



XVI
Congreso Nacional de
Investigación Educativa
CNIE-2021

Tianguis ecológicos, generadores de prácticas educativo-ambientales en Guadalajara. Estudio de caso

Elizabeth Arroyo Corona (Tesisista)

Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara
elizaarroyoc@gmail.com

Dra. Elba Aurora Castro Rosales (Directora de Tesis)

Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara
elba.maestria@gmail.com

Área temática 17. Educación ambiental para la sustentabilidad.

Línea temática: Educación ambiental y consumo sustentable.

Tipo de ponencia: Reportes parciales o finales de investigación.



Resumen

En las últimas décadas se observa con mayor frecuencia la aparición de los llamados “tianguis ecológicos”. Estos son espacios donde se practica un intercambio comercial con dinámicas y ofertas particulares, que sin embargo confluyen en una característica distintiva: su interés por construir marcos de acción que generen procesos de sustentabilidad a escala local, especialmente en contextos urbanos.

Como se sabe, en la cultura mexicana los tianguis datan de la época prehispánica. En ellos los sujetos participantes (productores, distribuidores, vendedores, compradores, autoridades) practicaban marcos de acción que caracterizaron a sus sociedades, fundamentalmente por medio del ejercicio de marcos éticos; de convivencia social, así como los derivados por la relación con sus ecosistemas. El resultado de esta práctica constituía los valores de una sociedad y el destino de los pueblos en relación con la naturaleza donde se insertaban. De acuerdo con este planteamiento, el abordaje del estudio de caso de los elementos de un tianguis “ecológico”, configura las posibilidades que la educación puede aportar para que de manera intencionada, los participantes en estos espacios potencien la ética como elemento central de la ciudadanía ambiental, que puede construirse para mejorar la relación de la sociedad con sus entramados naturales locales.

Palabras clave: *Tianguis ecológicos, construcción de ciudadanía y ética ambiental, impacto educativo, educación ambiental, transformación social.*

Introducción

Donde se haga explícito el problema de investigación y su relación con el estado de conocimiento del área temática, así como la formulación de preguntas, hipótesis y objetivos.

En los últimos años han emergido nuevas pedagogías educativas no formales, en donde el tema del cuidado al medio ambiente ha cobrado importancia. La participación activa de la sociedad en busca de alternativas de alimentación, socialización, educación, salud y formas de vivir asimismo ha ido recuperando paulatinamente espacios de expresión principalmente en las ciudades.

Los mercados y tianguis en México han existido desde la época pre colonial como espacios de convivencia e intercambio. Caracterizados por contar con una gran diversidad de artículos y servicios, los pequeños productores, artesanos, curanderos, artistas y simpatizantes, se han reunido como parte de una comunidad en la cual comparten e intercambian experiencias, mercancías y saberes. Estos espacios desarrollaron también relaciones éticas entre las personas y con el ambiente, en forma de reglamentos y principios a desarrollar.

Hoy en día, en parte como una reacción a las producciones masivas de bienes, a la contaminación en los alimentos y en objetos de uso personal, al individualismo tecnológico, a la deshumanización y a la pérdida de la sabiduría ancestral, se han formado nuevos tianguis y mercados llamados ecológicos, buscando generar oportunidades para reeducar a la población informándola sobre los temas antes mencionados y las alternativas que hasta el momento pueden ofrecer soluciones a dichos problemas.

Formando comunidades, se busca construir paulatinamente una ciudadanía ambiental, concientizando a los asistentes en la importancia de la participación social en temas de diversa índole, para generar un cambio de conciencia en la población.

Asimismo, los tianguis ecológicos se han utilizado como parte de acciones de mercadeo verde, en donde se ofrecen productos y servicios que lejos de ayudar a revertir el daño al medio ambiente, contribuye a agravarlo.

De ahí que en esta investigación se aborde el problema, enunciado en el siguiente párrafo: Las prácticas de venta en tianguis con criterios ambientales, llamados "tianguis ecológicos" en Guadalajara, generan en sus participantes un impacto formativo o educativo de consideración para la educación ambiental, al construir pautas éticas y de ciudadanía ambiental, de las que es necesario dar cuenta en el campo de la EA.

Desarrollo

Entendemos a los tianguis ecológicos como una práctica social, capaz de construir sentido frente al resto de la sociedad. Esto es, que los tianguis ecológicos son una práctica comunicativa que desarrolla normas de significatividad y de relación entre los participantes en todo momento, desde donde construyen un referente

colectivo, posicionado ética y políticamente (aunque de manera diversa), como la sustentabilidad local, aunque no se agota solo en ella. Desde este punto de partida los tianguis ecológicos son una práctica comunicativa capaz de desarrollar una perspectiva educativa en la medida que se ejercitan, marcos valorales, aspiracionales, éticos y políticos entre los participantes.

De esta manera, estos espacios pueden ser comprendidos como espacios educativo-ambientales dado que identifican la resistencia de algunos sujetos (productores agroecológicos, productores, distribuidores y consumidores) para admitir los modos de producción y las formas de relación entre las personas y con la naturaleza que proporciona el mercado globalizado responsable del deterioro ambiental y de calidad de vida de las localidades.

Lo anterior significa que la comprensión de los tianguis ecológicos como prácticas educativo-ambientales productoras de sentido (de sustentabilidad) requiere al menos desarrollar dos líneas de análisis: i) la develación de marcos éticos de mercado que éstos impulsan y que desafían las leyes o principios del mercado “tradicional” capitalista o liberal entre sus participantes y, ii) la evidencia de la construcción de una ciudadanía ambiental (esto es, la relación con las autoridades, así como la construcción de una localidad sustentable y los marcos políticos que ello implica).

La conclusión de lo anterior será la enunciación de los sentidos que genera la práctica socio-comunicativo-educativa de los tianguis ecológicos, en tanto i) explicación ética de los tianguis y ii) la explicación del concepto de ciudadanía ambiental y de la concepción política de los participantes en el TE.

Ahora bien, si se toma en cuenta que la Educación Ambiental es un proceso de transformación social, conductual, inclusivo y transversal, resulta ser fundamental para atender la compleja problemática socio ambiental, al ofrecer bases conceptuales, metodológicas y propositivas para impulsar una participación social en favor del medio ambiente. Como lo mencionaron Thoreau y Martí (2004), conservar la armonía de la naturaleza ante las pasiones desordenadas de la sociedad capitalista; resaltando aquel íntimo nexo en que lo ético y lo estético convergen en una misma relación simultánea del individuo con sus semejantes y con su mundo natural.

Así como Martí lo manifiesta, la naturaleza debe convertirse en una categoría central del discurso político. El nuevo discurso, en el que lo social y lo político, lo natural y lo cultural, se fusionan en un todo indesligable y la naturaleza misma es reformulada como categoría política, directamente asociada a la reivindicación de los sectores no capitalistas como actores legítimos del proceso político. Esto, abre paso al rescate de la cultura de la naturaleza de los sectores populares como elemento legítimo en la definición de la identidad cultural de la región.

La Naturaleza pasa, de la función de expresar un orden de factores extrahumanos, a designar la especificidad de los problemas y las potencialidades de las nuevas sociedades latinoamericanas, particularmente en lo relativo a la necesidad de trascender el discurso liberal dominante para abrir paso a la tarea de concebir un modelo de

sociedad distinto al dominante ya en toda la región. Armonizar la convivencia entre lo aprendido intelectualmente y las vivencias aprendidas de la experiencia. Forjar una cultura ambiental desde nosotros mismos, como lo cita Martí, para crecer con el mundo y ayudarlo a crecer.

En síntesis, el marco teórico que ayuda a construir la perspectiva educativo-ambiental de los tianguis ecológicos descansa en el tejido de tres grandes conceptos:

a) **La comunicación**, entendida como práctica social, especialmente en los términos que señala Giraldo et al (2006) “Debemos entender a la comunicación como un modo de acción, esto es, como un modo de interacción entre personas, grupos y colectivos sociales que forman ‘comunidades’”. En este sentido, se propone el estudio sobre las prácticas sociales productoras de sentido, desde donde se producen mensajes y se construyen marcos éticos y políticos de algunos sujetos frente a la sociedad. Esta disciplina entra en diálogo con la construcción de la cultura ambiental (en tanto que es resultado de las prácticas comunicacionales y producen visiones, explicaciones...). Desde este enfoque, el Ecotianguis se considera un “marco social de las interacciones comunicativas”, ya que está formado por i) un lugar específico (en el sentido espacial y temporal), ii) la distribución de los papeles entre los interactuantes, iii) a su estatuto o jerarquía, iv) sus propias reglas o normas de operación o códigos de comportamiento. Asimismo, este “lugar” es constituyente de las interacciones, es decir, “tipifica” las situaciones de comunicación asociadas a ellos, entre ellas, en el caso del eco-tianguis, las educativas, asociadas a una riqueza de interacciones que ahí ocurren. De ahí que sea posible interesarse en reconocer los discursos o mensajes elaborados por los participantes, como resultante de lo que ahí se confirma, se reafirma con relación a ciertos contenidos, valores, pautas de comportamiento, de reconocimiento entre los participantes y entendimiento de sí mismos en el mundo, elementos que forman el referente a seguir en esos espacios (Chacón, 1989).

Como lo refiere Gómez et al (2006), la comunicación, como un acto libre y responsable, el cual “surge de la naturaleza misma de la persona humana como ser social”, da forma a la sociedad mediante su organización, teniendo en sí misma el potencial de su transformación. De ahí que a través de la comunicación social se encuentre la posibilidad de influir positivamente en sus receptores, llevándolos a informarse, cuestionar, concientizarse y a actuar.

b) **La ciudadanía ambiental**, misma que es resultado de lo anterior, es decir, de una práctica social que en la interacción genera y configura ciertos valores y entendimiento del mundo. Especialmente, la ciudadanía ambiental incorpora los aspectos ético-políticos de la noción de ciudadanía a temáticas territoriales relativas a la noción de ambiente, por lo que es entendida como un resultado de componentes sociales y naturales (Leff, 2004). Es decir, se trata de la conformación de un rol político frente a una colectividad, a un territorio y frente al poder de influir en el presente y en el futuro de ese territorio con base en valores centrados en la democracia y en el bien común, superando en ello una visión antropocéntrica. En ese sentido, como lo refiere González, E. (2003), la educación para la ciudadanía ambiental implica una pedagogía social, que se propone desarrollar

competencias para vivir de un modo que implica la capacidad deliberada de saber elegir entre varias opciones, a partir de consideraciones éticas e intereses comunitarios, esto es, políticos. Ello sienta las bases para la construcción de una vida pública con base en formas sociales sustentadas en un ejercicio crítico de la ciudadanía, dentro del marco de una política ambiental y cultural, sobre todo ante los retos frente al consumismo (incluso el llamado “consumo verde”) e individualismo que preconiza el estilo de desarrollo neoliberal globalizante en que nos encontramos inmersos. De ahí que la ciudadanía ambiental en este proyecto, alude a la construcción política del colectivo Ecotianguis, apoyando la construcción de una identidad ambiental local, y a integrar el tejido social que fortalece una(s) postura(s) frente a las autoridades para influir en las decisiones sobre la vida ambiental de la localidad, especialmente de los ecosistemas que la sustentan y de las que se obtienen alimentos y otros beneficios, producto del buen equilibrio ecológico. Por lo que también se entiende que la ciudadanía ambiental, construida en los ecotianguis, también integra espacios educativos para leer y actuar en el beneficio ambiental de la localidad.

Gaudiano (2003) sugiere la construcción de una ciudadanía ambiental a través de la educación y explica cómo esta puede incidir tanto en el desarrollo de responsabilidades, las cuales surtirán efecto en lo individual como en lo colectivo, siendo esto imprescindible en la educación ambiental, involucrando a las partes interesadas en la toma de decisiones y en la participación. Vincula el educar para una ciudadanía ambiental con la pedagogía social, a través de la cual se desarrollan competencias que llevarán a la toma de decisiones que puedan favorecer el bien propio y el común. Con esta idea, el Ecotianguis se muestra como un espacio en donde se promueven diversas actividades a través de las cuales, se busca desarrollar competencias que promuevan, por ejemplo, el cambio de hábitos a nivel individual y por ende colectivo.

Gudynas (2009) analiza la relación entre ciudadanía y ambiente, incluyendo el concepto de meta-ciudadanía ecológica, haciendo una crítica que considere los conflictos sociales en temas ambientales, como la modernidad y la idea común de ciudadanía, limitándola al ejercicio de los derechos, incluyendo los ambientales, económicos y sociales. Sin embargo, menciona que existen varias limitaciones para poder ejercer dichos derechos, a razón de una calidad ambiental deficiente, lo cual generará diversos conflictos ambientales. Vincula la ciudadanía ambiental con las oportunidades y necesidades por aumentar la participación en la gestión ambiental. En este entendido, el Ecotianguis se muestra como una alternativa a través de la cual se promueve la participación ciudadana, el compartir la realidad social y ambiental, así como el buscar alternativas que beneficien a los asistentes y a sus comunidades, generando un cambio progresivo de paradigmas y el involucrarlos en acciones que resuelvan conflictos, incorporando la perspectiva ambiental.

c) **La pedagogía ambiental.** Se entiende que la pedagogía ambiental no es una perspectiva endógena, es decir, que se piense en sí misma, sino que está obligada a hacerlo en profunda relación con otros aspectos de la dinámica social, o aún más, de la vida en el planeta (Reyes, Castro y Padilla, 2017:322). De ahí que se entienda que la práctica social constituida en los mercados ecológicos pueda develarse en los principios que son

explicitados la pedagogía ambiental (Reyes et al Op Cit: i) renovación de un modo de vivir y pensar la naturaleza; ii) impulsar valores que refieren a la construcción colectiva como la colaboración, la solidaridad y el compromiso, valores que se asumen desde una profunda convicción personal; iii) estimular la diversidad de pensamiento y la tolerancia; iv) privilegiar el impulso a la emancipación, el pensamiento alterno y la innovación; v) reconocer la relación indisoluble entre deterioro ambiental y problemas sociales; vi) asumir la responsabilidad compartida que obliga a la negociación y a la formación de acuerdos entre intereses distintos; vii) reconocimiento del “otro” (humano y más allá de lo humano) para fortalecer a la comunidad y a los ecosistemas donde se enclava; viii) impulsar el diálogo de saberes como contrapeso de la hegemonía epistémica y reconocimiento a la diversidad cultural; ix) propiciar la organicidad.

Posibilidades pedagógicas de los tianguis ecológicos

El tejido conceptual anterior, cobra vida en ciertas características de los mercados ecológicos y en el comportamiento de todos sus involucrados (asistentes, organizadores, promotores) permitiendo la comprensión de estos espacios como promotores de prácticas educativas que impulsan una ciudadanía ambiental. Estas características pueden enunciarse de la siguiente manera:

- **Interés y voluntad por construir soluciones ambientales.** El interés que algunos ciudadanos han manifestado para contribuir a la solución de problemas medio ambientales y de mejoramiento de la calidad de vida. Ante la evidente manifestación de la crisis civilizatoria por la que atraviesa la humanidad se vienen consolidando propuestas que apuntan a dinamizar y articular sectores excluidos por la economía de mercado. Dentro de estas propuestas, los mercados ecológicos se erigen como iniciativas con la capacidad de incidir en los procesos productivos y en las relaciones sociales que los sustentan, así como también brindar un marco de referencia para recrear otras economías.
- **Reflexión en el consumo.** Muchos de los consumidores reflexionan y hacen del consumo una práctica más consciente y coherente frente a las tensiones que surgen del sistema económico, del deterioro ambiental y de las relaciones sociales.
- **La necesidad de compartir, educando.** Las estrategias, los procesos educativos y de capacitación que los eco tianguis generan entre sus participantes, es una constante. En estos espacios se promueven conocimientos, se forman capacidades y habilidades, y se organiza la participación, en espacios cotidianos del hogar, pero también se construyen espacios colectivos en los cuales reafirmar y refrescar lo aprendido.
- **La construcción de un discurso educativo integrado.** Los tianguis ecológicos cuentan con el potencial de fomentar el orden social a través de la educación de los asistentes en temas referentes a la creación de conciencia en el rescate de la comunidad y de las tradiciones nativas, la protección del medio ambiente, fomentar una economía local y solidaria, crear una cultura de paz, rescatar la biodiversidad local, reeducar en los hábitos de consumo. Todo ello constituye el gran referente del tianguis ecológico y toma vida en cada uno de los participantes de manera diversa.

Como se puede observar, estos elementos identifican y potenciar la significatividad de las prácticas de los tianguis ecológicos en diálogo con los marcos pedagógicos de la educación ambiental. Por lo que desentrañarlos educativamente resulta en un enriquecimiento tanto para estas prácticas como para la educación ambiental, especialmente Latinoamericana, pues supone la resignificación de un espacio de origen prehispánico, de gran relevancia para la sociedad y sus ecosistemas.

Metodología del estudio

Para develar el carácter educativo de las prácticas de los mercados ecológicos o ecotianguis. Se diseñó una metodología cualitativa que descansa en el “Estudio de Caso”. Asimismo, se siguió el método etnográfico y autoetnográfico, analizando el modo de vida del grupo de individuos mencionados anteriormente, para la construcción de significados.

El caso seleccionado se considera exitoso, toda vez que se ha mantenido activo (a la fecha) por más de 20 años en Guadalajara. Se denomina “Ecotianguis”, el cual es parte del Círculo de Producción y Consumo Responsable y es promovido por el Colectivo Ecologista Jalisco. Asimismo, se seleccionaron cinco participantes “clave”, quienes son identificados bajo los siguientes roles: Productores locales (de productos orgánicos o de origen natural), Su particularidad consiste en que las frutas, verduras, hortalizas, jabones, miel, etc. se produzcan bajo condiciones en donde se eviten el uso de agroquímicos y sustancias artificiales, con prácticas de producción y cultivo sustentables y materia prima de origen natural. Cada uno de ellos aportó una historia (de vida) y respuestas a una entrevista semiestructurada, con los cuales dieron cuenta de la significación, las prácticas, la particularidad y lo aprendido y gozado en el Ecotianguis.

Metodológicamente se prepararon las preguntas creando una lista de tópicos referidos a las preguntas de investigación a explorar. Se organizaron en agrupaciones lógicas o tópicas. Se generaron tipos de preguntas que incluyeron: experiencia y conducta, opiniones y valores, sentimientos, conocimientos, sensoriales, contexto y demográficas. La investigación además se enriqueció con registros y notas de campo.

Resultados preliminares

A continuación, se presenta una matriz de incidencia de los resultados arrojados en las entrevistas, con base en las categorías de análisis ya expuestas.

Actor social/ categoría de análisis	Comunicación como práctica social	Ciudadanía Ambiental	Pedagogía ambiental	Expresiones textuales significativas
<p>Productor local y artesanal de jabones ecológicos. Empresa familiar, en la cual se encuentran involucrados todos los familiares directos, cada uno en diversas actividades, como en la producción, distribución, educación, trato con las personas, etc.</p>	<p>La generación de talleres en donde se promueve la educación ambiental de los asistentes al Ecotianguis y en las escuelas a nivel primaria y secundaria, a profesores, padres de familia y estudiantes. Generación de videos colectivos, comunicación visual impresa en la Ecotienda y en el Ecotianguis. Participación en el programa de radio del Círculo, en donde se invita a la reflexión de nuestros hábitos de consumo. Recorrido explicativo en la fábrica de jabones.</p>	<p>Promoción de actividades que eduquen en la toma de conciencia de las problemáticas ecológicas actuales, en especial la contaminación del agua. Promoción de cambio de hábitos en el uso del agua y el evitar el uso de productos químicos al usarla.</p>	<p>Promoción de visitas a la fábrica de jabones, mostrando todos los procesos de obtención de la materia prima y su transformación en la fábrica, beneficios ecológicos, económicos y sociales al realizar un cambio de hábito de consumo. Promover la lectura de las etiquetas de los productos y el significado de los ingredientes, para la toma de decisiones informadas.</p>	<p>“Ahí pues les dábamos a conocer cómo se estaba dañando el medio ambiente con productos que ellos utilizaban y les comentábamos pues que había una gran desinformación en la gente para leer las etiquetas de los productos que ellos estaban utilizando. Entonces les decíamos que esto que estábamos haciendo era una labor de educación para la gente, para cambiarles sus hábitos de consumo y a la vez lo que hacíamos era presentarles alternativas para que cambiaran sus hábitos de consumo.” “Lo que queremos es que la gente sepa leer las etiquetas, esté consciente de lo que esté consumiendo y al saber leer las etiquetas, ya tome la determinación o la decisión de si lo usa o no lo usa, o si lo consume o no lo consume.”</p>
<p>Creadora del Ecotianguis. Pedagoga y educadora ambiental. Colaboradora en el Colectivo Ecologista Jalisco y co-creadora del Círculo de Producción y Consumo Responsable.</p>	<p>Creación de videos informativos. Creación de un programa de radio con invitados que tratan diversos temas que informan y promueven el cuidado al medio ambiente, que promueven la participación ciudadana y un cambio de hábitos de consumo. Creación de un boletín informativo, financiado por una fundación extranjera.</p>	<p>Promoción de actividades en el Ecotianguis que informen a los asistentes acerca de alternativas de consumo que mejorarán su calidad de vida y protegerán al medio ambiente. Educar a través de talleres y pláticas en el Ecotianguis, en escuelas y universidades, acerca de temas que inspiren a los asistentes a involucrarse en iniciativas personales y colectivas para mejorar su calidad de vida, el medio ambiente y sus comunidades. Tomar decisiones informadas.</p>	<p>Realización de talleres, pláticas, conferencias en el Ecotianguis y en espacios externos como escuelas, universidades, ferias, expos, eventos públicos y privados para ofrecer sesiones informativas, talleres, concursos de arte, etc. que vincularan a los participantes con su realidad medio ambiental, incidir en la toma de conciencia y en la acción participativa.</p>	<p>“Nosotros además diseñamos no solamente estrategias, desde las estrategias, los objetivos, los materiales, las dinámicas, las evaluaciones. Mucho tiempo estuvimos generando un boletín que se llamaba “Boletín Círculo”, no sé si lo llegaste a ver. Esos boletines nos los financió una fundación finlandesa.”</p>

Conclusiones Preliminares

Donde se presenten los hallazgos del estudio en relación con las preguntas y objetivos del mismo. También se deberá incluir una reflexión sobre la relevancia científica y social del conocimiento generado.

La importancia de la presente investigación radica en la identificación de los procesos educativo-pedagógicos encontrados en el Círculo de Producción y Consumo Responsable, (El Ecotianguis), los cuales inspiran el generar y compartir conocimiento, cambio de hábitos y la generación de una ciudadanía ambiental.

Se establece un diálogo enriquecedor entre prácticas sociales y teoría ambiental, especialmente de la pedagogía ambiental que ayuda a reconocer puntos para potenciar el alcance educativo de una práctica y la delimitación de retos que impone ésta a la reflexión pedagógica.

La aportación del presente proyecto a la sociedad consiste en considerar a los tianguis ecológicos como espacios que promueven la educación ambiental, de interacción entre quienes tienen el conocimiento de producción de alimentos siguiendo prácticas éticas y sustentables desde el campo y lo comparten con quienes viven en la ciudad, replicando prácticas éticas y mejorando la relación del ser humano con la naturaleza. Dichos resultados contribuirán a inspirar a aquellos tianguis ecológicos a replicar las buenas prácticas y a evitar o mejorar aquellas que no se encuentran alineadas con los valores fundamentales de la sustentabilidad.

Referencias

- Askunze, Carlos. (2007). Economía Solidaria. Publicado en: G. CELORIO y A. LÓPEZ DE MUNIAIN (Coords.): Diccionario de Educación para el desarrollo. Ed. Hegoa, Bilbao. Pp. 107-113. https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/ecosol_dic_ed.pdf
- Castro, G. (2004). José Martí: para una cultura latinoamericana de la naturaleza. Polis, Revista Latinoamericana. <https://journals.openedition.org/polis/6362>
- Chacón, A. (1989). La (in)comunicación como práctica social. Letras 20-21. Pp 37-43. Brasil. En Dialnet-LaIncomunicacionComoPracticaSocial-5476028%20(2).pdf
- García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización, Editorial Grijalbo, México.
- Gaudiano, E. (2003). Educación para la ciudadanía ambiental. Interciencia, Vol. 28, N° 010 Doi: ISSN 0378-1844
- Gómez Giraldo, J.; López Jiménez, D.; Velásquez Ossa, C. (2006). La naturaleza de la comunicación: un aporte a su discusión conceptual. Palabra Clave, vol. 9, núm. 1, junio, 2006, p. 0. Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64990107.pdf>
- González, E. (2003) Educación para la ciudadanía ambiental. SciELO. INCI v. 28 n. 10 Caracas. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442003001000011
- Gudynas, E. (2009). Ciudadanía ambiental y meta-ciudadanía ecológicas: revisión y alternativas en América Latina. Desarrollo y Medio Ambiente, N° 19. Editora UFP

- Gutiérrez, D. (s.f.) Ciudadanía ambiental. Proyecto: Diccionario del pensamiento alternativo II. Centro de educación, ciencia y sociedad. Pensamiento latinoamericano y alternativo. <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=381>
- Muñoz, Z. (2018). La ciudadanía ambiental... Una apuesta de construcción colectiva. Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales U.D.C.A., Facultad de Ciencias de la Educación, Programa de Maestría en Educación Ambiental, Bogotá. D.C
- Plan de educación y cultura ambiental del estado de Jalisco (2018). SEMADET. https://semadet.jalisco.gob.mx/sites/semadet.jalisco.gob.mx/files/plan_de_educacion_y_cultura_ambiental.pdf
- Reyes, J; Castro, E. y Padilla, R (2017). “Pedagogía ambiental, de la necesidad consensuada al acomodo de cimientos”. En Travesías y dilemas de la Pedagogía Ambiental. Universidad de Guadalajara.
- Rodríguez, M. (2016), Tipos de investigación cualitativa, Slideshare, consultado en <https://www.slideshare.net/martintesis/tipos-de-investigacion-cualitativa.pptx>
- Roldán, H., Gracia, M., Santana, M. y Horbath, J. (2016). Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. Polis, Revista Latinoamericana, No. 43. <https://journals.openedition.org/polis/11768>
- SEMARNAT (2006). Estrategia de educación ambiental para la sustentabilidad en México.
- (2019) La importancia de la educación ambiental. Agencia de protección ambiental de Estados Unidos- EPA en español. <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>