemplazar al sujeto con el objeto, a los unos por

los cuales.

## CONSUMO SUSTENTABLE

### Los Objetivos de Desarrollo sustentable y la agenda 2030

Toda persona, al tener derecho al medio ambiente adecuado y sano, por ese sólo hecho y por el carácter de solidaridad que adquiere, es responsable de que otras personas también lo tengan, tanto de su generación como de las venideras. (CARMONA, 2010:24). Mucho se habla de desarrollo, de aquella visión que lleva a lo económico y que a su paso arrastra como pretexto a la sustentabilidad. Más aún su noción ha sido entendida “en términos de superación del atraso, como veneración del crecimiento” (GUTIÉRREZ Y GONZÁLEZ, 2010:124). ¿Quién dice lo que significa el desarrollo? Los países occidentales desarrollados que no saben más que maquinarse (se) de forma materialista lo que corre bajo los esquemas del poder y el capital.

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012, se buscó replantear un conjunto de objetivos mundiales relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos a los que se enfrenta el mundo. Es decir que, se vio en la necesidad de establecer una agenda internacional de desarrollo más ambiciosa e integral, que ampliase la perspectiva del desarrollo humano sostenible y lograrse un mayor compromiso de los poderes públicos y de todos los agentes sociales. En este sentido, en septiembre de 2015, los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas, junto con un gran número de actores de la sociedad civil, el mundo académico y el sector privado, realizaron un proceso de negociación democrático, que resultó en la proclamación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, con sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS son los 17 Objetivos y 169 metas de desarrollo definidos en la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030. Abordan las causas fundamentales de la pobreza y la vulneración de los derechos humanos y proponen cambios positivos para todas las personas y el planeta desde tres dimensiones: económica, social y medioambiental.<sup>3</sup>

### El objetivo 12, Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

En este objetivo se busca transformar las actividades económicas, mejorando la productividad y disminuyendo el uso de recursos, la degradación del medio ambiente y la contaminación. Implica muy directamente a los consumidores finales. El consumo responsable es aquella conducta que consiste en incluir criterios sostenibles a la hora de comprar y de consumir productos o servicios. Algunos de los criterios que podemos tener en cuenta es el lugar de origen del producto, su proceso de fabricación, el respeto

<sup>3</sup> Información vista en la página de Naciones Unidas en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/> consultado el 28/09/18

a los trabajadores o el cuidado con el medioambiente. En este proceso es necesaria la transformación de los sistemas de producción, logrando una economía circular, donde todo se recicle y se reutilice. En este apartado son las empresas las que deben tener ese papel transformador, cambiando su modelo productivo, adaptándolo a un modelo de consumo y producción sostenible.

El derecho al medio ambiente y al desarrollo sustentable, son derechos de una naturaleza jurídica especial, que exigen de acciones individuales reguladas para que a partir de ellas se puedan garantizar los derechos de la colectividad. Es la búsqueda del bienestar colectivo a través de la regulación de conductas personales, individuales. (CARMONA, 2010:15). La exigencia de cumplimiento de la normatividad ambiental requiere que esta sociedad sea activa y participante.

## NOTAS FINALES

A lo largo de este documento se pudo observar como el consumo es un elemento integrador de distintos elementos, siendo este un fenómeno tan importante para la vida en la sociedad actual, que además se compone por un discurso que va más allá del solo hecho de dicha actividad como proceso económico que impulsa el “crecimiento” de las ciudades, que se sustenta en reorientar los hábitos de los consumidores, en prácticas que motiven la definición de la sustentabilidad y que ayuden a que el crecimiento sea real en todas sus aristas sin dejar de lado la cuestión medio ambiental. Y que al mismo tiempo, apoye a los Objetivos del Desarrollo Sostenible los cuales buscan convertir al mundo en un espacio habitable para todos. Por añadidura, tras exponer de forma breve sus antecedentes históricos, es posible entender de forma lineal la transformación del consumo, entender la historia de la humanidad a través de esta acción social e intentar esbozar posibles soluciones a este, que se ha convertido en un problema del tipo ambiental. Por último y no por ello menos importante, se habló de la sustentabilidad conectada al consumo para indagar de qué manera se pueden enlazar ambos conceptos, esto con la finalidad de inferir en las acciones que los diversos actores pueden llevar a cabo desde su posición, convirtiendo así los ODS en una realidad.

Los problemas ambientales repercuten directamente en lo social, económico, político, cultural e ideológico (CARMONA, 2010:4). Relativo al consumo sustentable y como en la época actual se han modificado los efectos de la forma en que se ha transformado la relación del hombre con la naturaleza a lo largo de la historia, lo cual ha sido expresado desde un consumo colectivo a uno individual, en una proporción uno a uno, que en realidad es una persona con todo lo que requiera para determinar sus necesidades básicas frente a todo aquello que puede cubrirlas. Así la humanidad, al satisfacer sus necesidades, altera la relación y no toma en cuenta los servicios que la naturaleza presta al hombre, como fuente de recursos, recipiente de residuos, y medio en que aquel se desenvuelve. (CARMONA,

2010:6). Como resultado, se puede ver fragmentado un ciclo que desde los postulados de las ciencias sociales llama la atención por sus peculiaridades tanto internas como externas. Y que además para las ciencias económicas requiere un esfuerzo de análisis urgente que logre interpretar la variación en el funcionamiento de los recursos, que claramente se están acabando en ese anhelo vehemente por alcanzar la cúspide de lo que ellos llaman “desarrollo”.

## REFERENCIAS

Agenda 2030 (11 de septiembre de 2017), consultada en internet en abril de 2019. Dirección de internet: <https://www.gob.mx/agenda2030/articulos/12-produccion-y-consumo-responsables.gob.mx>

Alonso, L. E. **Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada**, Pensar la Publicidad, Vol. 1, No. 2, 13-32, 2007.

Bauman, Z. **Trabajo, consumo y nuevos pobres**, Barcelona España: Gedisa editorial, 1998.

Bauman, Z. **Modernidad líquida**, Fondo de Cultura Económica: Argentina, 2007.

Bauman, Z. **Vida de consumo**, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2016.

Bourdieu, P. **Capital cultural, escuela y espacio social**, Ciudad de México, Siglo Veintiuno Editores, 2017.

Bourdieu, P. **La distinción**, España, Taurus, 2019.

Camagni, R. **Economía urbana**, Barcelona: Antoni Bosch, 2005.

Carmona Lara, M. del C. **Derechos humanos y medio ambiente**, En Jorge Ulises Carmona Tinoco y Jorge M. Hori Fojaco (Coordinadores), Derechos Humanos y Medio Ambiente, México: UNAM-SEMARNAT, 2010.

Delgado, G. C. **¿Por qué es importante la ecología política?**, Nueva Sociedad, No. 244, marzo-abril, 2013.

García, C. N. **El consumo cultural: una propuesta teórica**, En Sunkel, Guillermo (coordinador). El consumo cultural en América Latina, Bogotá, 1999.

García, C. N, y Mantecón, A. R. **La Antropología Urbana en México. Políticas culturales y consumo cultural urbano**, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Universidad Autónoma Metropolitana, Fondo de Cultura Económica, México, 2011.

García Durán, A. **Sociología del consumo** (s. f.), consultado en internet el 16 de Junio 2019, dirección de internet: <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/2x03-Sociolog%C3%ADa-del-consumo.pdf>

Gutiérrez, G. E., y González, G. E. **De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable**, Siglo XXI Editores, Universidad Autónoma de Nuevo León, México, 2010.

Lipovetsky, G. **La era del vacío**, Editorial Anagrama, S.A., México. D.F., 2015.

Martínez de Anguita P. **Economía ambiental y ordenación del territorio**, Revista científica y técnica de ecología y medio ambiente, 2014.

Martínez Orozco, S. **Comercio Justo, consumo responsable**, Intermón Barcelona, 2000.

Max-Neef. **Desarrollo a Escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones**, Icaria Editorial, S.A., Barcelona, España, 1993.

Páramo M. D. **El consumo, factor clave**, Pensamiento y gestión No. 28, Universidad del Norte Colombia, 2010.

Pla V. L. **El Universo del Consumo**, Astrolabio. Revista internacional de Filosofía, No. 6, 75-82, 2008.

Rifkin, J. **El fin del trabajo**. Barcelona: Paidós, 2008.

Rodríguez D. S. **Consumismo y sociedad: una visión crítica del Homo Consumens. Nómadas**, Critical Journal of Social and Juridical Sciences, Vol. 4, No. 2, 2012.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agenda 2030 12, 41, 43, 95, 98

Agrotóxicos 61, 64, 65, 68

### C

Ciência 8, 9, 68, 69, 76, 89, 90, 91, 97, 132, 142, 143, 145, 159, 166, 174

Ciências ambientais 112

Conflitos ambientais 24, 25, 60, 68, 121, 123

Conflitos socioambientais 24, 33, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 68

Conscientização 71, 115, 124, 126, 127, 133, 134, 153, 154, 170, 171, 172, 175, 176, 177, 178, 181, 182, 183, 184, 185

Consumo 16, 19, 20, 27, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 64, 80, 86, 89, 90, 92, 95, 97, 146

### D

Desenvolvimento econômico 5, 27, 29, 88, 96, 97, 113, 148

Desenvolvimento sustentável 1, 2, 3, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 17, 20, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 45, 94, 95, 96, 97, 98, 113, 119, 138, 166, 186

Desenvolvimento urbano 45, 46, 47, 48

Desmatamento 31, 51, 59, 67

Direito ambiental 88, 89, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 121, 123

### E

Educação 1, 2, 4, 5, 6, 9, 13, 16, 19, 27, 45, 47, 51, 55, 56, 57, 59, 62, 63, 68, 69, 76, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 127, 130, 131, 134, 136, 138, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188

Educação ambiental 55, 56, 57, 59, 62, 63, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 127, 130, 136, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188

Educação formal 148, 160, 162, 163, 164, 165, 167, 172

Educação não formal 160, 162, 163, 172

Ensino básico 145, 152, 156, 157

Ensino superior 9, 137, 138, 139, 188



Epidemia 69, 72, 75, 76

Epistemologia 93, 186

Estado democrático 88, 89, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 114, 121

Estudantes 49, 50, 65, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 125, 127, 129, 137, 138, 169, 172

Ética ecológica 137, 138, 139, 142

Extensão 124, 125, 127, 128, 129, 131, 135, 136, 139, 140, 142, 168

## I

Interdisciplinaridade 145

## J

Justiça ambiental 24, 25, 26, 32, 33, 68, 166

## L

Linguagem audiovisual 88, 90, 91

## M

Mapa social 59, 62

Meio ambiente 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 25, 27, 28, 29, 32, 33, 53, 56, 57, 61, 88, 90, 94, 95, 96, 97, 99, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 145, 146, 147, 150, 151, 153, 154, 155, 156, 158, 170, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 183, 184, 186, 187, 188

## N

Natureza 14, 27, 28, 30, 31, 33, 57, 60, 63, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 114, 126, 142, 143, 145, 146, 151, 153, 154, 155, 169, 170, 171, 172, 176, 178, 179, 180, 184, 185

## O

Objetivos do desenvolvimento sustentável 10, 11, 22

## P

Paisagem 45, 49, 54, 128

Pedagogia freireana 161, 163

Plano diretor 45, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 56

Práticas educativas 113, 126, 161, 173, 175

## Q

Queimadas 61, 67

Questões ambientais 3, 12, 27, 45, 53, 120, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 138, 142, 150, 151, 175, 177, 182

## R

Racionalidade ambiental 88, 89, 90, 93, 96, 97, 98

Recursos naturais 2, 3, 24, 27, 28, 30, 32, 53, 57, 68, 92, 96, 97, 129, 141, 146, 153, 155, 171, 175, 177, 178, 180, 185

## S

Sequência didática 160, 162, 163, 164, 165, 166, 169, 172, 173

Sistema jurisdicional pátrio 114

Sociedade 2, 4, 8, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 45, 46, 47, 48, 56, 60, 92, 94, 95, 96, 97, 115, 116, 120, 121, 124, 125, 126, 127, 131, 138, 139, 142, 143, 145, 146, 147, 151, 154, 155, 157, 159, 161, 162, 166, 168, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 179, 180, 184, 185

Solo 31, 34, 36, 39, 40, 42, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 55, 56, 57, 61, 65, 67, 83, 84, 86, 94, 103

Sustentabilidade 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 21, 24, 25, 26, 29, 31, 32, 33, 45, 94, 97, 98, 124, 125, 144, 147, 154, 170, 171, 179, 181, 186, 188

## T

Tecnologia 1, 3, 69, 76, 89, 90, 159, 166, 174, 188

Transdisciplinariedade 119

Turismo 45, 50, 51, 56, 57, 82, 86, 126

## U

Universidade 1, 5, 6, 33, 45, 56, 57, 59, 63, 68, 88, 97, 98, 99, 112, 124, 125, 127, 129, 130, 131, 134, 135, 140, 145, 148, 150, 157, 159, 160, 175, 186, 188, 189

## Z

Zona costeira 45, 54

# Meio ambiente:

Princípios ambientais,  
preservação e  
sustentabilidade

# Meio ambiente:

Princípios ambientais,  
preservação e  
sustentabilidade