

Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida

19/05/2022

Autoría

- Red2Red
- María Coto, Natalia Olmos y María Luis Velasco

Edición, coordinación y revisión

Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

Fecha de edición

19/05/2022

Agradecimientos

Anabel Suso y Clara Guilló

Entrevistas: Ricardo García (Universidad de Coruña); Joaquim Sempere (Universidad de Barcelona); María García (IHOBE); Ernest García (UNED); Eva Torremocha y Pilar Martínez (Fundación Daniel y Nina Carasso); Belén García de la Torriente (Ecologistas en Acción); José Antonio Corraliza (Universidad Autónoma de Madrid); Pau Solanilla (Sostenibles.org).

Grupo de trabajo: José Luís Fernández-Checa Roy (Agencia EFE SAU, S.M.E.); Teresa Antolín (CENEAM); Samuel Jesús Juárez Casado (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación); José Bellver y Ana Acero Ocerín (Ministerio de Consumo); Rosa Sofía Xucla Lerma (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico); Belén Ramos, Eztizen Gregorio, Susana Fernández (OCU EDICIONES SA); Juan Carlos Atienza (SEO/BirdLife).

INDICE de CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	PROPUESTAS DE INCIDENCIA DE CARÁCTER GENERAL.....	4
2.1.	<i>Conocimiento científico para la toma de decisiones.....</i>	14
2.2.	<i>Los nudges o “pequeño empujón”: nuevas herramientas que propone la ciencia del comportamiento:</i>	16
2.3.	<i>Cambios en los modelos de consumo y producción</i>	22
2.4.	<i>Participación social y comunitaria y promoción de las iniciativas locales.....</i>	31
2.5.	<i>Gestión, disponibilidad y uso del tiempo en los estilos de vida.....</i>	36
2.6.	<i>El impulso de cambios sistémicos: la necesidad de una reflexión profunda sobre el modelo actual de consumo y producción.....</i>	41
2.7.	<i>Cambio de narrativas: articular un reto colectivo de transición socio- ecológica.....</i>	51
3.	PROPUESTAS DE INCIDENCIA SECTORIALES	62
3.1.	<i>Propuestas de incidencia: sistema alimentario.....</i>	62
3.2.	<i>Propuestas de incidencia: ámbito de Salud.....</i>	80
3.3.	<i>Propuestas de incidencia: ámbito de textil y moda.....</i>	86
3.4.	<i>Propuestas de incidencia: ámbito de Turismo.....</i>	92
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
	<i>Generales.....</i>	98
	<i>Referencias por sectores</i>	104
	Sistemas Alimentarios.....	104
	Sector de Salud	106
	Sector textil y moda	107
	Sector Turismo	108
	ANEXO 1. INFORMACIÓN DETALLADA SISTEMAS ALIMENTARIOS.....	111
	ANEXO 2. ANÁLISIS DE FACTORES.....	119

1. INTRODUCCIÓN

Este documento presenta el resultado final del proyecto “Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto: Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza” (expediente FB 17/2021) que el equipo de **Red2Red** está desarrollando para la Fundación Biodiversidad (FB).

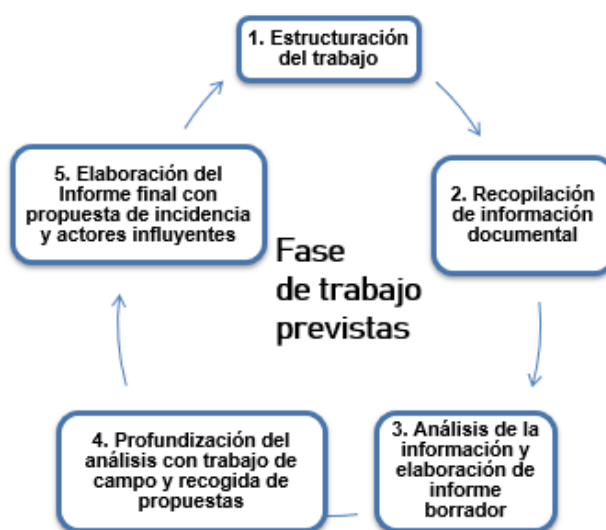
El objetivo final del trabajo ha sido realizar un análisis social y psicosocial para identificar los factores influyentes en los cambios de estilo de vida, comportamientos pro-ambientales y en los patrones de consumo para generar mayor vínculo y conexión entre las personas y la naturaleza y generar hábitos sanos y saludables

Tras haber llevado a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica y haber procesado y sistematizado diversa información sobre los factores influyentes en los cambios de estilos de vida (documento entregado en diciembre de 2021, que se presenta como Anexo 3), se profundiza dicho análisis a través del desarrollo de diversas entrevistas a personas expertas.

Con la información adicional recogida, y a partir de las principales ideas ya recopiladas en el anterior informe se definen diversas propuestas de incidencia en la sociedad para el cambio en los estilos de vida.

En concreto, las entrevistas mantenidas por el equipo de Red2Red se han dirigido a las siguientes personas:

- Ricardo García, catedrático de Psicología Social de la Universidad de Coruña (UDC) y Coordinador del Proyecto Europeo GLAMURS (Estilos de Vida Verdes, Modelos Alternativos y Escalamiento de la Sostenibilidad Regional).
- Joaquim Sempere, filósofo y sociólogo, catedrático emérito de la Universidad de Barcelona.
- María García, directora de Estrategia e Innovación IHOB, sociedad pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco.
- Ernest García, catedrático de sociología ambiental de la UNED.
- Eva Torremocha y Pilar Martínez, especialistas en Alimentación Sostenible en la Fundación Daniel y Nina Carasso.
- Belén García de la Torriente, responsable del área de Turismo y Urbanismo de Ecologistas en Acción.
- José Antonio Corraliza, catedrático de Psicología Social y Metodología de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Pau Solanilla, experto en reputación e identidad administrativa cofundador de Sostenibles.org.



Tras el trabajo de análisis, las propuestas quedan divididas en propuestas de carácter general, y relacionadas de forma particular con los cuatro sectores objeto de estudio: sistemas alimentarios, moda y textil, salud y turismo. En concreto, las propuestas de carácter general se agrupan en los siguientes grandes bloques:

- ▶ Conocimiento científico para la toma de decisiones.
- ▶ Los nudges o “pequeño empujón”: nuevas herramientas que propone la ciencia del comportamiento.
- ▶ Cambios en los modelos de consumo y producción.
- ▶ Participación social y comunitaria y promoción de las iniciativas locales.
- ▶ Gestión, disponibilidad y uso del tiempo en los estilos de vida.
- ▶ El impulso de cambios sistémicos: la necesidad de una reflexión profunda sobre el modelo actual de consumo y producción .
- ▶ Cambio de narrativas: articular un reto colectivo de transición socio- ecológica.

En todos los casos, y tras exponer las reflexiones que derivan de los documentos analizados y de la visión de las personas expertas entrevistadas, se formulan algunas propuestas concretas para la acción. Estas quedan generalmente englobadas en la siguiente tipología:

- Acciones vinculadas a la generación de conocimiento, investigación.
- Acciones de formación e información (elaboración de guías, recopilación de buenas prácticas...etc.)
- Acciones de sensibilización y comunicación.
- Interrelación entre agentes y gobernanza.
- Impulso de planes, programas o experiencias piloto.

Como elemento final del trabajo de campo impulsado se celebra un grupo de trabajo. En este se presentan los resultados intermedios del trabajo y se valoran y comentan las propuestas formuladas. Los participantes en este grupo de trabajo, convocado por la Fundación Biodiversidad, en paralelo a la reunión de socios del proyecto LIFE presentado (Sustainable LIFEStyles) son:

- Víctor Gutiérrez López, Reyes del Río Cordovés, Amaya Sánchez Sánchez, Elena Yuste Herrera (Fundación Biodiversidad)
- José Luís Fernández-Checa Roy (Agencia EFE SAU, S.M.E.)
- Teresa Antolín (CENEAM)
- Samuel Jesús Juárez Casado (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación);
- José Bellver y Ana Acero Ocerín (Ministerio de Consumo)
- Rosa Sofia Xucla Lerma (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico)
- Belén Ramos, Ertizen Gregorio, Susana Fernández (OCU EDICIONES SA);
- Juan Carlos Atienza (SEO/BirdLife).

Fruto de este grupo de trabajo se incorporan algunas precisiones y nuevas valoraciones en el estudio impulsado, así como, nuevas referencias y documentos de interés.

2. PROPUESTAS DE INCIDENCIA DE CARÁCTER GENERAL

En primer lugar, es importante destacar que el presente documento nace de los análisis previos presentados en el informe Análisis de Factores en el que se identificaba y explicaba la compleja combinación de factores sociodemográficos, psicológicos, sociales y contextuales que están en el origen de cambios en los Estilos de Vida y en concreto de la posible transición hacia Estilos de Vida Sostenibles.

Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"	
ENTREGABLE 2	
Análisis de factores	
RED2RED	
Diciembre 2021	
INDICE	
1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. PRESUPUESTOS CONCEPTUALES DE PARTIDA.....	3
2.1. El análisis social y psicosocial.....	3
2.2. ¿Qué entendemos por estilos de vida?.....	4
2.3. Recuperar la naturaleza.....	6
2.4. Hacia estilos de vida sostenibles.....	8
3. ¿QUÉ TIPO DE FACTORES INFLUYEN EN EL CAMBIO DE NUESTROS ESTILOS DE VIDA?.....	10
4. LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS.....	16
5. FACTORES PSICOLÓGICOS/PSICOSOCIALES.....	30
6. FACTORES SOCIOCULTURALES.....	34
7. FACTORES CONTEXTUALES.....	43
8. ANÁLISIS POR SECTORES.....	52
8.1. Sistema alimentario.....	52
8.2. Ámbito de la Salud.....	67
8.3. Ámbito del Trabajo.....	79
8.4. Ámbito del Turismo.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
Diferencias por sectores.....	127

A lo largo del texto, recuperamos algunas ideas ya incluidas en el informe de Análisis de Factores, asimismo, comenzamos destacando, a modo introductorio algunas cuestiones:

Definición de Estilos de Vida Sostenibles

Los Estilos de Vida Sostenibles, siguiendo la definición de la UNEP (2011)¹, son formas de vida caracterizadas por elecciones y acciones individuales que minimizan el uso de recursos naturales, emisiones, desechos, contaminación; posibles gracias a (o si se cuenta con) un sistema de servicios, infraestructuras y productos eficientes, en un marco de desarrollo socioeconómico equitativo, con progreso para todos y todas, conservando los sistemas de sustento de la vida de la tierra.

Una definición de estilos de vida sostenibles debe abordar el papel del consumo material e inmaterial, así como, el contexto más amplio en el que se desarrollan los estilos de vida, reconocer las aspiraciones de felicidad de las personas, reconocer los límites ecológicos y materiales para satisfacer las demandas, y la interdependencia entre las personas en un espacio de consumo compartido.

Un "estilo de vida sostenible" es por tanto un conjunto de hábitos y pautas de comportamiento arraigados en una sociedad y facilitados por las instituciones, normas e infraestructuras que enmarcan la elección con el fin de minimizar el uso de recursos

¹ VISIONS FOR CHANGE, Recommendations for Effective Policies on Sustainable Lifestyles (2011)

https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8025/-Visions%20for%20Change%20-%20Recommendations%20for%20Effective%20Policies%20on%20Sustainable%20Lifestyles_%20Country%20Papers%2020-20111043.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

naturales y la generación de residuos, apoyando al mismo tiempo la equidad y la prosperidad para todos.

La creación de estilos de vida sostenibles requiere (UNEP, 2016)²:

- Un cambio en las normas sociales y en el diseño de los sistemas que apoyan los estilos de vida.
- Significa repensar nuestras formas de vida, incluida la forma en que compramos y organizamos nuestra vida cotidiana.
- También hay implicaciones en la forma en que socializamos, intercambiamos, compartimos, educamos y desarrollamos nuestras identidades. Como ciudadanos, en casa y en el trabajo, las decisiones que tomamos sobre la alimentación, la vivienda, la movilidad, los bienes de consumo (incluyendo la ropa y los electrodomésticos, etc.), el ocio (incluyendo los productos y servicios turísticos), la comunicación y la interacción contribuyen a construir estilos de vida sostenibles.
- A nivel macro, se trata de transformar las sociedades para que satisfagan mejor las necesidades de las personas en equilibrio con el entorno natural.

La publicación “A framework for shaping sustainable lifestyles” UNEP 2016, destaca algunas ideas clave relacionadas con la definición de los Estilos de Vida Sostenibles:

1. No existe un estilo de vida sostenible universal. Lo que es sostenible en una localidad puede no serlo en otra.
2. Los estilos de vida se dan en el marco de las normas sociales y el entorno físico; determinados factores se pueden abordar a nivel individual y otros están fuera del control individual.
3. Los estilos de vida no son estáticos. Cambian con el dinamismo de la sociedad, y también a medida que evoluciona la situación personal, conocimientos, tecnología, normas.
4. Las necesidades y los deseos están influidos por el tiempo y la sociedad.
5. Más allá de permitir las necesidades básicas para funcionar con dignidad en una sociedad, el aumento de los ingresos no se traduce directamente en felicidad.
6. Hay que esforzarse por abordar la desigualdad, los extremos de pobreza y riqueza en la sociedad, para garantizar estilos de vida sostenibles.
7. Los impactos ambientales de los estilos de vida no son intencionados, sino más bien una consecuencia de que las personas aspiran a satisfacer necesidades y deseos.
8. La mayoría de los impactos ambientales de los estilos de vida pueden abordarse centrándose en los siguientes ámbitos de consumo final: alimentación, movilidad, vivienda, bienes de consumo y ocio.

² A framework for shaping sustainable lifestyles. UNEP, 2016. Disponible en: [a_framework_for_shaping_sustainable_lifestyles_determinants_and_strategies_0.pdf \(oneplanetnetwork.org\)](https://oneplanetnetwork.org/a-framework-for-shaping-sustainable-lifestyles-determinants-and-strategies_0.pdf)

9. El conocimiento o la concienciación sobre el consumo sostenible y estilos de vida sostenibles no suele conducir a acciones previstas. Esta brecha entre el conocimiento y la acción o entre la intención y el comportamiento sugiere que la concienciación se subordina fácilmente a la falta de acceso o al bloqueo de las opciones disponibles.
10. Los enfoques descendentes para cambiar los estilos de vida sólo tendrán éxito con la participación de la sociedad civil.

A la hora de articular propuestas de incidencia es necesario entender los distintos factores sociodemográficos, psicológicos, sociales y contextuales que determinan los cambios en estilos de vida.



La siguiente tabla presenta de forma resumida algunas de las clasificaciones y tipologías que se han utilizado en el marco de este estudio.

Fuentes	Factores		
	<i>Ming de Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior</i>		
Kollmuss y Agyeman (2002)	Demográficos: - Género - Educación	Externos: - Institucionales - Económicos - Socioculturales	Internos: - Motivación - Conocimiento medio ambiental - Valores - Actitudes - Concienciación - Emoción - Otros
Gifford y Nilsson (2014)	Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behavior: A review Enlace . Distinguen 18 tipos de factores:		
	Factores personales: - Experiencia infantil - Conocimiento y educación - Personalidad y autoconstrucción - Sentido de control - Valores - Visiones políticas y del mundo, - Metas - Responsabilidad sentida - Sesgos cognitivos - Apego al lugar - Edad - Género - Actividades elegidas	Factores sociales: - Religión - Diferencias urbano-rurales - Normas, clase social - Proximidad a sitios ambientales problemáticos - Variaciones culturales y étnicas	También observan que el comportamiento proambiental a menudo se lleva a cabo sin ninguna de las influencias anteriores, sino porque las personas tienen objetivos no ambientales como ahorrar dinero o mejorar su salud.
Blackenberg y Alhusen (2019)	On the Determinants of Pro-Environmental Behavior: A Literature Review and Guide for the Empirical Economist		
	1) Sociodemográficos (capacidades personales) 2) Factores actitudinales (psicológicos)		

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

Fuentes	Factores		
	3) Hábitos 4) Factores contextuales (individuales, sociales e institucionales)		
Gómez Benito et al. (1999; en Báez Gómez, 2016)	Dimensionalidad de la conciencia ambiental: - Sensibilidad ambiental - Dimensión cognitiva (conocimiento) - Dimensión conativa (disposición a aceptar prohibiciones, limitaciones)		
White, Habib y Hardsity (2019)	SHIFT Framework - La influencia social (en términos de normas sociales, preferencias, identidad) - El individuo mismo (coherencia interna, percepción sobre sí mismos) - Los sentimientos y las percepciones (emociones negativas y positivas) - La información y el conocimiento (en términos de información sobre productos, marketing) - Y tangibilidad (el anclaje en realidad de las acciones a desarrollar)		
Michie, Atkins y West (2014)	Rueda de estrategias para cambios de comportamiento: capacidad, oportunidad y motivación Marcos de Dominios Teóricos (TDF): - Conocimiento - Habilidades - Rol e identidad social/profesional - Creencias sobre las capacidades, - Optimismo - Creencias sobre las consecuencias - Refuerzo - Intenciones - Objetivos - Memoria, atención y procesos de decisión - Contexto y recursos ambientales - Influencias sociales - Emociones - Regulación del comportamiento	Funciones de intervención: - Restricciones - Educación - Persuasión - Incentivos - Coerción - Formación - Reestructuración ambiental - Modelización - Habilitación	Categorías de políticas - Marketing y comunicación social y ambiental - Guías, - Legislación - Reglamentos - Medidas físicas - Provisión de servicios
Common Cause (2013)	- Valores intrínsecos: autodirección, altruismo y universalismo - Valores extrínsecos: poder, aspiraciones hedonistas, logros		
UNEP (2016)	- Motivación - Factores impulsores: valores, las capacidades, conciencia, conocimiento, poder adquisitivo y el precio de mercado, la tecnología, las normas sociales, los medios de comunicación y las políticas y marcos institucionales - Determinantes (actitudes- infraestructura- impulsores/ acceso)		

Estrategias bottom-up y top-down para el cambio en los EVS (UNEP, 2016)³

Reconociendo que los estilos de vida, si bien están relacionados en primera instancia con las decisiones individuales, necesitan enmarcarse en un sistema de agentes que incluyan gobiernos, empresas e instituciones, UNEP propone dos aproximaciones para diseñar políticas y líneas de acción orientadas a fomentar estilos de vida sostenibles: bottom-up (REDuse) y top-down (AFI):

1. **Refuse, Effuse and Diffuse (REDuse)**, que podríamos traducir como Rechazo, Uso y Difusión, es un enfoque ascendente o bottom-up, basado en programas y acciones

³ A framework for shaping sustainable lifestyles. UNEP, 2016. Disponible en: [a_framework_for_shaping_sustainable_lifestyles_determinants_and_strategies_0.pdf](https://oneplanetnetwork.org/a-framework-for-shaping-sustainable-lifestyles-determinants-and-strategies_0.pdf) (oneplanetnetwork.org).

que empoderan a las personas y los hogares en su vida diaria (e indirectamente a las comunidades), permitiéndoles comprender, crear y/o elegir opciones de vida más sostenibles.

- **Refuse:** un primer componente que implica enfocarse en cambios de comportamientos que perpetúan los impactos negativos al medio ambiente (reducir desperdicio de alimentos, reducir la compra de productos sobre envasados).
- **Effuse:** fomentar comportamientos con impactos mínimos y/o positivos (usar bicicleta en vez de coche, compostaje de desechos orgánicos)

Mientras Refuse desalienta acciones dañinas, Effuse busca promover aspectos positivos del comportamiento.

- **Diffuse:** Más allá de las personas, busca efectos multiplicadores por medio de la participación de comunidades en comportamientos sostenibles compartidos (consumo colaborativo, huerto comunitario, car sharing).

Este marco se puede utilizar para desarrollar acciones complementarias en diferentes áreas y niveles, por ejemplo, el siguiente cuadro muestra una hoja de trabajo para abordar acciones de sostenibilidad por parte de individuos, hogares y comunidades:

	Refuse	Effuse	Diffuse
Ejemplos generales	Boicotear Evitar	Eco innovación, DIY, reutilizar, conservar	Compartir, colaborar, aproximar (local), eco innovar
Alimentación	Desperdicio de alimentos, disminuir consumo de carnes y/o seleccionar el origen, atender las fechas de caducidad de alimentos que podrían ser igualmente consumibles	Elegir alimentos locales, frescos, orgánicos y de temporada, comida fuera de temporada o exótica.	Comedores escolares con comidas saludables y equilibradas, con bajo impacto. Participación en agricultura local, apoyar e invertir en cooperativas de alimentos
Movilidad	Uso privado de coches, coches utilizados solo por una persona	Transporte público como parte del camino al trabajo, caminar, uso de bicicletas para trayectos cortos	Esquema de uso compartido de automóviles o un club de coches, promover teleconferencias de trabajo en vez de traslados a reuniones.
Hogar	Casas grandes con baja ocupación, promociones o descuentos a productos innecesarios, múltiples aparatos electrónicos	Aislamiento en el hogar, comportamientos eficientes de consumo de agua y energía, optar por energías renovables, construir "passive houses"	Iniciar o unirse a red local de herramientas de escaso uso
Consumo	Productos de solo un uso como bolsas plásticas, vasos plásticos, productos de limpieza de un uso	Reparar, reciclar	Donar ítems útiles pero viejos como ropa, electrónica, muebles. Alquilar objetos de bajo uso en vez de comprarlos
Ocio y turismo	Turismo en espacios con biodiversidad sensible	Elegir actividades de ocio de bajo impacto, como jardinería, visita a parques, museos locales y teatros, andar en bicicleta, voluntariado, reuniones familiares, picnics	Participar o iniciar un proyecto de asignación comunitaria

Este marco es esencial para desarrollar acciones a nivel individual, familiar y comunitario, y es bueno para las compañías de comunicación, pero requiere el AFI:

2. Attitude-Facilitator-Infrastructure (AFI): el marco Actitudes-Facilitadores-Infraestructura ofrece un enfoque de orientación política descendente para crear un entorno propicio en el que puedan prosperar estilos de vida sostenibles. Permite establecer condiciones propicias para que los estilos de vida sostenibles sean desarrollados.

Se enfoca en cambiar el contexto que da forma a los estilos de vida, abordando los macrofactores más allá del control individual. Basándose en Akenji (2014), se dirige a gobiernos y administraciones públicas, para ayudar en el diseño de políticas, programas y líneas de acción que busquen promover los estilos de vida sostenibles.

- **Attitudes:** la actitud “correcta” refiere a un marco de valores positivos que conducen a las personas a tener una predisposición a actuar sosteniblemente. Las actitudes son individuales, pero también de las empresas, legisladores, agricultores, líderes comunitarios, docentes, etc. Están moldeadas por el conocimiento y la orientación de valor, esto quiere decir que todos los stakeholders deben ser inculcados con actitudes que demuestren una comprensión integral de la agenda de sostenibilidad y la necesidad del cambio. Los gobiernos pueden establecer condiciones para promover los estilos de vida, las empresas deben comprender y comunicar las necesidades que sus productos satisfacen y cuál es su impacto, las comunidades necesitan entender qué normas sociales promueven y cómo influyen en las decisiones de estilos de vida, las personas y hogares deben comprender los impactos de sus elecciones, sus alternativas disponibles, etc.
- **Facilitators:** los facilitadores son los que crean o dan acceso a un entorno propicio para los estilos de vida sostenibles. Son, por tanto, mecanismos como regulaciones, plataformas legales, procesos administrativos, facilidades de mercado, arreglos institucionales, que brindan incentivos o restricciones.

Un ejemplo son las instituciones como la religión, asociaciones o centros educativos, que guardan la cultura y validan y dan forma al pensamiento... es necesario que adopten principios y prácticas favorables a la sostenibilidad, fomentando los EVS. Un facilitador importante es el precio, puesto que las opciones sostenibles asequibles son más atractivas. También lo puede ser la información al consumidor en el etiquetado de productos. Las leyes y políticas gubernamentales son de los facilitadores más importantes, por medio de subsidios, impuestos, etc.

- **Infrastructure:** incluye productos y servicios que se consumen, el entorno social, y la infraestructura física que fomentan comportamientos sostenibles. Aunque todas las personas quisieran adoptar EVS, no se lograría si no se cuenta con productos sostenibles seguros, de calidad similar, saludables, accesibles y de precio razonable.

El diseño de infraestructura para las áreas de sistema alimentario, vivienda, movilidad y ocio, es fundamental para la sostenibilidad. Un ejemplo son las leyes de zonificación que promueven el desarrollo de áreas residenciales alejadas de lugares de trabajo y áreas de servicios, lo que fomentan viajes frecuentes poco sostenibles.

Las empresas y los inversores son clave para garantizar una infraestructura que promueva los EVS, así como los estándares de sostenibilidad impulsados por los gobiernos, y la creación de colaboraciones público-privadas.

El siguiente cuadro ejemplifica la planificación AFI:

Objetivo de la política	Facilitador	Infraestructure
Reducir la desigualdad social (extrema pobreza y extrema riqueza)	Política progresiva de impuestos (impuesto a la propiedad, a ciertos ingresos y al consumo de lujo) Facturación progresiva de servicios públicos como agua y energía, para reducir el consumo excesivo	Servicios públicos de salud, educación, etc., garantizando el acceso a servicios públicos de calidad para personas más vulnerables Espacios públicos y verdes, y de recreación
Incrementar el acceso a infraestructura sostenible	Que las opciones sustentables cuenten con precios competitivos Desarrollar estándares de construcción y remodelación eficientes Tarifas de peaje y congestión	Priorizar sistemas de trenes y de tránsito masivo en lugar de la infraestructura de transporte privado Leyes de zonificación y planificación urbana para permitir una mejor coordinación de servicios e infraestructura residencial, de movilidad, de ocio y de trabajo. Proveer espacios para la agricultura comunitaria y peri-urbana.
Construir comunidades locales sostenibles	Crear bancos y cajeros locales	Crear mercados de granjas locales Proveer centros funcionales y de servicios compartidos (como lavanderías) Crear "equipment libraries", como herramientas de jardín compartidas, kits de reparación y DIY
Reducir el materialismo	Fomentar el comercio de trueque Editar las opciones de consumo: establecer estándares mínimos de sostenibilidad para los productos Revisar las tarjetas de crédito y los esquemas abusivos de préstamos de consumo Mayores garantías a los productos, y garantías de reparabilidad Mecanismos de retroalimentación como medidores inteligentes	Centros de reparación de productos usados Centros de formación para habilidades para la vida (costura, jardinería, reparaciones, etc.)

La necesidad de segmentación socio-ecológica para abordar los Estilos de Vida

Un paso crucial para apoyar estilos de vida sostenibles requiere comprender los patrones de los diferentes tipos de estilos de vida, lo que se conoce como segmentación de estilos de vida.

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

Cada segmento de estilo de vida tiene y manifiesta distintos valores, preferencias y prácticas distintas en áreas como la moda, el uso del lenguaje y las actividades de ocio. Los enfoques anteriores de la segmentación de estilos de vida se han centrado en la riqueza, los ingresos y la profesión para establecer diferentes clases sociales.

Sin embargo, nuestra sociedad en constante cambio y los recientes retos medioambientales (por ejemplo, el cambio climático), ponen de manifiesto que los enfoques clásicos no son suficientes para abordar los estilos de vida sostenibles. Es necesario que los países, regiones y ciudades realicen una **segmentación socio-ecológica** para diseñar intervenciones específicas, soluciones y respuestas más apropiadas (UNEP, 2016).

Para poder actuar, promoviendo cambios en los Estilos de vida es importante identificar la posición que la naturaleza y otros términos somáticamente relacionados ocupan en el sistema de valores y creaciones que da sustento a los estilos de vida hoy dominantes. Solo a partir de esta primera identificación se podrá elaborar posteriormente un plan de actuación que reorganice coherentemente tales valores y creencias con el objetivo de construir nuevos “estilos de vida” sostenibles.

Son múltiples las diferencias de actitud frente al cuidado del medio ambiente y los estilos de vida en función de características específicas de los grupos de poblaciones. La **edad**, por ejemplo, puede ser determinante, en tanto las personas más jóvenes podrían tener mayores comportamientos proambientales debido a su orientación al futuro, mientras que las más mayores podrían tener dichos hábitos motivadas por aspectos como la presión social, las normas sociales, la valoración de la naturaleza, entre otros.

El **nivel educativo**, y el **conocimiento e información** que se maneje sobre el medio ambiente y el cambio climático, diferencian la actitud y estilo de vida, así como el nivel de **ingresos** determina la capacidad y el tipo de consumo. Las **mujeres**, por su parte, pueden tener comportamientos y estilos de vida diferenciados, y la evidencia muestra cómo cuentan con mayores comportamientos y hábitos proambientales que los hombres, especialmente en grupos de edad más avanzados.

Dichas diferencias permiten entrever que las estrategias para abordar transformaciones en los estilos de la vida de la población deben tener en cuenta los matices de comportamientos y hábitos a los que responden los distintos grupos poblacionales.

José Antonio Corraliza, catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y experto en psicología ambiental, en la entrevista realizada por Red2Red, explica que antes de definir recomendaciones generales a toda la población, es necesario realizar estudios e investigaciones acerca del esquema de valores de la población, buscando cuáles son los valores del pensamiento y comportamiento ecológico en relación a actuaciones de interés, e indagando en situaciones concretas y qué valores las producen. Esto permitiría evitar efectos contraproducentes a la hora de incentivar el cambio de estilos de vida en la población.

Un ejemplo es el estudio de Corraliza y Martín (2000)⁴ sobre los **estilos de vida, las actitudes y los comportamientos ambientales**, que estudia la correlación entre las actitudes y las conductas ambientales, entendiendo el estilo de vida como un resultado de la **organización estructurada del esquema de valores**, que orientan la comprensión del mundo y sus prácticas.

Las conclusiones de la investigación sugieren que el tipo de estilo de vida característico de un grupo debe tenerse en cuenta para generar transformaciones de los patrones de conducta ecológica de dicho grupo, y para entender el tipo de estilo de vida, es necesario ahondar en la estructura del esquema de valores que la sustenta.

Propuestas específicas a jóvenes

Dos estudios entregan información que permiten encaminarse a la orientación de las estrategias de cambios de estilos de vida en la población joven.

Un primer artículo trata sobre la percepción de adolescentes sobre el cambio climático, a partir de los estilos de vida sostenibles (Barros y Pinheiro, 2020)⁵, en un estudio exploratorio en Brasil. El estudio concluye que, además de la importancia de conocer los factores psicológicos específicos que influyen sobre los comportamientos pro ambientales y los estilos de vida, es necesario entender las dinámicas específicas de la población joven y adolescente, con un foco importante en el rol de las emociones, la inteligencia emocional, y las estrategias de reevaluación cognitiva y su vínculo con la percepción del riesgo del cambio climático.

Los estilos de vida de la población adolescente deben ser entendidos teniendo en cuenta el proceso sociocultural y su contexto, incluyendo el rol de las relaciones sociales y la interacción local-global. En ese sentido, conocer las percepciones de la población permite establecer programas y estrategias medioambientales directamente relacionadas con los grupos estudiados, con especial incidencia de los programas educativos en la población infantil y adolescente (Clayton et al., 2015).

En la misma línea, Ochoa et al. (2019) estudian estrategias didácticas para promover estilos de vida sostenibles en la población joven de contextos urbanos, concluyendo que hay dos principales retos u obstáculos para avanzar en este propósito: el conocimiento de la relación entre sus propios estilos de vida y los impactos (siendo conscientes de los efectos de su comportamiento); y las oportunidades que ofrece el entorno, la que debe ofrecer opciones viables que posibiliten el cambio de los hábitos y rutinas.

Una de las estrategias valoradas se relaciona con las **redes sociales**, las que serían una fuente relevante de divulgación de información a la vez que puede entregar un contacto permanente con los grupos, obteniendo retroalimentación, así como la apropiación de conceptos e información.

⁴ Disponible en: http://mach.webs.ull.es/PDFS/VOL11/VOL_11_c.pdf

⁵ [Climate change perception by adolescents: reflections on sustainable lifestyle, local impacts and optimism bias \(Percepción del cambio climático en adolescentes. Reflexiones sobre los estilos de vida sostenibles, el impacto local y el sesgo optimista\): PsyEcology: Vol.11, No.2 \(tandfonline.com\)](#)

Hacia la definición de segmentos socio-ecológicos

Una aproximación a los segmentos socio-ecológicos en España puede extraerse del estudio de IDEARA sobre [La sociedad española ante el Cambio Climático](#) (2021). Dicho estudio permite ahondar en la percepción y los comportamientos de la población, logrando identificar cuatro tipos de perfiles en la población:

- Un primer grupo ha sido llamado el de la **“España Escéptica”**, que corresponde a la población con el menor grado de interés, preocupación y compromiso frente al cambio climático. Se trata de quienes menor interés muestran y quienes menos sienten una amenaza frente a las consecuencias. Se compone en su mayoría por hombres, personas mayores de 65 años, y posicionadas en el centro derecha ideológica.
- Un segundo grupo ha sido denominado la **“España Esperanzada”** y agrupa a personas interesadas en el cambio climático y con una visión optimista frente a la posibilidad de gestionar los riesgos que implica, minimizando sus consecuencias. Por lo mismo, creen en el cambio climático, pero no lo ven como una total amenaza. En términos demográficos, son un grupo compuesto en su mayoría por personas jóvenes y adultas, con estudios superiores, e ideológicamente de izquierdas.
- El tercer grupo es la **“España Preocupada”** y se trata del comportamiento más común y transversal (que agrupa al mayor porcentaje de población). Se caracteriza por tener una posición similar a la España Esperanzada, pero con la diferencia de que son conscientes de las consecuencias del cambio climático y de cómo afecta a sus vidas y su entorno; si bien incorporan acciones pro ambientales comunes en su rutina, no asumen aquellas que requieren mayor implicación cívica. Son un grupo compuesto en su mayoría por mujeres, de edad adulto-joven, e ideológicamente de centro.
- Por último, se ha definido un cuarto grupo llamado la **“España Comprometida”**, que es aquel que concede la mayor relevancia al cambio climático desde todos los puntos de vista estudiados, incluyendo su importancia, la sensación de amenaza y un mayor compromiso frente a comportamientos más exigentes. Es un grupo más implicado con la causa climática, tanto en los hábitos diarios como en la participación ciudadana. Es un grupo transversal, presente en los distintos grupos etarios y de niveles de formación.

Si bien esta categorización es una aproximación a los posicionamientos de la población frente al cambio climático, es importante tener en cuenta que las estrategias que busquen abordar las [transformaciones de los estilos de vida](#), deben tener en cuenta las [diferencias de los distintos grupos](#), tanto en actitud, pensamientos, comportamientos, valores, entre otros; así como en las características sociodemográficas que los definen, de manera de [generar estrategias focalizadas y adaptadas](#) a dicha diversidad.

2.1. Conocimiento científico para la toma de decisiones

Un eje de acción transversal a todas las medidas y, aun así, de fundamental relevancia, se relaciona con el conocimiento científico para la toma de decisiones. Como ya se ha explicado, son múltiples los estilos de vida y actitudes y percepciones frente al medio ambiente y la crisis climática, por lo que las estrategias de transformación de hábitos y modos de vida deben ser diferenciadas y específicas. Para ello es necesario avanzar en la realización de estudios e investigación a nivel territorial.

Ricardo García, catedrático de la Universidad de Coruña (UDC) y Coordinador del Proyecto Europeo GLAMURS (Estilos de Vida Verdes, Modelos Alternativos y Escalamiento de la Sostenibilidad Regional), en la entrevista mantenida con Red2Red, pone el énfasis en la necesidad de avanzar en el conocimiento científico y su traslado a la toma de decisiones. Reconoce en ese sentido que los Estilos de Vida son complejos, y para incidir en ellos hay que contemplar factores psicológicos y del comportamiento individual, así como aspectos sociales y organizativos, en un marco de transformaciones tecnológicas, económicas y políticas.

Para Ricardo García, la definición de las propuestas de acción debe surgir a partir de las distintas perspectivas y disciplinas, ya sea la sociología, psicología, economía, especialistas de inteligencia artificial, etc. La toma de decisiones debe estar sustentada y fundamentada en las investigaciones y aproximaciones interdisciplinarias.

Belén García de la Torriente, responsable del área de Turismo y Urbanismo de Ecologistas en Acción, también enfatiza la necesidad de apoyar los procesos de investigación, a partir de alianzas con organizaciones y universidades. Para la activista, es importante estudiar las particularidades y necesidades de cada territorio, de manera que se puedan adaptar las medidas y estrategias a la población habitante de esos espacios, según sus ecosistemas y sus modos de vida, fomentando la proximidad y la localidad.

También es fundamental el aporte de José Antonio Corraliza, catedrático de la UAM y experto en psicología ambiental, quien enfatiza la necesidad de profundizar en la investigación sobre los esquemas de valores de la población, entendiendo cómo configuran sus conocimientos, percepciones, actitudes y comportamientos frente al cuidado al medio ambiente y la conducta ecologista. Solo de esta manera es posible generar estrategias de acción para incidir en los estilos de vida.

El fortalecimiento de la investigación sobre los impactos reales de los productos y su cadena productiva y de distribución se considera fundamental por parte de los asistentes al grupo de trabajo celebrado en el curso de este estudio, que señalan que es preciso ahondar el análisis de todos los impactos posibles que genera un producto. En todo caso, los asistentes al grupo matizan que el necesario vínculo entre el conocimiento científico y la toma de decisiones es algo imprescindible, pero no exclusivo de la temática objeto de estudio, sino que debe ser algo transversal a todas las políticas públicas.

Propuestas de acción: conocimiento científico

Del análisis realizado se desprenden las siguientes posibles propuestas de acción futura:

- ✓ Se propone, en primer lugar, dar continuidad y profundizar los análisis que derivan de este estudio, recopilando la visión de nuevos agentes y ampliando las propuestas y conocimiento sobre la materia.
- ✓ Profundizar el análisis de las ciencias del comportamiento.
- ✓ Apoyar el impulso de investigaciones multidisciplinares que incorporen de forma clara: las ciencias sociales y el análisis del funcionamiento y la organización de la sociedad; la economía y el análisis de los factores psicológicos del individuo.
- ✓ Fortalecer las herramientas y métodos de traslado efectivo de los resultados de las investigaciones a la toma de decisiones. *“Una propuesta sería articular una “Secretaría General Científica”, que requiera justificar la base científica que mueve tu decisión o tu propuesta. Esto supondría un cambio de concepto en la sociedad sobre la importancia de la ciencia”* señala Juan Carlos Atienza, de SEO/BirdLIFE, en el grupo de trabajo celebrado.
- ✓ Colaborar en el diseño de las futuras acciones con personas expertas del ámbito de la ciencia y la investigación.
- ✓ Impulsar, como por ejemplo propone la [Estrategia Klima 2050](#) del Gobierno Vasco, las Plataformas de Ciencia Ciudadana, a través de las cuales se ayuda a las personas a ser parte de la solución, implicándoles activamente en la investigación (por ejemplo, implicándoles en el monitoreo de determinadas variables, etc.).
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.2. Los *nudges* o “pequeño empujón”: nuevas herramientas que propone la ciencia del comportamiento:

Los *nudges* o “pequeños empujones” son herramientas basadas en la evidencia de las ciencias del comportamiento que ejercen influencia en los seres humanos a la hora de tomar una decisión. A través de sutiles cambios del contexto, estas herramientas inducen a los individuos a actuar de una determinada manera, corrigiendo sesgos cognitivos o respondiendo ante ellos. Generalmente pensamos y tomamos decisiones con un conjunto de atajos mentales predecibles.

Uno de los conceptos que definen el movimiento de la ciencia conductual aplicada es la idea de que las personas no siempre se comportan de forma 100% racional desde el punto de vista económico, sino que siguen atajos mentales predecibles y sesgos que nos hacen, en cierto sentido, previsiblemente irracionales (hablando estrictamente en términos de racionalidad económica).

Popularizados por los autores R. Thaler y C. Sunstein, son intervenciones conductuales ligeras y de bajo coste destinadas a cambiar el comportamiento de los individuos de forma predecible, que difieren de los instrumentos habituales en las políticas tradicionales como son los incentivos financieros, las prohibiciones o penalizaciones por un comportamiento determinado.

Tal y como explica, de forma clara y sintética el informe elaborado por el Ayuntamiento de Barcelona en abril de 2021⁶, la ciencia del comportamiento analiza los diversos factores que intervienen en la conducta humana, más allá de los económicos o de los estrictamente racionales, como son las emociones, la capacidad de procesar la información disponible o incluso la forma en la que se nos presenta la información. Introduce por tanto elementos de la psicología, la neurociencia y la economía del comportamiento para entender la toma de decisiones y es por tanto un conocimiento de utilidad para el diseño de mejores políticas y programas.

A través de la observación del individuo, la ciencia de comportamiento concluye que no actuamos y decidimos siempre de acuerdo a un análisis racional de costes y beneficios, ni siquiera de acuerdo a nuestros propios intereses o intenciones, al contrario, existe una brecha entre nuestras intenciones y nuestras acciones que nos conduce a una acción o inacción que no es la deseada por el individuo.

La interacción entre la psicología humana y el contexto en el que se desenvuelve está en el origen de estas brechas. El comportamiento de las personas se ve afectado por los valores, los costes y los beneficios, tanto monetarios como no monetarios. Las preferencias de las personas varían con el tiempo y el contexto. Así, para entender la toma de decisiones es preciso incorporar elementos como:

⁶ Nudges: ¿Qué son y para qué sirven? Ayuntamiento de Barcelona, abril de 2021 <http://hdl.handle.net/11703/122700>

- La dimensión temporal, así, por ejemplo, se produce un “sesgo del presente”, es decir, la tendencia a favorecer las recompensas inmediatas a costa de nuestras metas a largo plazo.
- El contexto social, o influencia de lo social sobre nuestros comportamientos, pudiendo existir por ejemplo un sesgo conformista (seguir lo que hace la mayoría).
- El contexto físico o reacción ante el “entorno” a través del cual captamos señales que nos ayudan a tomar decisiones y evaluamos el espacio en el que nos encontramos.
- El nivel de dificultad de un proceso, o del lenguaje de un documento o información, puede también afectar a las decisiones (por ejemplo, documentación excesivamente compleja).
- La forma en que se presentan las decisiones (por ejemplo, número de opciones disponibles, forma en la que se describen y facilidad para compararlas) también influye en nuestro comportamiento.
- La abstracción o facilidad para imaginar los pasos necesarios para completar un proceso y la atención limitada, cuando nuestra capacidad de atención llega a sus límites, no podemos procesar información.

El diseño de los nudges o pequeños empujones a la acción parte por tanto del análisis de todas estas cuestiones, se plantea cómo el entorno influye en las elecciones y acciones y se centra en la eliminación de barreras y la creación de canales que faciliten la decisión y la acción.

La siguiente tabla presenta de forma resumida distintos tipos de nudges:

Basados en normas sociales	Las normas sociales- reglas o estándares de comportamiento - guían o limitan la acción. La forma de actuar del grupo de referencia nos influye y nos guía, especialmente en cuestiones en las que no estamos seguros de qué hacer. Por ejemplo, con el fin de promover el ahorro, se puede diseñar un nudge consistente en informar de cuál es el consumo de energía o agua que tenemos en relación a la media de nuestro municipio.
Opciones predeterminadas o “Defaults”	Son las consecuencias derivadas si las personas no toman ninguna decisión activa sobre un tema. El establecimiento de estas opciones es una herramienta eficaz sobre todo cuando hay inercia o incertidumbre sobre la decisión. Por ejemplo: establecimiento de contratos de energía verde por defecto en los residentes de una ciudad.
Simplificaciones	Consiste en eliminar barreras para ayudar a las personas a cumplir más fácilmente su intención de actuar. Reducir la complejidad de un texto o de un proceso.
Recordatorios	Son mensajes o señales destinados a que quien los recibe no olvide tomar una decisión o acometer una acción.

Feedback o información	Proporcionar a las personas información precisa sobre su cumplimiento, a veces en relación con el cumplimiento de otros con el fin de corregir percepciones erróneas o creencias sesgadas.
Framing o enfoque	Parte de la evidencia de que las personas pueden responder de forma diferente a descripciones diferentes. La forma en la que se comunica puede por ejemplo incentivar o desincentivar (por ejemplo: un tono punitivo o burocrático desincentivador y al contrario un enfoque práctico y agradable que facilite el proceso).

Hacia la definición de “green nudge” o “empujón verde”

Entendemos por “*green nudge*” el uso de estas herramientas para promover decisiones ecológicas y ambientalmente responsables. La incertidumbre y complejidad que caracterizan los temas ambientales hace de éste un ámbito dónde la desviación con respecto a la “conducta racional” es especialmente relevante (Ortega, 2021)⁷. De este modo, el objetivo de los *green nudges* es alentar a las personas a contribuir voluntariamente a la protección ambiental y a tener un comportamiento benigno con el medio.

Una posible tipología de green nudges es la formulada por Schubert⁸ que los clasifica en las siguientes tipologías:

- ▶ *Los nudges verdes* que apelan a la “auto-imagen” de las personas: aprovechan el deseo de los consumidores de mantener una imagen atractiva de sí mismos mediante un comportamiento “verde”, valorado, de forma general en nuestras sociedades como algo “bueno”. Se trata por tanto de motivar el comportamiento proambiental animando a la gente a cultivar una imagen positiva de sí mismos como “consumidores proambientales”, la selección de productos “verdes” permite por tanto expresar otros valores.

Para ello, se puede actuar:

- Con nudges orientados a la simplificación de la información del producto o haciendo ciertas características del producto más destacadas, como, por ejemplo: etiquetas ecológicas. La huella de carbono podría mostrarse de forma clara en todos los productos, aumentando así la conciencia de los consumidores sobre este conjunto de características específicas, normalmente invisibles.
- Facilitando el comportamiento verde a través del “framing”: estructurar la información de modo que fomente el comportamiento ecológico, aunque sea de

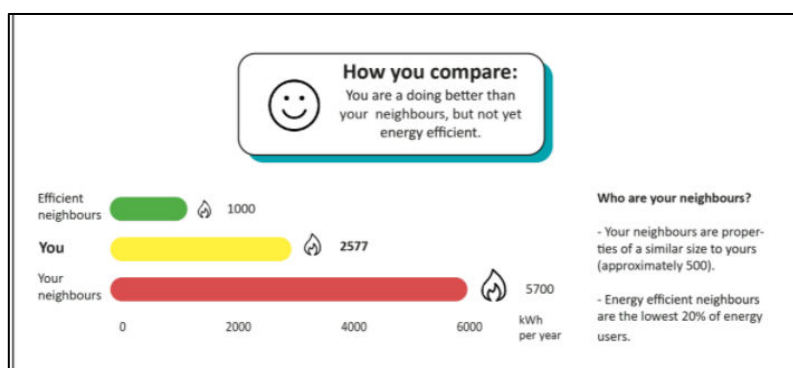
⁷ Proyecto ICCE Integración de las Ciencias del Comportamiento y la Economía, Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

[Green Nudges - Proyecto ICCE \(unam.mx\)](#)

⁸ Schubert, C. (2017). Green Nudges: Do they work? Are they ethical? Ecological Economics, Vol. 132, pp. 329–342. [Green nudges: Do they work? Are they ethical? - ScienceDirect](#)

forma indirecta (orden en el que se disponen los productos en un comedor o buffet).

- Activando la identidad social (por ejemplo, campaña contra la acumulación de basura en las autopistas que tuvo el lema “*No te metas con Texas*”).
- ▶ Los que explotan la tendencia de las personas a imitar el comportamiento del conjunto o a seguir la norma social. Las normas sociales pueden ser descriptivas (“la mayoría de la gente hace las cosas de esta manera” o pueden ser imperativas, añadiendo un componente moral (por ejemplo, “debemos hacer las cosas de esta manera”). Por ejemplo, se pueden transmitir ciertas normas sociales sobre el uso de energía o agua en los hogares, comparando con la media.



Fuente: [What's a green nudge? - The Behaviouralist](#)

También puede hacerse estimulando la competencia por el estatus social, por ejemplo, animando a los consumidores a señalar el comportamiento verde a los demás. Comportarse de forma sostenible es una forma de gestionar activamente nuestra reputación y de mantener la pertenencia a los grupos culturales que conforman nuestra identidad. En este sentido se pueden promover sistemas para publicitar nuestra adhesión a normas ambientales o enmarcar los comportamientos de ahorro de recursos en una competición.

- ▶ Los nudges verdes que pretenden motivar el comportamiento proambiental estableciendo cuidadosamente “la opción por defecto”, es decir, la opción prevalente cuando no se realiza una elección activa. En general, preferimos mantener las cosas como están, especialmente cuando cambiarlas requiere trabajo o tiempo. Existen algunos ejemplos, como el establecimiento de contratos de energía verde por defecto en los residentes de una ciudad.

Como vemos, las ciencias del comportamiento proponen herramientas innovadoras para mejorar las políticas medioambientales, es en todo caso importante considerar tres advertencias relevantes (Schubert, 2017) antes de su aplicación:

- ✓ En primer lugar, muchos nudges son limitados en cuanto a su eficacia y su impacto depende en gran medida del contexto (predisposiciones ideológicas, por ejemplo, grado de empatía, posición individualista o colectiva...etc.), hecho que sólo se puede superar con nudges “personalizados” tecnológicamente muy avanzados.

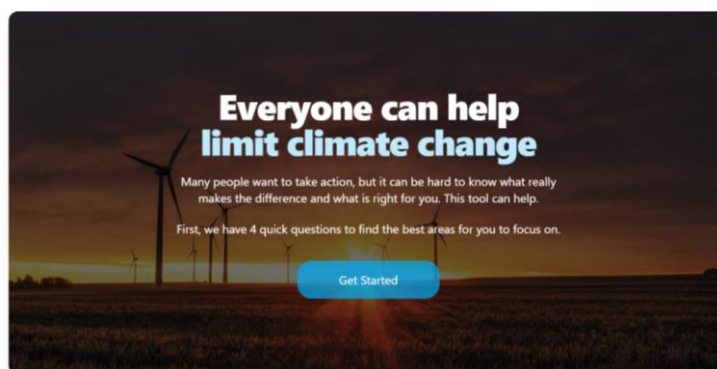
- ✓ Además, su uso aislado puede restar atención a los instrumentos tradicionales, que pueden ser más difíciles de aplicar, pero también mucho más eficaces (precios, incentivos...): se considera por tanto oportuno su uso complementario. Al igual que el apoyo en las ciencias del comportamiento, con un enfoque centrado el individuo debe acompañarse de propuestas de índole colectivo e instruccionales.
- ✓ En tercer y último lugar, garantizar que los incentivos ecológicos se organicen de forma transparente parece ser el paso clave que debe dar en el futuro cualquier política medioambiental basada en el comportamiento para que los nudges verdes sean éticos.

Propuestas de acción: impulsar el “empujón verde”

Como punto final de este análisis se formulan las siguientes propuestas de acción:

- ✓ Profundizar en el conocimiento de las ciencias del comportamiento en general y en particular de los nudges verdes y su potencial aplicación en distintos ámbitos.
- ✓ Ofrecer orientación, formación y guía a las administraciones públicas, u otras instituciones (por ejemplo: colegios, universidades...) en su potencial uso: elaboración de guías o recopilación y síntesis de la información pre-existente⁹, jornadas o formaciones.
- ✓ Acompañar el estudio, análisis y orientación a partir de la puesta en marcha a través de algunos proyectos piloto, en colaboración con equipos expertos o replicar y adaptar a nuestro contexto algunas prácticas ya existentes. Por ejemplo:

La herramienta Get- Greener puesta en marcha por el Behavioural Insights Team de Reino Unido:



[Behavioural Insights Team release Get-Greener | The Behavioural Insights Team \(bi.team\)](#)

⁹ Véase por ejemplo la guía para reducir el impacto ambiental dentro de los centros universitarios elaborada por el UNEP en colaboración con el Behavioural Insights Team [The Little Book of Green Nudges | UNEP - UN Environment Programme](#);

O la herramienta desarrollada por IHOBE. Sociedad pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco.

Temas ambientales ▾ Noticias Publicaciones Servicios y recursos ▾ Agenda Comunicación Ambiental 🔍

Está en: ▾ Temas ambientales ▾ Cambio climático ▾ 52 gestos

52 Gestos frente al cambio climático

Calcula tu compromiso y sé parte de la solución

Nueva herramienta

* Debes contestar a todas las preguntas para poder descubrir tu compromiso.

Dificultad: MUY FÁCIL ▾

¿Adquieres los electrodomésticos con etiqueta A?	SÍ	NO
¿Gestionas la basura de forma adecuada?	SÍ	NO
¿Usas la calefacción de forma responsable?	SÍ	NO
¿Usas el agua caliente solo cuando es necesario?	SÍ	NO
¿Apagas las luces cuando abandonas la habitación?	SÍ	NO
¿Esperas a que los alimentos se enfríen antes de introducirlos en el frigorífico?	SÍ	NO
¿Regulas el termostato de tu frigorífico de forma adecuada?	SÍ	NO
¿Apagas el horno cinco minutos antes de que termine la cocción?	SÍ	NO
¿Utilizas los programas de baja temperatura en el lavavajillas?	SÍ	NO
¿Cargas la lavadora al máximo recomendado?	SÍ	NO
¿Conoces los espacios de la Red Natura 2000 en Euskadi?	SÍ	NO
¿Has probado a enfriar el coche sin aire acondicionado utilizando la puerta como abanico?	SÍ	NO
¿Pagas tus facturas por internet?	SÍ	NO

Dificultad: FÁCIL ▾

Dificultad: NORMAL ▾

Dificultad: DIFÍCIL ▾

Dificultad: MUY DIFÍCIL ▾

CALCULA TU COMPROMISO

[Temas ambientales - 52 gestos \(ihobe.eus\)](https://www.ihobe.eus/temas-ambientales-52-gestos)

- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.3. Cambios en los modelos de consumo y producción

La adopción de estilos de vida más sostenibles implica necesariamente cambios en los modelos de consumo lo que necesariamente trae consigo la necesaria reorganización del tejido productivo. Consumo y producción son por tanto dos caras de la misma moneda y, por tanto, hablar de consumo excesivo implica hablar de producción excesiva.

Las políticas públicas, a través de la puesta en marcha de planes y programas, regulaciones, restricciones o incentivos tienen un papel crucial en el proceso de cambio y reorganización.

Hacia un consumidor consciente

En el proceso de transición hacia “consumidores con una mayor conciencia ambiental” las acciones de comunicación y sensibilización, la puesta a disposición de información y la educación se presentan como elementos clave.

La **OCU (ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS)** está llevando a cabo diversas acciones orientadas a fomentar el desarrollo sostenible desde las perspectivas de consumidores. El estudio sobre las “[25 claves para mejorar la sostenibilidad](#)” (OCU, 2022), reconoce que para la mayoría de la población española, las acciones más relevantes en términos de sostenibilidad tienen que ver con la gestión de residuos, el agua y la energía del hogar; temas que en opinión de personas expertas, no son los que más impacto pueden tener en la sostenibilidad, como sí lo son la alimentación y la movilidad. Dicho estudio concluye que el área con el mayor margen de mejora de la población española es la alimentaria, en tanto España es uno de los países europeos con mayor consumo de carne, y donde un porcentaje relevante de la población no se ha planteado reducir este tipo de consumo.

Eva Torremocha y Pilar Martínez, especialistas en Alimentación Sostenible de la Fundación Daniel y Nina Carasso resaltan la necesidad de hacer llegar a los consumidores, y al conjunto de la sociedad, las consecuencias de sus acciones de consumo y de sus modos de vida. Es necesario generar conciencia sobre los efectos que tienen nuestras acciones, también a medio y largo plazo. Por ejemplo, en el ámbito de la alimentación es importante que pasemos de plantearnos: ¿qué como?, ¿qué tipo de productos?, a ¿cómo se ha producido? y ¿qué implicaciones ha tenido su producción sobre el territorio?

En la misma dirección, Belén García, de Ecologistas en Acción, enfatiza en la entrevista mantenida: *“Las personas deben saber su huella de carbono, y la de los productos que consumen (viajes, alimentación, la compra de un ordenador)”*.

A lo largo de las entrevistas mantenidas se formulan propuestas concretas como: la consolidación de un “etiquetado único” para todos los productos que muestre su huella de carbono, esto permitirá diferenciar fácilmente los productos más cercanos y los menos, y también las formas de producción.

Esta propuesta es discutida en el grupo de trabajo celebrado: si bien es una forma de ofrecer información simplificada, se considera que se basa sólo en la cercanía y no contempla de forma oportuna otros factores relevantes: lo más próximo no implica siempre una menor huella ambiental, por ejemplo, en Inglaterra puede ser más sostenible importar tomates desde España que cultivarlos en sus tierras, donde se requeriría más energía y gasto de recursos para su mantención.

“En algunas cosas los productos de cercanía pueden ser interesantes, en otros no. Es distinto hablar de políticas climáticas que de políticas de biodiversidad. Hay que considerar no sólo las decisiones de consumo de las personas, sino la producción, Y valorar las afecciones sobre la biodiversidad. (...) Los ciudadanos requieren información sencilla que puedan entender” (Juan Carlos Atienza SEO /BirdLife).

El trabajo en el etiquetado es una cuestión compleja: *“hacen falta parámetros con una base científica, que no produzca una falsa información, que no es útil para el consumidor”* (Samuel Juárez, MAPA).

La [publicación sobre el etiquetado ambiental](#), realizada por la OCU en 2022, concluye que no toda la población confía en las etiquetas que llevan los productos, a pesar de sí valorar este tipo de iniciativas. La falta de confianza en el actual etiquetado se puede estar ajustando a una realidad: el greenwashing o “lavado verde”, es decir, la incorporación visual de señales de sostenibilidad a productos que no necesariamente lo son, en la gran mayoría de los casos por motivaciones mercantiles.

En este sentido, en el grupo de trabajo celebrado se enfatiza que es prioritario definir, desde las políticas públicas, qué es lo que se entiende por ecológico, regulando mucha oferta que se enmarca dentro de lo ecológico o verde, sin necesariamente serlo.

“¿A qué se llama producto ecológico? ¿qué es lo ecológico? Mucho producto ecológico no necesariamente lo es. Entonces antes de promover hay que mejorar esto” (Belén Ramos, OCU).

“El consumidor elige por las etiquetas que tiene que ver, y si no hay control de etiquetas, hay engaño. Hay que homogeneizar y limitar que se puedan poner etiquetas a productos que no son verdes” (Juan Carlos Atienza,).

En la misma línea, Ricardo García considera importante impulsar “sistemas de información al consumidor” oficiales y con información veraz y no manipulable que permita a los ciudadanos entender los efectos de los productos consumidos. Para este cambio de comportamientos, es fundamental la información, y hacerse conscientes de cómo las elecciones de consumo pueden influenciar de manera positiva a disminuir los impactos en el medio: *“hacer elecciones conscientes es importante”* pues ayuda a generar identidad de grupo.

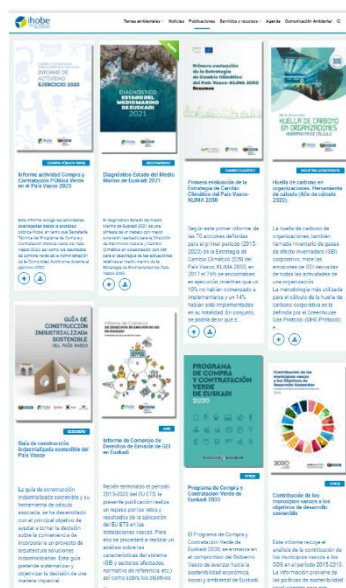
Para IHOBE, sociedad pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco el trabajo sobre los Estilos de Vida pivota principalmente sobre tres ejes: consumo, modelo productivo y salud. La acción sobre los modelos del consumo es una de *“sus principales preocupaciones y retos presentes”*. En este momento, tal y como nos explica María García, directora de

Estrategia e Innovación, están analizando y trabajando en “cómo llegar a la ciudadanía y abordar la brecha existente entre la percepción (que sí es favorable) y el comportamiento y la conducta”. Hasta la fecha, han centrado especialmente su acción en la sensibilización, pero reconocen que no es suficiente. En concreto, están trabajando en tres ámbitos: la alimentación, y en particular, en dos esferas: el consumo de cercanía y la reducción de desperdicio; la movilidad sostenible y la vivienda, que es a su juicio “uno de los grandes asuntos olvidados” y con gran incidencia en cuestiones como la ocupación del territorio y la biodiversidad.

La acción y planificación ambiental ha tenido, a juicio de la experta del IHOBE, una evolución en la que se ha pasado de: una primera fase basada en actuar para solucionar problemáticas concretas, muy costosa, porque se actuaba cuando ya era tarde; una segunda fase basada en la vigilancia y la sanción, especialmente dirigida a las empresas y en la actualidad, es necesario pasar a una tercera fase en la que hay que trabajar con el consumidor, que orienta de forma relevante la oferta de productos. *Actualmente, se demanda comprar mucho y barato, y eso tiene importantes consecuencias en el medio ambiente. Generar esa conciencia en el consumidor e incentivar su colaboración es una cuestión clave*, señala María García, que resalta también como a su juicio si bien ya se ha integrado adecuadamente la parte económica vinculada a las cuestiones ambientales, ahora es preciso integrar adecuadamente la parte social y garantizar una transición justa.

La acción de IHOBE sobre la ciudadanía está todavía en desarrollo, la vía de acceso principal son los municipios, que están más cercanos a la población. En concreto, a través de la Plataforma UDALSAREA 2030.

Entre las principales herramientas empleadas por IHOBE se encuentran: las guías metodológicas y estudios, los catálogos de productos ambientalmente sostenibles, los planes para los municipios, aplicaciones, asesoramiento, como por ejemplo el servicio para hacer sostenibles los eventos, sellos de calidad...etc.



Temas ambientales	Noticias	Publicaciones	Servicios y recursos	Agenda	Comunicación Ambiental
AGUA URA, Agencia Vasca del Agua		AIRE Red de Calidad del Aire	CAMBIO CLIMÁTICO - Estrategia KLIMA2050 - Conferencia Change the Change 2019 - Visor Escenarios Climáticos - LIFE URBAN KLIMA 2050	COMPRA VERDE Criterios Ambientales	
ECODISEÑO - Basque Ecodesign Center - Basque Circular Hub		RESIDUOS - Plan de Prevención y Gestión de Residuos 2030 - Proyecto Life Giswaste - Aplicación web EHH Aurrezten - Semana Europea de la Prevención de Residuos	EDUCACIÓN AMBIENTAL - Centros Ekoetxea - Erronka Garbia Evento Sostenible	ENERGÍA Ente Vasco de la Energía EVE	
SUELOS - Solicitud al Inventario de Suelos - Procedimientos administrativos		ECONOMÍA CIRCULAR - Catálogo de productos circulares fabricados en Euskadi - Listado de tecnologías limpias	BIODIVERSIDAD - Red Natura 2000 - Especies Invasoras	SOSTENIBILIDAD LOCAL - Red Udalsarea 21 - Indicadores de sostenibilidad	

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

[lhobe - Sobre lhobe](#)

La educación y el trabajo con los centros escolares es otra de las acciones clave de IHOBE que quieren extender también a los centros de formación profesional. Por otro lado, han puesto en marcha acciones de formación a gente joven para que oriente su vida laboral hacia el empleo verde y la sostenibilidad.

En la misma línea, Eva Torremocha y Pilar Martínez, de la Fundación Daniel y Nina Carasso enfatizan la importancia de la educación para promover, a medio y largo plazo, una transición hacia modelos más sostenibles. En concreto, la Fundación ha apoyado múltiples iniciativas que han logrado incidir en una alimentación más sostenible en los comedores escolares¹⁰, además de otras actividades educativas.

En la entrevista mantenida en el marco de este trabajo Joaquim Semper propone algunas acciones concretas de aplicación en la vida cotidiana que apelan a la responsabilidad individual:

- Destinar una parte de los ahorros familiares al acondicionamiento del hogar de cara al suministro y uso ahorrativo de agua y energía, con la perspectiva de edificios de cero emisiones.
- Aislamiento térmico de viviendas e instalación de dispositivos termosolares, fotovoltaicos o minieólicos.
- Invertir en proyectos cooperativos de generación de electricidad y calor renovables.
- Fomentar ahorro y eficiencia en consumos.
- Minimizar la necesidad de transporte, y fomentar el gasto mínimo: transporte público, a pie, bicicleta, iniciativas colectivas. Renunciar al automóvil de propiedad, fomentando alquiler o carsharing.

Tal y como se enfatiza en el documento de Análisis de factores, desarrollado en el marco de este trabajo: más allá de cuestiones psicológicas o vinculadas al individuo, los estilos de vida influyen y son influidos por normas sociales y el entorno físico, actuando como limitaciones o facilitadores de las numerosas decisiones que los ciudadanos toman cada día. La concienciación no puede llevarse a cabo fácilmente si no hay opciones sostenibles o es complejo el acceso a ellas, o si las opciones accesibles son insostenibles.

Por tanto, la concienciación es sólo una parte de lo que hay que hacer. Al diseñar acciones para promover estilos de vida, es importante diferenciar los factores que pueden abordarse a nivel individual o doméstico, y los que están más allá del control individual. Las soluciones deben dirigirse a los individuos y a los hogares, así como a los grupos de interés (comunidades, empresas, instituciones y gobiernos) que conforman el contexto del consumo y los estilos de vida.

¹⁰ Ejemplo de una de las iniciativas de apoyo a comedores escolares: [Menú 2020, transformar el menú para transformar el modelo - Fundación Daniel y Nina Carasso \(foundationcarasso.org\)](#)

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

En esta línea, Joaquim Sempere, apuesta por la adopción de criterios compartidos y consensuados de austeridad; es decir, apuesta por una “revolución cultural” que promueva un “decrecimiento voluntario”. Las conductas solidarias deben verse reforzadas por medidas coercitivas que desanimen o penalicen las insolidarias.

Incidencia en los modelos de producción

El sistema socioeconómico actual intensifica el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos a un ritmo superior al que el medio es capaz de asimilar. El cambio de elecciones individuales hacia la sostenibilidad debe asimismo venir acompañado de cambios y reorganizaciones en los sistemas productivos.

En la misma dirección, las conclusiones del proyecto GLAMURS destaca la presencia de importantes barreras contextuales a la adopción de comportamientos individuales vinculados a la sostenibilidad derivadas de las políticas destinadas a favorecer el consumo material intensivo, la super producción y el difícil acceso a determinadas opciones más sostenibles.

Entre las propuestas concretas formuladas por Joaquim Sempere se encuentran la reconversión económica y laboral: *“la promoción del cambio de estilo de vida debe ir acompañada de la oferta de otros modos de vida.”* Es decir, es necesario ofrecer oportunidades y alternativas a aquellas personas que deben dejar las actividades productivas menos sostenibles. El catedrático incide asimismo en la necesidad de transformar la oferta, es decir, el tipo de productos disponibles y accesibles y su forma de producción, y en esta dirección propone algunas cuestiones concretas como son:

- *Promover la producción de artefactos duraderos y reparables.*
- *Dar prioridad al comercio de patentes, know-how y software, para que la producción física se traslade a proximidad del cliente final.*
- *Impulsar un plan nacional ambicioso de reciclado sistemático (envases con retorno, prohibición de plásticos no biodegradables). Esto impactaría en los estilos de compra.*
- *Promover un cambio del modelo agroalimentario hacia una agricultura ecológica y regenerativa, más sostenible y resiliente, que necesariamente generará más oportunidades de empleo vinculadas al medio rural.*

El trabajo de IHOBE con el sector productivo tiene una larga trayectoria a lo largo de la cual se han desarrollado mecanismos de acción desde la perspectiva legal (prohibiciones, multas, etc.) y desde la perspectiva de los incentivos económicos. En la actualidad, se da un giro adicional: *“cuidar el medio ambiente se convierte en un factor de competitividad para las empresas ya que permite reducir costes, abrir nuevos mercados, etc.”* señala María García, que en este escenario empresas y administración trabajan alineadas y con objetivos comunes.

Por otro lado, Pau Solanilla, cofundador de Sostenibles.org considera que es especialmente relevante trabajar para hacer llegar la sostenibilidad a las PYMES: *“Las empresas, y en concreto, las grandes son las que han tenido más clara su posición y han visto en la “necesidad una oportunidad”, la sostenibilidad es un negocio (o la posibilidad de “no perder” un negocio), y están posicionándose con claridad; aunque hay todavía mucho “green washing” se están dando pasos relevantes. Un reto en este sentido es que estas prácticas lleguen a todo*

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

el tejido: a las pequeñas y medianas empresas, y en esto hay que ayudarlas también ya que no disponen de los mismos medios para la transición” (entrevista a Pau Solanilla).

Belén García, responsable del área de Turismo y Urbanismo de Ecologistas en Acción incide en la necesidad de *“conocer las consecuencias de un crecimiento ilimitado y volvernos más próximos, más pequeños, vincularnos de nuevo al territorio”*, en este sentido apuesta por la relocalización y la promoción de las actividades que conectan y se vinculan al territorio. Para ello, es necesario conocer en profundidad las capacidades que tenemos en cada territorio, impulsar estudios de sus ecosistemas, trabajar en planes de ordenación del territorio. Por otro lado, la experta incide en la necesidad prioritaria de transformar el transporte: *“si transformamos el transporte podemos influir en muchos sectores”*.

Políticas públicas, regulaciones e incentivos

La puesta en marcha de políticas públicas con impactos inmediatos, como es por ejemplo el impuesto de las bebidas azucaradas, es, a juicio de Eva Torremocha de la Fundación Daniel y Nina Carasso, junto con la educación a largo plazo, una vía de acción clave para promover los cambios en los estilos de vida. En este sentido, las políticas europeas son una oportunidad para implementar nuevas medidas en España, ya que en muchos casos *son medidas controvertidas y difíciles de promover y con consecuencias a nivel político*, señala la experta.

En la misma dirección, María García nos explica en la entrevista mantenida, como los ámbitos de trabajo de IHOBE, surgen del cruce de dos cuestiones: los elementos que se están impulsando en la política medioambiental en Europa y que se irán trasladando progresivamente a los Estados miembros y la definición de retos futuros. *¿Qué retos tenemos para el 2030? ¿para el 2050?* Para IHOBE el trabajo estratégico a medio y largo plazo es de especial relevancia: se trata de detectar en qué ámbitos no contamos ya con un “camino de acción conocido para llegar donde queremos llegar, y trabajar sobre ellos” señala María García.

En relación a la planificación y puesta en marcha de políticas públicas, para IHOBE, una cuestión clave es buscar la máxima coherencia entre la planificación sectorial y la ambiental general. *“Es importante para que “no arreglemos un problema y estropeemos otro” y también por el hecho de la creciente interrelación y efectos cruzados entre las políticas ambientales y el resto (económicas, sociales)”*, señala María García en la entrevista mantenida con Red2Red.

Joaquim Sempere, en el texto facilitado en el marco de este trabajo, señala que más allá de la educación y la concienciación es necesaria la actuación a través de planes y programas, que doten a la sociedad de unos objetivos a alcanzar; incentivos, que permitan orientar las conductas de la ciudadanía hacia donde se crea conveniente transitar y medidas más constrictivas, a veces obligatorias, con calendarios prefijados o incluso intervenciones públicas de gestión de ciertos recursos en caso de escasez.

En su texto *Decrecimiento y autocontención*¹¹, el catedrático desarrolló en mayor detalle diversas medidas y políticas en línea con la sostenibilidad ecológica:

- **Políticas de demanda:** en la planificación gubernamental de la provisión de agua o energía, frente a las políticas de oferta, se pueden practicar políticas de demanda.
 - Las políticas de oferta consisten en tratar de asegurar la provisión de agua o electricidad ajustándola a previsiones de futuro que extrapolen los consumos observados hasta ahora.
 - Las políticas de demanda, en cambio, tratan de influir en la demanda para reducir el consumo: medidas de ahorro, de eficiencia, etc., con la mirada puesta en la reducción del impacto ecológico.
- **Reglamentaciones y prohibiciones:** los gobiernos pueden reglamentar la producción y distribución de bienes indeseables o en cuya producción se incurre en procesos contaminantes o dilapidadores. En casos peligrosos se ha llegado a la prohibición (como la del DDT en su momento, aunque no en todo el mundo); en otros considerados menos graves se introducen **incentivos o recomendaciones** (como la sustitución del cloro por el agua oxigenada en el blanqueo del papel reciclado). (...)
- **Impuestos verdes:** la fiscalidad verde busca, por su parte, internalizar costes ambientales en productos ecológicamente nocivos para desincentivar su producción y consumo.
- **Condicionalidades en la contratación pública:** la contratación pública de bienes que cumplan ciertos requisitos ambientalmente saludables empuja a la industria a asumir imperativos ecológicos: la administración pública, así, crea también incentivos y mercado para productos limpios y renovables.
- **Políticas territoriales orientadas a reducir la necesidad de transporte:** el despilfarro podría combatirse con otras medidas, mucho más difíciles de arbitrar, que atacaran una fuente primordial de derroche energético: el transporte. La facilidad del transporte mecánico moderno, con precios muy asequibles para los carburantes, ha hecho posible una distribución sumamente dispersa de las actividades humanas en el territorio. Esto genera una necesidad de transporte hipertrofiada. Se produce a gran distancia del lugar donde se consumirá. La fabricación se dispersa en el mundo entero (...) Deberían arbitrase medidas para lograr en plazos breves una reorganización de las actividades necesarias para conseguir grados elevados de autosuficiencia energética, alimentaria, cultural, de servicios... Esto implica cambios drásticos en los hábitos y en las aspiraciones.
Naturalmente, como ya he dicho, una reorganización territorial de alcance tal es muy difícil de arbitrar. Pero no imposible: se pueden incentivar los consumos de proximidad, se puede dificultar fiscalmente el transporte innecesario, etc. El dogma hoy ampliamente dominante de que el comercio genera riqueza ha creado hábitos y ha reestructurado a escala mundial todo el sistema productivo hasta un punto de difícil marcha atrás. Pero si persiste el actual encarecimiento del petróleo y se agrava la disponibilidad de carburantes, las poblaciones se verán obligadas a adoptar espontáneamente medidas prácticas que «generen proximidad».
- **Política de la tecnociencia:** otra opción poco transitada tiene que ver con la orientación que se puede imprimir a la investigación y al desarrollo científico y técnico. La tecnociencia se ha desarrollado en función de una organización económica ecológicamente insostenible porque esa organización era la que había. Hoy en día sabemos que las alarmas sobre la crisis ecológica han desencadenado desde hace muchos años líneas de investigación orientadas hacia la sostenibilidad. Se trataría, pues, **de fomentar y multiplicar estas líneas; de poner la tecnociencia al servicio de proyectos que incorporen principios ecológicos, de precaución, ahorro, eficiencia y suficiencia.**

¹¹ [Decrecimiento y autocontención – Ecología Política \(ecologiapolitica.info\)](http://ecologiapolitica.info)

En algunas de estas propuestas, inciden también otras de las personas entrevistadas, así, María García de IHOBE señala el potencial de una Reforma Fiscal que permita un sistema de compensación por conductas sostenibles, por ejemplo, que el precio del sistema de basura que pagan quienes reciclan sea menor que quienes no lo hacen. En la misma dirección, Pau Solanilla, menciona la necesidad de transitar hacia una fiscalidad verde.

Belén García, responsable del área de Turismo y Urbanismo de Ecologistas en Acción incide en la necesidad de conocer la huella de carbono de cada producto que consumimos y “grabar aquellos productos con mayor huella”.

Propuestas de acción: modelos de consumo y producción, políticas públicas

En línea con todas las cuestiones descritas y en el marco de la futura acción se presentan las siguientes propuestas:

- ✓ Impulsar programas que mejoren la información a disposición del consumidor sobre los productos (origen, forma de producción) como, por ejemplo: etiquetado de huella de carbono; sistema de información al consumidor.
- ✓ Promover acciones y programas en los centros escolares y en las Universidades o replicar y reforzar iniciativas que están siendo exitosas como por ejemplo la promoción de alimentos sostenibles y educación en torno al sistema alimentario en los centros escolares.
- ✓ Analizar las necesidades de reorganización de sectores productivos y definir alternativas productivas que favorezcan la transición justa.
- ✓ Poner en marcha programas de acompañamiento a PYMES en el proceso de transición ecológica.
- ✓ Incidir, a través de campañas de comunicación y sensibilización, en posibles acciones de ahorro y sostenibilidad por parte de individuos y hogares.
- ✓ Recopilar experiencias novedosas de acción sobre la ciudadanía en materia de consumo, que vayan más allá de la concienciación y aporten nuevas perspectivas.
- ✓ Reforzar, siguiendo el ejemplo de las prácticas exitosas puestas en marcha por IHOBE, el trabajo estratégico a largo y medio plazo y la conexión entre políticas europeas y nacionales.
- ✓ Recopilar, analizar y difundir guías y herramientas de utilidad elaboradas por distintas instituciones (por ej. las diversas guías relacionadas con contratación verde elaboradas por IHOBE).
- ✓ Generar intercambios de definición y puesta en marcha de políticas públicas entre las distintas regiones españolas que permitan anticipar también las políticas impulsadas por la Unión Europea en relación a la transición hacia EVS. En esta dirección es posible actuar reforzando y ampliando la labor de algunas redes ya existentes como es la [Red de Autoridades Ambientales - Una manera de hacer Europa \(miteco.gob.es\)](https://www.miteco.gob.es/red-autoridades-ambientales)

- ✓ Avanzar en el análisis, generación de conocimiento y análisis relativo a fiscalidad verde.
- ✓ Fortalecer, a través del apoyo a programas en curso o puesta en marcha de nuevos programas las iniciativas que refuercen el vínculo con el territorio y el consumo de proximidad.
- ✓ Apoyar el análisis de las capacidades de cada territorio, impulsar estudios de sus ecosistemas, trabajar en planes de ordenación del territorio.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.4. Participación social y comunitaria y promoción de las iniciativas locales

El **compromiso y participación en actividades comunitarias** se destaca en investigaciones como la llevada a cabo en el marco del proyecto GLAMURS como uno de los **motores de cambio social**. En dicha investigación se concluye que los cambios hacia EVS están principalmente relacionados con aspiraciones (objetivos que motivan el comportamiento) intrínsecas y de autotranscendencia, es decir, aquellas orientadas a la comunidad, filiación, autoaceptación o espiritualidad.

Así, el compromiso regular en actividades sostenibles de la comunidad local (voluntariados, actividades colectivas...) comprende una fuente de bienestar relacional y está vinculada a la elección de prácticas y modos de vida sostenibles. El aumento del bienestar derivado de la participación en iniciativas sostenibles deriva de factores sociales (conocer y relacionarse con personas afines) o sentimientos de crecimiento personal. Aunque también puedan ser fuente de frustración por el limitado impacto de las mismas el balance es positivo e inciden de forma favorable en la transición hacia EVS.

En esta dirección, las actividades vinculadas a la comida y a los alimentos, incluida su producción, están ligadas a la naturaleza y a compartir tiempo y espacio con otras personas, promueven los vínculos interpersonales y pueden ser un punto de partida de especial interés para promover la transición hacia sistemas más sostenibles.

Por otro lado, la **escala local y el barrio** se configura como el nivel óptimo para las intervenciones políticas hacia estilos de vida sostenibles: el deseo de pasar más tiempo en la comunidad local puede conducir a un mayor compromiso social, a favorecer la cohesión social y a estrechar lazos y esto ayuda a su vez a reducir comportamientos dañinos con la sostenibilidad o al contrario a estimular los favorables, habiendo una relación directa entre la cantidad de prácticas proambientales realizadas por el individuo y las visibles en su entorno directo, el vecindario.

Los hallazgos indican que existe una propensión importante a comenzar a incorporar conductas proambientales como la reducción de carbono similares a las de las personas del entorno práctico (como vecinos y vecinas), donde hay una relación significativa entre la cantidad de prácticas proambientales realizadas y la cantidad de **prácticas visibles en el entorno**. Además, estas pautas de imitación no solo responden a la preocupación y valoración previa por el cuidado al medioambiente, sino que existe un fuerte componente de estatus y comparación con el entorno, tal como evidencian múltiples estudios.

En esta línea, Ricardo García Mira, Catedrático de Psicología Social en Universidad de Coruña (UDC) y coordinador de proyecto GLAMURS, enfatiza en la entrevista mantenida con Red2Red cómo **los cambios en el comportamiento individual pueden producirse con una mayor eficacia si se trabaja analizando las motivaciones y aspiraciones**: pasar más tiempo con otras personas, compartir espacios comunitarios son elementos

generadores de satisfacción y una vía efectiva para, a través de estos espacios y actividades colectivas, dar pasos hacia comportamientos más sostenibles.

Apoyar iniciativas colectivas en barrios o en el ámbito local es también una vía de acción:

“El fomento de actividades en el ámbito del barrio ayuda a generar esos sentimientos compartidos, y permite entender mejor el proceso, el significado de las cosas, de las elecciones a la hora de comprar, a la hora de hacer elecciones a la hora del transporte, el consumo” (entrevista a Ricardo García Mira).

En el mismo sentido, el catedrático señala la importancia que tienen los espacios y modos de consumo existentes en los barrios, para articular los estilos de vida:

“No hay que olvidar que el estilo de vida es un conjunto de patrones de cómo usamos el tiempo y que tiene prácticas de consumo asociadas a una localización. El barrio es una localización para esto. Las elecciones en las compras influyen en el impacto, es necesario fortalecer esas normas que ayudan a tomar elecciones... están relacionadas con los espacios concretos donde tienen lugar prácticas concretas de consumo” (entrevista a Ricardo García Mira).

Se aconseja por tanto **reforzar estructuras comunitarias ya existentes**, por ejemplo, comunidades de vecinos e instarlas a actuar en esta dirección, además de crear espacios de encuentro y discusión de estos aspectos. En estos intercambios puede reforzarse la identidad ambiental del individuo y generar un círculo virtuoso de adopción de comportamientos más sostenibles.

“Es preciso reforzar espacios comunitarios donde se pueda debatir, compartir, donde de alguna manera se pueda establecer algún vínculo con los gobiernos locales que pueda definir esos modelos de gobernanza de las sociedades participativos (...) El paso requiere crear espacios de participación, que son donde se forman identidades, donde la gente encuentra el refuerzo a sus conductas, al tránsito hacia nuevos estilos de vida” (entrevista a Ricardo García Mira).

Por otro lado, el investigador enfatiza: “una cuestión clave es lograr que los comportamientos sostenibles pasen a ser la norma social, lo comúnmente aceptado”. Para ello, es posible trabajar en distintas vías como:

- ✓ Ampliar la información disponible para la toma de decisiones de una forma sencilla: por ejemplo, herramienta que permita identificar las características y efectos en el medio de los productos.
- ✓ La influencia de grupos minoritarios con un discurso coherente y consistente puede favorecer este cambio.
- ✓ Impulsar campañas de comunicación en esta dirección (por ejemplo: en el textil, que la necesidad sea la durabilidad de la ropa).

El **acento en el fortalecimiento del tejido social, de lo comunitario y colectivo**, como preparación para la necesaria reorganización de la sociedad que permita responder a la actual crisis socioambiental es también una cuestión central de los planteamientos formulados por los catedráticos Joaquim Sempere y Ernest García.

En esta dirección, Joaquim Sempere enfatiza el potencial de las “iniciativas colaborativas”: el nuevo entorno ecológico y las situaciones de escasez podrán abordarse mejor mediante la cooperación. Empezando por el hábitat, que puede ser más o menos compartido. Compartir lavadora, vehículos, cocina, televisión, etc. permite obtener los mismos servicios con menos artefactos, y por tanto con menos huella ecológica por persona.

Por otro lado, y en línea con la relevancia de las iniciativas locales Pau Solanilla cofundador de [Sostenibles.org](https://sostenibles.org) enfatiza el papel de las ciudades y otros entes locales en la transición ecológica en crudo y señala la necesidad de [reconocer y empoderar](#) su papel

“(...) son los que pueden tener la capacidad de identificar, prevenir y gestionar las externalidades negativas que puede potenciar las nuevas desigualdades económicas de una economía neutra en carbono. (...)”¹²

Tejer una red solida de iniciativas que promueva modelos alternativos

Ante la cuestión clave de cómo articular y promover los cambios que son requeridos para avanzar hacia una mayor sostenibilidad en nuestros estilos de vida, tanto a nivel sistémico, como a nivel social e individual, Ricardo García Mira, Catedrático de la Universidad de Coruña, aboga por el potencial que podría tener tejer una red sólida de iniciativas que promuevan modelos alternativos de vida, producción y consumo. El sistema económico actual, y de forma específica el exceso de consumo y los usos del tiempo, son dos cuestiones sobre las que es preciso incidir. Existen actualmente diversas iniciativas que, principalmente desde lo local, están trabajando- testando y desarrollando modelos alternativos. Fortalecer estas iniciativas y lograr escalar sus efectos es una vía para poder incidir en los cambios sistémicos requeridos.

Para ello, el Catedrático, propone una combinación de acciones:

- Apoyo específico a estas iniciativas: dotar de recursos, favorecer su desarrollo.
- Interconexión de iniciativas: generar una red que fortalezca y amplifique el efecto de cada iniciativa y que sea un punto de encuentro e intercambio.
- Establecer un marco o contexto propicio para que surjan y se desarrollen estas iniciativas, así, por ejemplo, se requiere una planificación urbana específica, propuestas de organización del tiempo, espacios para su desarrollo, etc.

Entre los mecanismos para escalar prácticas individuales o locales a un nivel macro se encuentra por ejemplo los laboratorios de innovación social, laboratorios para el cambio y para la transición o “Transitional labs”.

En la misma línea Pau Solanilla señala que se necesitan “pequeñas victorias, ejemplarizantes que se multipliquen y escalen”.

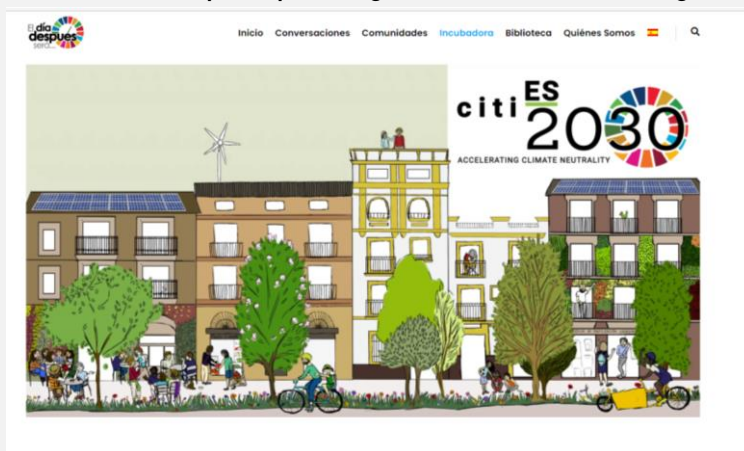
¹²<https://sostenibles.org/2020/03/06/el-exito-del-green-new-deal-dependera-de-las-ciudades/>

Propuestas de acción: Participación social y comunitaria y promoción de las iniciativas locales

En línea con todas las cuestiones descritas y en el marco de la futura acción se presentan las siguientes propuestas:

- ✓ Fomentar el desarrollo de iniciativas locales que planteen modelos alternativos de producción y consumo y estimular/ favorecer la participación de la población en las mismas (incluyendo acciones de dinamización, comunicación; bonos para la participación en iniciativas colectivas en sostenibilidad, apoyo a las organizaciones/ asociaciones impulsoras...).
- ✓ Diseñar y difundir herramientas para la acción comunitaria.
- ✓ De forma específica, impulsar acciones/ programas o proyectos a desarrollar en los barrios, crear oportunidades para el impulso de actividades de sostenibilidad en los barrios (por ej: plantear retos o poner en marcha concursos de sostenibilidad entre barrios; aportar fondos para impulsar acciones en el barrio, para fortalecer el rol de las comunidades de vecinos, de los espacios comunitarios y asociativos, colaborar con los centros educativos etc.).
- ✓ Empoderar y fortalecer el rol de las ciudades y entidades locales apoyando y articulando las iniciativas que están poniendo en marcha. Recopilar y difundir iniciativas locales de interés que puedan ser demostrativas y fomentar acciones de intercambio y colaboración, generación de redes entre iniciativas.
- ✓ Generar vínculos y alianzas con algunas redes ya existentes.

Existen algunas redes consolidadas actuando en esta dirección, en concreto en relación a la emergencia climática como es la Plataforma C40 [About C40 - C40 Cities](#) o a nivel nacional [citiES 2030](#) que es una iniciativa para la aceleración y aplicación en España de la Misión de la Comisión Europea de alcanzar 100 ciudades climáticamente neutrales en 2030 y que aspira a convertirse en el principal instrumento de la transformación económica y social que deberán abordar las ciudades europeas para lograr la transición ecológica.



O también en España la plataforma [Ayuntamientos Por el Clima](#) o la [Red de ciudades por el clima](#)

O en otros ámbitos como la alimentación [Red de Municipios por la Agroecología](#)



A nivel regional, existen también diversas plataformas como es el caso de la [Plataforma UDALSAREA 2030](#) impulsada por el Gobierno Vasco.



- ✓ Promover acciones que favorezcan el surgimiento de iniciativas locales: acuerdos a distintos niveles de la administración, programas a nivel nacional que las propicien etc. (incidencia en cuestiones tratadas en otros bloques, como la gestión del tiempo).
- ✓ Puesta en marcha de “laboratorios para la transición socio-ecológica” o “laboratorios del cambio”: espacio de aprendizaje, interacción e interconexión entre actores clave del gobierno, sociedad civil y sector empresarial para, de manera colaborativa, producir conocimiento acerca de la problemática actual del sector energético, los escenarios futuros preferibles, y las posibles estrategias para alcanzar una visión sostenible. Destinados a la co-producción de conocimiento; desarrollo de capacidades colectivas y articulación de actores.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.5. Gestión, disponibilidad y uso del tiempo en los estilos de vida

En primer lugar, es importante entender la centralidad que “el tiempo” tiene en la promoción de Estilos de Vida Sostenibles: incidir en la mejor gestión, uso y disponibilidad de tiempo por parte de la población se presenta como un ingrediente clave para promover la transición hacia formas de vida más sostenibles.

Tiempo disponible –modelos de consumo

La mayor/ menor disponibilidad de tiempo en la vida cotidiana y de forma particular la autonomía y control personal en su organización es una cuestión clave en la transición hacia Estilos de Vida Sostenibles, tal y como muestran los resultados del proyecto de investigación GLAMURS¹³, en el que las elecciones referidas al uso del tiempo ocupan un lugar central en la investigación.

Las formas en la que se organiza el tiempo en la vida cotidiana (hogar, trabajo, ocio...) pueden favorecer, o al contrario obstaculizar la adopción de Estilos de Vida Sostenibles. En este sentido nos encontramos con dos posibilidades, la “aceleración de la experiencia”, que conduce a determinados ajustes específicos de la conducta como puede ser: comer fuera deseada por falta de tiempo para cocinar, coger el coche para dejar a los niños, etc. O en el lado opuesto “la abundancia del tiempo”, experiencia subjetiva de tener suficiente tiempo para hacer las cosas que son importantes a nivel personal. La sensación de disponer del tiempo adecuado y la percepción de tener el control sobre su organización y el tiempo libre aumenta la probabilidad de que los individuos busquen la opción más sostenible a la hora de tomar decisiones (GLAMURS, 2017).

De este modo, la organización y el sistema dominante en la sociedad actual presenta importantes barreras contextuales para la adopción de comportamientos individuales vinculados a la sostenibilidad, empezando por la escasez de tiempo y el complejo equilibrio entre el tiempo de trabajo y el ocio o los valores culturales y las políticas destinadas a favorecer el consumo material intensivo, la super producción, el difícil acceso a determinadas opciones más sostenibles o la falta de efectividad de las mismas (por ejemplo, falta de puntualidad o déficit de servicios públicos de transportes) son otras de las principales barreras en su adopción.

Los análisis en base a distintos tipos de modelos implementados en el marco del proyecto GLAMURS concluyen que las personas pueden incrementar su bienestar subjetivo al disponer de más tiempo para poder dedicar a actividades comunitarias o a sus amigos, en detrimento del consumo material. Se produce no obstante un dilema entre la elección individual (que se dirige al bienestar- prosperidad) y el contexto macroeconómico en el que ésta se desenvuelve: una sociedad hedonista, conectada con un sistema económico que promueve el consumo intensivo. Es decir, la adopción de estilos de vida centrados en la disponibilidad de tiempo y el consumo limitado se tornan complejos en una estructura que va en dirección opuesta. En este sentido, el cambio en las elecciones individuales difícilmente puede prosperar si no se producen

¹³ Ver nota 31.

asimismo cambios colectivos, en definitiva, en el modo en que se organiza la economía. A nivel macroeconómico estos cambios implican necesariamente la reducción del consumo total de la economía y un traslado de los esfuerzos en producción y posterior consumo a la inversión. Inversión en tecnología ecológica para adaptarnos y amortiguar los efectos del cambio climático en el futuro (GLAMURS; 2017).

Incidir en la gestión del tiempo para promover estilos de vida sostenibles

Tras explicar la centralidad que el uso del tiempo y su disponibilidad tiene en la posible adopción de Estilos de Vida Sostenibles, el proyecto GLAMURS propone algunas acciones encaminadas a:

- ✓ Promover un enfoque integrado de estilos de vida sostenibles, que basen las intervenciones de sostenibilidad en la comprensión de la organización de la vida cotidiana.
- ✓ Reducir la jornada laboral y flexibilizarla, permitiendo horarios flexibles y mejorando el equilibrio trabajo/ vida.
- ✓ Crear las condiciones para que se den elecciones significativas de trabajo y tiempo libre puede apoyar la adopción y difusión de elecciones de vida sostenibles.
- ✓ Aumentar el control personal y la autonomía, en cuanto a la organización del tiempo.

En esta línea, Ricardo García Mira, catedrático de Psicología Social en Universidad de Coruña (UDC) y coordinador del proyecto GLAMURS, enfatiza en la entrevista mantenida con Red2Red cómo, desde la pandemia, se están produciendo algunos cambios importantes en las prioridades de las personas:

“La pandemia ha fortalecido la idea de otros tipos de trabajo, el teletrabajo, la conciliación con los cuidados, se abren nuevos campos para explorar... qué sucede cuando ya no es necesario trabajar físicamente en espacios destinados para ello. Es necesario profundizar la investigación en estos temas” (entrevista a Ricardo García).

A su vez, relaciona la mayor posibilidad de tiempo con la posibilidad de realizar actividades generadoras de satisfacción como la vida familiar o interacción con otros miembros de la comunidad.

“(...) Las personas quieren pasar más tiempo en sus comunidades, sus seres queridos, el entorno, y esto a veces les aleja de estilos de vida consumistas. Estos cambios les da mayor satisfacción y bienestar. La gente se da cuenta que para consumir más hay que ganar más, y para eso hay que trabajar más, y eso puede frustrar, porque hay menos tiempo para la vida comunitaria. Empezamos a dejar de ver sentido a lo que hacemos (...) La cuestión de la vida comunitaria es una dimensión relevante, como la formación de la identidad ambientalista que fortalece al individuo” (entrevista a Ricardo García).

De todas estas cuestiones, podemos concluir que si la disminución del consumo que implica la adopción de EVS viene aparejada de una mayor disponibilidad y autonomía en el uso del tiempo podría derivar en mayores niveles de satisfacción individual, y disminuir la frustración que genera el espiral de “trabajar más, para consumir más”. Se trata por tanto un mensaje relevante a la hora de promover el cambio.

En el grupo de trabajo celebrado se comparte la relevancia y pertinencia de trabajar en la disponibilidad y gestión del tiempo para impulsar los cambios en estilos de vida deseados:

“La cuestión del tiempo afecta mucho, vamos todos a la carrera. Es necesaria la flexibilización, “poder cocinar, consumir menos comida elaborada”, esta cuestión merece atención” (Susana Fernández, OCU).

El movimiento SLOW

El movimiento Slow apoya un cambio cultural en el que se promueva la desaceleración¹⁴ y tiene su derivada en los distintos sectores objeto de estudio, como es el caso de:

- ✓ El movimiento **Slow Food**¹⁵ fue fundado en los años 1980 por Carlo Petrini y por un grupo de activistas con el objetivo inicial de defender las tradiciones regionales, la buena alimentación, el placer gastronómico, así como un ritmo de vida lento. Tras dos décadas de historia, el movimiento ha evolucionado para dar cabida a una aproximación global sobre la alimentación, que reconozca las fuertes relaciones existentes entre nuestros alimentos, nuestro planeta, las personas, la política y la cultura. Hoy *Slow Food* representa un movimiento global que implica a miles de personas y proyectos en más de 160 países.

La filosofía *Slow Food* aspira a un mundo en el que todos podamos acceder y disfrutar de comida buena para nosotros, para quienes la producen y para el planeta. Es opuesta a la estandarización del gusto y de la cultura y al poder ilimitado de las multinacionales de la industria alimentaria y la agricultura industrial. La noción de calidad de los alimentos se define por tres principios interrelacionados: buenos, limpios y justos.

- ✓ El turismo, a través del “**Slow Travel**¹⁶” que conduce a nuevas opciones y alternativas de turismo en las que, en lugar del transporte aéreo y en automóvil predominantes, se prima otras alternativas como caminar, la bici, el tren o el bus. Se trata de un antídoto a los ritmos de vida y de turismo acelerados en la que se prima las experiencias centradas en el paisaje, la cultura y la interacción con otros turistas y con la población local.

Entre los principales elementos de esta propuesta se encuentra¹⁷:

- La importancia de la experiencia de viaje hacia y dentro de un destino.
- El compromiso con los medios de transporte utilizados.
- La relación con la *Slow Food*.
- Explorar el patrimonio y la cultura de los lugares a un ritmo más lento.

¹⁴ [The Slow Movement: Making a Connection](#)

¹⁵ [https://www.slowfood.com/es/EspañaSlow\(xn--espaaslow-o6a.es\)](https://www.slowfood.com/es/EspañaSlow(xn--espaaslow-o6a.es))

¹⁶ [Making the connection to place through slow travel \(slowmovement.com\)](#)

¹⁷ J.E. Dickinson et al, 2010.

- Apoyo al medio ambiente mediante la elección del modo de transporte.

Aunque no es su enfoque principal, existe un potencial considerable del *Slow travel* como estrategia para la mitigación del cambio climático y de adaptación para el turismo.

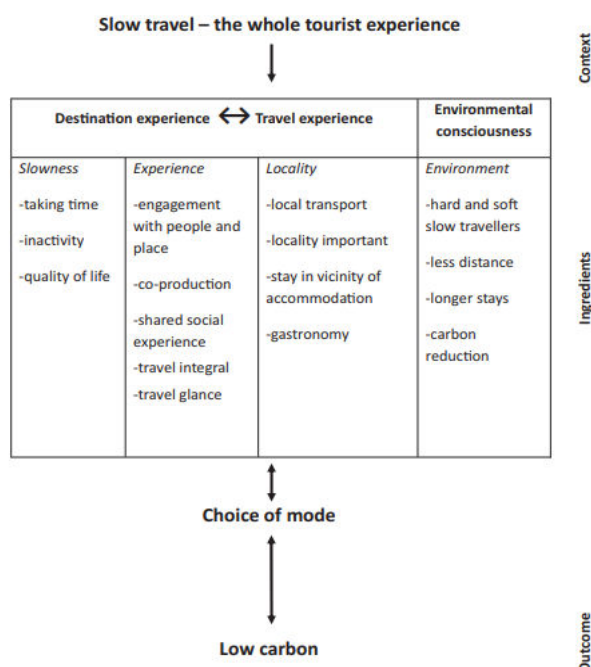


Figura 1. Diagrama conceptual de slow travel. Fuente: J.E. Dickinson et al, 2010.

- ✓ O el textil y la moda, a través del movimiento **Slow Fashion**¹⁸ que en contraposición con la fast fashion promueve una ropa de origen natural, reciclada, cómoda y respetuosa con el medio ambiente y las personas. Se trata de un término acuñado por Kate Fletcher, del Centro para la Moda Sostenible, siguiendo el fenómeno del movimiento de la comida lenta. *Abarca una conciencia y un enfoque de la moda que tiene en cuenta los procesos y los recursos necesarios para fabricar la ropa. Aboga por la compra de prendas de mejor calidad que duren más tiempo, y valora el trato justo de las personas, los animales y el planeta a lo largo del proceso (Intermón Oxfam).*

Propuestas de incidencia: gestión y uso del tiempo

Como punto final y en el marco de la futura acción se presentan posibles propuestas:

- ✓ Difundir, informar y potenciar el debate público en torno a los “usos del tiempo” y su incidencia en la adopción de Estilos de Vida Sostenibles, en línea con la propuesta en curso del Gobierno de poner en marcha a medio plazo una “Ley de los Usos del tiempo”.
- Este esfuerzo puede construirse sobre lo ya avanzado a nivel europeo y nacional. Así, 75 instituciones han firmado el Acuerdo de Barcelona para

¹⁸ ¿Qué es el Slow Fashion? Intermón Oxfam <https://www.tierramadre.org/sostenibilidad/que-es-slow-fashion/>

impulsar la *Red de Gobiernos Locales y Regionales por las Políticas del Tiempo*¹⁹, con el objetivo de compartir conocimientos, intercambiar experiencias y lecciones aprendidas y buenas prácticas sobre políticas del tiempo locales y regionales y estudiando la posibilidad de llevar a cabo proyectos conjuntos, además de presionar para aumentar el reconocimiento de estas políticas en la agenda internacional.

- ✓ Promover y apoyar el desarrollo de actuaciones concretas orientadas a la mejor gestión, disponibilidad y uso del tiempo.

En este sentido, encontramos nuevamente ejemplos de mucho interés en el Ayuntamiento de Barcelona, que podrían ser analizados y trasladados a otros territorios o promovidos a escala nacional:

El [Pacto del tiempo](#) es una iniciativa municipal que busca el compromiso de la ciudadanía y del propio Ayuntamiento, para impulsar acciones en el ámbito de los usos del tiempo que contribuyan a la reducción de las desigualdades sociales, la mejora de la calidad de vida y a la promoción de una economía plural al servicio de las personas. (véase infografía²⁰ explicativa). En su web pueden encontrarse distintas actuaciones a promover por el ayuntamiento o distintas organizaciones, además de recursos de interés.



También en la web de [Usos del tiempo del Ayuntamiento de Barcelona](#) se pueden encontrar diversas iniciativas a impulsar en el barrio, en el trabajo, iniciativas para compartir el tiempo y numerosos documentos de interés.

- ✓ Analizar y difundir propuestas e iniciativas en el marco del movimiento Slow y apoyar, en el marco de los distintos sectores, el desarrollo de proyectos enmarcados en dicho movimiento.

¹⁹ [Barcelona Time Use Initiative](#)

²⁰ [PACTO DEL TIEMPO DE BARCELONA - YouTube](#)
[Inici | Pacto del tiempo de Barcelona | Ayuntamiento de Barcelona](#)

- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.6. El impulso de cambios sistémicos: la necesidad de una reflexión profunda sobre el modelo actual de consumo y producción

Tal y como precisa el sociólogo ambiental y catedrático de la UNED Ernest García en la entrevista mantenida con Red2Red: es importante entender que las opciones y decisiones individuales están determinadas por el marco institucional, socioeconómico que determina las posibilidades reales de elección, esta segunda esfera podría entenderse como *“lo que viene dado”*. No es por tanto posible operar o estimular cambios en las decisiones individuales si no se opera a su vez en el marco/ sus posibilidades de acción.

Del mismo modo, Belén García, responsable del área de Turismo y Urbanismo de Ecologistas en Acción incide en la necesidad de *“hacer comprender como el sistema económico influye en nuestras decisiones”*.

En la misma línea, el filósofo y sociólogo, catedrático emérito de la Universidad de Barcelona Joaquim Sempere, señala en la entrevista mantenida que *“para cambiar el consumo, hay que incidir y transformar las ofertas”*.

El estilo de vida tiene que ver con el consumo, pero no puede ser entendido sin tener en cuenta la producción.

“Esta reorientación implica no sólo autocontención individual, frugalidad personal, menor consumo final de recursos. Implica también acción colectiva, social y política, con miras a reorganizar el entero metabolismo sacionatural, tarea que obviamente no está al alcance de la acción individual. El consumo es político. Como parte del metabolismo sacionatural, el consumo depende de la producción, y no puede intervenir en su configuración si no se interviene a la vez en el modelo productivo, económico y ecológico (...)” (Sempere, 2008).

Las recomendaciones que derivan del proyecto GLAMURS resaltan del mismo modo la necesidad de adoptar un enfoque ecosistémico para acelerar las transiciones con perspectivas multiagente, multitemporales y multinivel.

“Los cambios de estilo de vida y normas sociales hacia prácticas sostenibles ayudan a corto plazo, pero se ven desbordados por las fuerzas del mercado a largo plazo. Además, los cambios dirigidos al consumidor podrían estar contrarrestados por las respuestas de las empresas. Un cambio hacia estilos de vida sostenibles que sea efectivo a nivel macroeconómico requiere una reducción en el consumo total en la economía. A menos consumo, producción más baja y, como consecuencia, reducción de la demanda de energía intensiva en carbono y la contaminación. Además, un cambio hacia la sostenibilidad requiere un movimiento sostenido del consumo a la inversión. En particular, un menor consumo resuelve el problema de cómo responder a la amenaza del cambio climático, que requiere una inversión cautelar. Consumiendo menos, la sociedad libera recursos para invertir en tecnología respetuosa con el medio ambiente y capacidad de producción” (Glamurs, 2016).

“*Recuperar la naturaleza*”, objetivo final de la propuesta de acción en los Estilos de Vida de la Fundación Biodiversidad, nos reenvía necesariamente a una situación de pérdida o separación, cuestión que es más fácilmente comprendida considerando la **crisis socio ambiental** de carácter global en la que nuestra sociedad está inmersa.

Aledo, A. y Domínguez, Jose A. (27:001) destacan tres fenómenos como originarios de esta situación:

- *La perversión de la propia idea de progreso que, de considerarse como un avance en libertad, fraternidad e igualdad, queda reducida a mero crecimiento económico.*
- *La perversión de la ciencia, como un instrumento de control y dominación de la naturaleza y de unos seres humanos sobre otros.*
- *La perversión de la tecnología debido a su aplicación irracional y no sostenible.*

A juicio de los autores, sólo articulando una reflexión sobre estas tres cuestiones se podrá dar pasos en relación a esta crisis, cuya complejidad radica en dos aspectos: en su **multicausalidad**, puesto que los problemas ambientales están íntimamente relacionados con el modelo de producción, la desigualdad y el crecimiento de la población humana; y en que se trata de una **crisis más amplia**, es decir, de «*un modelo de civilización que presenta una relación insostenible con el medio ambiente y que llega a provocar un miedo profundo por la situación de incertidumbre ante el futuro en que nos posiciona*» (Aledo y Domínguez, 27:2001).

En la misma dirección, Ernest García apunta:

“(...) el proceso de la transición implicará transformaciones profundas de los estilos de vida, las pautas de consumo, los sistemas de valores y las formas de la urbanización, así como de muchos otros aspectos de la organización social, y reclamará respuestas proactivas en esas direcciones a los actores políticos y a los movimientos y agentes sociales” (García. Ernest, 2018:93)²¹.

Señala asimismo que ante la necesaria “*transición civilizatoria*” pueden dibujarse varios escenarios, uno de ellos, el menos deseable, de desorganización brusca, rápida y radical próxima al colapso. En todo caso, la idea central es que la superación de los límites del planeta nos conducirá, forzosa o voluntariamente, a la reorganización de la sociedad. La historia nos presenta ejemplos de otras civilizaciones que han extralimitado el uso de sus recursos, y sus derivadas, pero la situación actual, difiere, a juicio del autor, de cualquier antecedente debido a dos aspectos: el alcance espacial (no acotado, sino vinculado a todo el planeta) y la rapidez de los cambios, la gran aceleración. “*Estamos ante una crisis de organización y de aceleración*” (entrevista mantenida con Ernest García).

En la entrevista mantenida con el equipo de Red2Red y ante la cuestión de si es necesario transitar hacia estilos de vida más sostenibles, Joaquim Sempere enfatiza esta cuestión:

²¹ [Ambienta; NIP0 013-17-065-7; ISSN 2605-4787 \(mapa.gob.es\)](https://www.mapa.gob.es/temas/amb/amb-tema.htm)

“(…) la necesidad hay que darla por descontada si se acepta que hemos superado con creces los umbrales de sostenibilidad ecológica. No sólo es necesario: es urgente que la humanidad viva de tal manera que la biosfera y el planeta puedan sostener nuestros niveles de impacto ambiental para que la vida pueda seguir su curso sobre la Tierra, y en particular la vida humana. La situación actual es ya de translimitación, y por eso hay que actuar con urgencia. No se puede seguir agravando la crisis climática. Y para ello los agentes económicos, los que nos proporcionan lo necesario para vivir, han de encontrar ante sí una demanda adecuada, moderada, ahorradora, responsable, que se resume en consumir menos recursos naturales, menos agua, menos energía, vivir más frugalmente, sabiendo que se puede ser perfectamente feliz con bastante menos de lo que los habitantes de Occidente consumimos de promedio. Esa demanda depende de unos estilos de vida adecuados. ¿Posibilidades? Es obligatorio encontrarlas para no llevar a las generaciones que nos siguen a la miseria y la desesperación. Tiene dificultades, y muchas. Pero no hay más remedio, si es que aún nos queda algún sentido de respeto y responsabilidad hacia nosotros mismos como seres humanos” (entrevista mantenida con Joaquim Sempere).

Para el experto es importante entender y explicar que “hemos vivido, al menos durante un siglo en los países desarrollados, con una abundancia excepcional de energía que nos ha permitido adquirir unos hábitos dilapidadores que deben considerarse como auténticos lujos. Y que nos hemos acostumbrado a esa abundancia de energía como la cosa más natural del mundo y que, además, iba a durar eternamente, sin darnos cuenta –o sin querernos dar cuenta– de que esta abundancia tenía fecha de caducidad, y de que esta fecha está ya muy cerca.”

Propuestas desde el Ecofeminismo

El **ecofeminismo** surge a mediados de la década de los 70, en el marco de la segunda ola del feminismo y el movimiento verde. Es un movimiento que conecta la **explotación y la degradación del mundo natural**, y la **subordinación y la opresión de las mujeres**, y que toma la preocupación del ecologismo por el impacto de las vidas humanas en el mundo inanimado, y la visión de género del feminismo, reconociendo que la sociedad moderna subordina, explota y oprime a las mujeres (Mellor, 1997).

► Sobre el ecofeminismo constructivista

El **ecofeminismo constructivista** abordado aquí, a partir de la aproximación de Yayo Herrero (2015), entiende en primer lugar que la relación entre las mujeres y la naturaleza es una construcción social, que proviene desde la división sexual del trabajo que asigna roles y funciones de género, vinculando las mujeres al espacio privado y los hombres a la vida pública.

“Todos los ecofeminismos comparten la visión de que la subordinación de las mujeres a los hombres y la explotación de la Naturaleza son dos caras de una misma moneda y responden a una lógica común: la lógica de la dominación y del sometimiento de la vida a la lógica de la acumulación.

(…)

Para un ecofeminismo constructivista, no se trataría de exaltar lo estereotipado como femenino, de encerrar a las mujeres en un espacio reproductivo, aun cuando fuese visible, negándoles el acceso al espacio público. Tampoco se trata de responsabilizarles en exclusiva de la ingente tarea del cuidado del planeta y la vida. Se trata de hacer visible el

sometimiento, señalar las responsabilidades y corresponsabilizar a hombres y mujeres en el trabajo de la supervivencia" (Herrero, 2015. Pág. 3-4).

El ecofeminismo busca desafiar la subordinación de la ecología y las relaciones sociales a la economía y su obsesión por el crecimiento. Es una invitación a repensar los conceptos de economía, progreso y ciencia, denunciando la contradicción entre el ciclo vital humano y el límite de la naturaleza frente al crecimiento sostenido e ilimitado que busca la economía capitalista. Así, reconoce que la concepción de progreso de las sociedades modernas está errada, pues se basa en la dominación de la naturaleza sin reconocer sus límites, y donde la ciencia se articula en buscar cómo desafiar esos límites.

Por lo mismo, busca volver a unir la separación ficticia entre humanidad y naturaleza, a partir del reconocimiento de los vínculos y las relaciones humanas, reconociendo la vulnerabilidad de los cuerpos y las vidas.

El ecofeminismo quiere recordar que el progreso y el desarrollo no serían posibles sin personas dedicadas en tiempo y energía a cuidar a otras. Se trata de reconocer la importancia de la interdependencia humana, y el rol de cuidado que ha sido tradicionalmente delegado a las mujeres (en la división sexual del trabajo), al espacio privado.

El propósito del ecofeminismo es entender que la crisis ecológica es también una crisis de relaciones sociales, pues trata de reconocer la dependencia de las relaciones humanas y los cuidados, para un desarrollo económico y progreso alejado de la individualidad.

En una aproximación ecofeminista, la producción debe ser entendida incluyendo el mantenimiento de la vida y el bienestar de las personas, satisfaciendo necesidades humanas desde la equidad, y visibilizando la dependencia de la economía respecto a la naturaleza a los cuidados de las vidas humanas.

Hacia dónde se orienta el ecofeminismo

Reconociendo los límites del planeta para abordar las demandas de crecimiento del modelo económico global, está claro que hay que repensar los modelos. En la línea de Herrero (2015), el ecofeminismo reconoce que reducir la presión sobre el planeta debe hacerse **situando como prioridad el bienestar de las personas**, pasando de una cultura de la suficiencia y autocontención material, a una basada en la relocalización económica y el fomento del comercio de proximidad, la restauración y revalorización de la ruralidad, la transformación de la movilidad, el reparto de la riqueza, la reproducción de la vida y el bienestar como centrales.

Se trata de avanzar a un proceso de reorganización del modelo productivo, y de los tiempos y trabajos de las personas, buscando formas de socialización, organización social y económica libres de un modelo que prioriza lo monetario sobre la vida.

Por último, para Alicia Puleo (2011), en última instancia el ecofeminismo hace preguntarnos sobre:

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

- ¿Qué papel se reserva a las mujeres en la futura sociedad de desarrollo sustentable?
- Gran parte de la emancipación femenina se ha apoyado en la industrialización, ¿qué ocurre con la mirada internacionalista y las mujeres que viven en países empobrecidos?
- ¿Cómo organizaremos la infraestructura cotidiana sin sacrificar los todavía inciertos márgenes de libertad de las mujeres?

La reducción de consumo y producción: decrecimiento y cultura de la suficiencia

Los espacios y recursos naturales se encuentran sometidos a una triple presión: el progresivo aumento de la población, el consumo intensivo y el tipo de tecnologías empleadas que comprometen su sostenibilidad. Transitar hacia modelos de vida más sostenibles implica necesariamente alcanzar un nuevo equilibrio en relación a estos tres elementos: control demográfico, uso de tecnologías menos contaminantes y más eficientes en la utilización de recursos y regulación del consumo, dirigiéndonos hacia una norma cultural que regule la satisfacción de necesidades y que abandone la lógica de la “expansión ilimitada” a favor de la “suficiencia” (García, E. 2004). En esta línea la “Cultura de la suficiencia” término acuñado por el sociólogo Ernest García es el sistema de valores, normas y estilos de vida capaz de regular el equilibrio entre las tres cuestiones mencionadas. En este marco cultural se produce una renuncia a la posesión y consumo de bienes y servicios a cambio de obtener una mayor satisfacción en términos de intercambios no mercantiles con otros seres humanos o de los servicios que ofrece el medio ambiente.

El crecimiento económico inducido por el capitalismo intensifica el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos a un ritmo superior al que el medio es capaz de asimilar. A esto se une el progresivo aumento de la población y el aumento de las personas con aspiraciones de estilos de vida con un elevado impacto ecológico. Esta progresión se plantea en un medio biofísico con límites definidos. El acercamiento a esos límites supondrá necesariamente un nuevo equilibrio entre recursos y población, es decir, conducirá inevitablemente a abandonar la lógica del crecimiento ilimitado y conllevará un inevitable decrecimiento que puede producirse de una forma ordenada y planificada, acordando la distribución de los costes, o al contrario de forma caótica y desordenada y mediado por conflictos redistributivos por los recursos existentes (Sempere, 2008).

Una apuesta por el primero de estos escenarios de decrecimiento planificado implica necesariamente, en línea con la adopción de estilos de vida más sostenibles, la aceptación de reducciones de consumo, mayores cuanto mayor sea el exceso o despilfarro de los niveles de partida. Lo que más allá de la cuestión individual trae consigo cambios estructurales y macroeconómicos que modifiquen el actual sistema de producción expansivo, basado en la ampliación constante de la producción en venta – y por tanto del estímulo a los potenciales compradores para que consuman los productos en el mercado- con el objetivo de ampliar la acumulación de capital.

Consumo y producción intensiva se presentan por tanto como dos caras de la misma problemática (Sempere, 2008).

En respuesta a esta situación, tal y como apuntábamos previamente, se hace preciso encaminarse a la “suficiencia”: abstenerse de los consumos excesivos y los despilfarros, lo que requiere no sólo de la autocontención individual, sino también medidas coercitivas impuestas desde las instituciones que imponga el interés general al particular: a medida que aumenta la masa crítica de personas con conciencia de sostenibilidad este tipo de medidas (por ejemplo restricciones a la circulación de automóviles) son apreciadas como una “*auto imposición de la sociedad*”.

Preparase para la transición, superar los obstáculos

El proceso de transición en curso implicará transformaciones profundas de los estilos de vida, las pautas de consumo, los valores... la organización social en su conjunto. Joaquim Sempere apunta “*el problema no está en la sociedad de llegada tras el ajuste, sino en el ajuste y transición que va antes*”, la felicidad es algo relativo y dependiente de las expectativas, que tendrán necesariamente que ajustarse a las posibilidades.

El acento de este proceso debe ponerse en “*generar un proyecto ilusionante de reorganización colectiva*” y para ello, como sucede en toda emergencia, es necesario “*actuar en colectivo y con solidaridad*”.

En todo caso, es también importante visibilizar de forma clara nuestra actual vulnerabilidad: *¿qué pasa si no disponemos de energía para que lleguen suministros, alimentarios, por ejemplo, a las ciudades?*, se pregunta el autor. Un alarmismo excesivo podría resultar paralizante, pero es necesario que el mensaje quede claro: “*estamos ante un riesgo muy importante, y nos tenemos que organizar con tiempo*”.

Y para ello, hay cuestiones que deben trabajarse / consolidarse, para que la sociedad que reciba estos ajustes, frutos del proceso de transición, esté preparada para reaccionar: estos aspectos están relacionados con reconstruir el tejido social, la acción colectiva y la solidaridad. “*Que exista o no ese clima y ese poso, puede hacer la diferencia*” enfatiza el experto.

En la misma línea, Ernest García, señala que la necesaria reorganización económica y política podría producirse de un modo ordenado, más o menos organizado y voluntario, dando paso a una sociedad menos expansiva y menos acelerada que la actual pero capaz de mantener una vida civilizada y unos niveles suficientes de bienestar. O, por el contrario, podría producirse a través de un colapso catastrófico con formas extremas de conflicto social y de descomposición institucional (García, Ernest 2016)²². Para dar paso a la primera vía, se hacen necesario:

- ✓ La construcción social de niveles altos de cohesión social.
- ✓ Solidaridad internacional.
- ✓ Conciencia anticipatoria.

²² (PDF) “Translimitación y cambio climático” (researchgate.net)

✓ Creatividad cultural y liderazgo imaginativo.

En esta dirección hay tres medidas regulatorias “mercado, estado y comunidad”, las propuestas y regulaciones existentes (mercados de emisiones, cuotas, tasas o cartillas de racionamiento, etc.) combinan ambas dimensiones. *“Sigue habiendo muchas propuestas que persiguen “forzar las cosas a través de la tecnología”, pero esto tiene un límite y cuanto más se haya forzado más profunda será la caída”, señala el autor que afirma “Las intervenciones lineales están condenadas al fracaso, conociendo como conocemos, la compleja dinámica social, sistémica”*

Superar los obstáculos

Entre los obstáculos al proceso de transición, Joaquim Sempere apunta, en primer lugar, la actitud de quienes, bajo el discurso de *“que ellos (los gobernantes, los poderosos) hagan algo”* no se sienten interpelados. En este sentido, el sociólogo destaca:

“(…) tenemos el deber de informarnos, pensar, debatir, contribuir a configurar una opinión pública exigente, de presionar a los poderes económicos y políticos, de salir a la calle a protestar, de votar a quien se compromete con los cambios necesarios (o abstenernos de votar como protesta), etc. Pero añado otra cosa: no basta con tener opinión. Debemos también tomar iniciativas para vivir de otras maneras ya hoy, y en esta sociedad. Esto puede tener impactos ejemplarizantes para que muchas otras personas comprendan que otros mundos son posibles.”

Otro obstáculo es nuestra impotencia a la hora de tratar de cambiar lo que hay, *que se nos aparece como una mole inamovible.*

“(…) Vivimos en el seno de un sistema socioeconómico mundializado, en el que cada persona depende de millones de otras imbricadas todas ellas en una red de interdependencias que dificulta mucho cualquier cambio. Este sistema tiene muy escasa resiliencia, o capacidad de resistencia. Si fallan algunos de sus elementos vitales todo se puede venir abajo. Basta pensar, por ejemplo, en el suministro de energía. La energía hace posible la alimentación, el transporte, la industria, la vida doméstica, todo. (...) Sin embargo, creo que en este peligro estratégico puede haber uno de los secretos de la salida a esa crisis de que estamos hablando, porque si falla la energía será absolutamente obligado replantearse muchas cosas y organizarlo todo de tal manera que funcione sobre otras bases.”

La dificultad mental para asumir la gravedad de la situación es otro de los obstáculos al cambio que destaca el experto:

*“Deriva de un rasgo psíquico universal: negarse a ver lo que nos amenaza mientras todavía no nos golpea de lleno (...) Mientras nos dominen estos mecanismos mentales será imposible generar una voluntad colectiva eficaz de poner remedio al daño. Me temo que sólo se desbloqueará esta parálisis cuando la mordedura de la crisis sobre nuestras vidas obligue a reaccionar. Pero mientras tanto no podemos quedarnos de brazos cruzados, tenemos que **explicar y preparar el terreno** para cuando la escasez caiga sobre nosotros.”*

Por último, el catedrático emérito enfatiza la dinámica económica vigente, que tiene una tendencia intrínseca para acumular capital, en lugar de satisfacer necesidades: *si sigue prevaleciendo la lógica capitalista se pueden tomar muchas iniciativas no*

convenientes, que compliquen la situación en vez de resolverla a favor de las mayorías sociales.

Ernest García, enfatiza asimismo la necesidad de analizar y entender los obstáculos y barreras a la acción, y actuar sobre ellas, entre ellas destaca:

- Barreras institucionales: el estilo de vida de la gente está condicionado por “cuestiones” que no son de su elección: el sistema actual está programado para promover el consumo de recursos.
- Se produce un “dilema de concreción”: se considera deseable un determinado objetivo, la sostenibilidad, pero todos los medios para alcanzarlo no se consideran deseables (por ej. Actuar sobre la demografía, el decrecimiento, etc.).
- Esto nos somete a una situación de doble vínculo: coexisten dos mandamientos contradictorios. No podemos negar la crisis ecológica, al mismo tiempo no nos parecen aceptables las soluciones y esto puede conducir a la inacción.

Ante todas barreras, algunos teóricos señalan que “*solo rompiendo el tablero*” cambiando las reglas del juego es posible avanzar.

La escasez de energía, y también de otros muchos recursos y materiales nos conduce a la necesidad de reorganización pudiendo producirse, como ya apuntábamos previamente,

“Una reacción inmadura de no aceptar la realidad y tratar de prolongar los estilos de vida despilfarradores actuales o admitir que hemos vivido de ilusiones e imprevisión, despilfarrando recursos finitos, y poner los medios de rectificar, ajustando nuestras vidas a recursos menos abundantes de lo que creíamos. Sabiendo, además, que podemos vivir digna y satisfactoriamente con mucho menos a condición de repartir los recursos más equitativamente y de dar prioridad a lo importante sacrificando lo superfluo. Y ¿qué es lo importante? Por supuesto, comida, vivienda, sanidad y educación. La lucha por la igualdad será fundamental para una transición lo más justa y pacífica posible. Y la buena administración de unos recursos más escasos también: esto es mayor peso de lo público en la toma de decisiones, con intervención y planificación al servicio del interés colectivo” (entrevista a Joaquim Sempere).

¿Hacia un racionamiento de los recursos?

Una acción recomendable es aquella que incorpora de forma sintética ambas esferas, la individual y la sistemática, y por tanto supera las “*soluciones parciales*” en las que “*lo avanzado por un lado se descompensa por otro*”, apunta Ernest García en la entrevista mantenida en el marco de este trabajo, e invita a analizar algunas propuestas inspiradas en la “*cartilla de racionamiento del carbón*” utilizada el siglo pasado en Reino Unido. Esta propuesta, adoptada democráticamente, incorpora la parte institucional y conecta también con las cuestiones individuales.

Bajo el título ¿Es la hora del racionamiento?, el artículo de Eric Lluent publicado en La Marea en octubre de 2020²³ concluye que “el racionamiento ha demostrado ser una estrategia eficaz para regular el mercado en un momento de crisis” y presenta algunas experiencias en esta dirección. Por ejemplo, [The Fleming Policy Center](#) en Reino Unido ha ideado un sistema de racionamiento del consumo de CO2.

Su modelo se basa en cuotas domésticas transferibles, o TEQ's, por sus siglas en inglés, consiste en racionar el consumo mediante cuotas para individuos, empresas y administraciones, fijando un máximo nacional y permitiendo su compraventa. En la práctica, el sistema TEQ's ofrecería de forma gratuita a todos los ciudadanos unos puntos con los que cubrir su gasto semanal de dióxido de carbono, que serían utilizados como una moneda. Las personas que gastaran menos de lo permitido podrían vender sus puntos sobrantes, mientras que las que tuvieran una mayor necesidad de consumo deberían comprarlos en un mercado centralizado y con precios oficiales (Eric Lluent, 2020).

La *tarjeta de carbono* consiste por tanto en asignar cuotas individuales de carbono, es decir, el derecho a emitir una cantidad definida de gases de efecto invernadero durante el año. Su objetivo sería reducir el consumo de energía relacionado con la vivienda (gas, petróleo, electricidad) y el transporte (gasolina y billetes de avión).

En la misma dirección, Mathilde Szuba, miembro del Momentum Institute y profesora de Sciences Po Lille²⁴ considera “la tarjeta de carbono” como una alternativa al impuesto del carbono más justa y eficaz desde el punto de vista social. La autora ha analizado la posible articulación práctica de esta propuesta y considera que es más eficaz que los impuestos al carbono, ya que normalmente no son proporcionales a los ingresos, *y por lo tanto golpearán a los más pobres, mientras que siguen siendo indoloros para los más ricos*. La tarjeta de carbono, en cambio, garantizaría un límite en la cantidad de emisiones de carbono y permitiría repartir de forma más equitativa los esfuerzos de reducción de las emisiones: cada persona tendría derecho a la misma cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero.

En definitiva, en un contexto de recursos limitados, los autores consideran que es preciso cambiar la negativa percepción del “racionamiento”, que se asocia a limitación, ya que lo que propone es una “distribución justa y acordada de recursos, efectivamente escasos”

²³ [¿Es la hora del racionamiento? - Climática \(lamarea.com\)](#)

²⁴ [Plutôt qu'une taxe, une carte carbone pour tous ? \(socialter.fr\)](#)

Propuestas de acción: impulso cambio sistémico

Como punto final y en el marco de la futura acción se presentan posibles propuestas:

- ✓ Avanzar, a través del apoyo a la generación de conocimiento en la definición de propuestas que, de forma sintética, articulen las dos esferas, individual e institucional. Analizar las propuestas que se están proponiendo y definiendo en otros contextos, como es el caso de “la carta de carbono”.
- ✓ Fomentar el debate e introducir en la agenda pública que es necesario limitar nuestro consumo de acuerdo a los recursos finitos disponibles: visibilizar de forma clara la situación actual de vulnerabilidad, ante la escasez de recursos, y la necesaria reorganización de consumos, producciones y sociedad en su conjunto.
- ✓ Este nuevo consenso y la adopción de criterios compartidos de “autocontención” solo pueden alcanzarse a través del diálogo, el intercambio entre todas las esferas y el fomento de la gobernanza.
- ✓ Impulsar acciones que en línea con las propuestas del ecofeminismo relacionadas con la relocalización económica y el fomento del comercio de proximidad, la restauración y revalorización de la ruralidad, la transformación de la movilidad, el reparto de la riqueza, la reproducción de la vida y el bienestar como centrales.
- ✓ Explicar y preparar el terreno para el cambio: promover acciones y apoyar proyectos que, con una mirada a medio -largo plazo, y favorezcan la organización de la sociedad, el tejido social y la cohesión social, la solidaridad, la conciencia anticipatoria y la creatividad cultural y nuevas formas de liderazgo.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

2.7. Cambio de narrativas: articular un reto colectivo de transición socio- ecológica.

La transición hacia estilos de vida más sostenibles es entendida, por el conjunto de personas expertas entrevistadas, como un reto colectivo. Necesitamos construir un nuevo pacto social ante este reto colectivo. *“Vivimos momentos de confusión y desconcierto en el que **es más necesaria que nunca una nueva narrativa y ética de esta transición económica, social y medioambiental para reconstruir los lazos emocionales con la sociedad y acordar un nuevo contrato social**”,* señala Pau Solanilla, fundador de Sostenibles.org: *“Hemos de tener la humildad de reconocer que solos no podemos gestionar algunos de los problemas a los que nos enfrentamos. Necesitamos una gestión basada en una multiplicidad de relaciones y actores. Una inteligencia colectiva distribuida basada en el poder de la colaboración”* (Solanilla 2020).

En la misma dirección, Pilar Martínez, de la Fundación Daniel y Nina Carasso, destaca *“el poder de las alianzas, de la inteligencia colectiva y del fomento de conexiones improbables entre agentes”* como una forma de asumir este reto colectivo. *“Es preciso poner en marcha iniciativas en las que todo el mundo pueda aportar”*.

Joaquim Sempere, catedrático emérito de la Universidad de Barcelona, apunta en sus reflexiones aportadas al proceso de elaboración de este trabajo *“(…) hará falta generar un clima moral y social favorable al proceso: convencer, sobre todo a los más jóvenes, de que hay un país nuevo y una sociedad nueva por construir. Hace falta un proyecto colectivo atractivo. El lenguaje público dominante es demasiado individualista: sólo ofrece proyectos de promoción individual. Sin embargo, el momento es propicio para lanzar la idea de proyecto colectivo (...). Hace falta crear un clima de salvación colectiva que fomente la implicación ciudadana”*.

En línea con la necesidad de configurar un “proyecto colectivo atractivo”, una de las cuestiones planteadas en las entrevistas realizadas por Red2Red en el marco de este trabajo es precisamente esta: ¿cómo lograr dicho atractivo?, cómo se puede estimular al conjunto de la población a querer participar y asumir este reto colectivo, máxime cuando algunos de los pasos necesarios requieren esfuerzos y ajustes.

Joaquim Sempere, manifiesta, como ya hemos mencionado previamente, que la felicidad es algo relativo y dependiente de las expectativas *“Las expectativas se tendrán necesariamente que ajustar a las posibilidades y esas nuevas expectativas podrán ser igualmente estimulantes y ofrecer “felicidad”: el problema no está en la sociedad de llegada, sino en el proceso de ajuste y transición que va antes. **En todo caso, el acento puede ponerse en generar un proyecto ilusionante de reconstrucción /reorganización colectiva**”*

En la misma línea, como hemos comentado en los puntos precedentes, Ricardo García Mira, destaca la importancia de promover el cambio apoyándose en las motivaciones de las personas, en aquellos elementos como la interacción y la disponibilidad de más tiempo, que son fuente de bienestar y que pueden verse fortalecidos en un proceso de transición.

En conclusión, se considera importante, sin obviar los esfuerzos y ajustes necesarios, enfatizar los aspectos positivos que derivan de este proceso de transición. En esta

dirección existen propuestas como el empleo del índice de “Felicidad Interior Bruta”²⁵ que ponen el acento en los beneficios derivados de este proceso de transición.

Imagen 1. Los nueve reinos y los treinta y tres indicadores de la Felicidad Interior Bruta (GNH, por sus siglas en inglés). Fuente: Ura *et al.*, 2012.



Por otro lado, en el grupo de trabajo celebrado en el marco de este estudio se señala que la estrategia para movilizar y cambiar los estilos de vida de la población no debe enmarcarse solo en “los argumentos de sostenibilidad”, lo que muchas veces puede ser reducido solo al cambio climático y a problemas futuros o de largo plazo. La atracción pasa por vincular también estas transformaciones a los cambios locales, a la acción en áreas de impacto concretas y cercanas, como lo es la movilidad o el empleo.

“A la gente ya no se le puede movilizar solo por sostenibilidad (...) sostenibilidad se asocia al cambio climático, un problema a largo plazo. Pero para atraer y pasar a la acción, hay que unirlo a qué cambios se generan en lo local. Ligarlo a movilidad, empleo, etc.” (Belén Ramos, OCU).

Además de profundizar en estos nuevos enfoques, es importante atender a nuevas formas de comunicación más efectivas, así como a otras cuestiones, como los nuevos liderazgos y referentes, o la importancia de fortalecer nuevas formas de gobernanza.

²⁵ [Felicidad Interior Bruta: el decrecimiento como alternativa de desarrollo de vida - Ecología Política \(ecologiapolitica.info\)](http://ecologiapolitica.info)

El contexto de crisis actual requiere nuevas formas de comunicación por parte de las instituciones que fortalezcan la empatía y la conexión emocional con la sociedad:

“Las instituciones no pueden ser únicamente potencias declarativas, tienen que liderar la emergencia de un nuevo paradigma político, social y económico. Un cambio de ideas, de discurso, de actitudes, de aptitudes, y por supuesto, de políticas, que debe ir acompañado de una nueva forma de comunicar”²⁶ (Solanilla, 2021).

El experto destaca la necesidad de interpretar el estado emocional de la población y de sus distintos sectores, y actuar con “empatía”, especialmente con aquellas personas y colectivos más vulnerables al proceso de la transición: *es especialmente relevante que se sientan escuchados y acompañados en el proceso, en caso contrario, buscaran reconfortar su situación con opciones y propuestas que van en contra de los valores de la sostenibilidad (entrevista mantenida con Pau Solanilla).*

La educación y la comunicación son básicos y prioritarios: la población debe estar bien informada y sensibilizada sobre el momento histórico en que vivimos, lo que nos jugamos y las acciones a emprender para rectificar lo que haga falta, señala Joaquim Sempere.

Common Cause (2013)²⁷ postula que, para generar transformaciones a largo plazo, que trasciendan los comportamientos y promuevan una cultura activa de cambio hacia los EVS, es necesario **realizar profundas transformaciones de los valores y las percepciones sociales** sobre el medio ambiente y la sostenibilidad. La premisa de partida es que las personas no son “racionales”, las emociones y los valores son por tanto cruciales para determinar cómo procesamos la información.

En ese sentido, se postula una estrategia de comunicación de masas llamada **cambio de narrativas**. Estas narrativas sociales pueden ser modificadas por medio de procesos de comunicación que busquen conectar con los valores dominantes presentes en la sociedad, e introducir nuevas narrativas orientadas a estos nuevos estilos de vida. Se indica en su publicación: *“si somos capaces de entender cómo se relacionan los valores con determinados estímulos, podemos ser capaces de generar un cambio en los sistemas de valores de las personas, logrando una mayor inclinación hacia procesos de conservación de la naturaleza y de nuestro entorno social”.*

Los valores nos motivan a actuar y afectan a nuestras actitudes. Tal y como muestra el siguiente gráfico tomado de la publicación *Common Cause*, podemos diferenciar entre valores intrínsecos (autodirección, altruismo y universalismo) fuertemente asociados a comportamientos que benefician al medio ambiente y la sociedad; y extrínsecos, que reducen la disposición a actuar a favor del medio ambiente (poder, aspiraciones hedonistas, logros).

²⁶ [La nueva era de la comunicación verde: nuevas relaciones y coaliciones en el mundo físico y digital. – SOSTENIBLES](#)

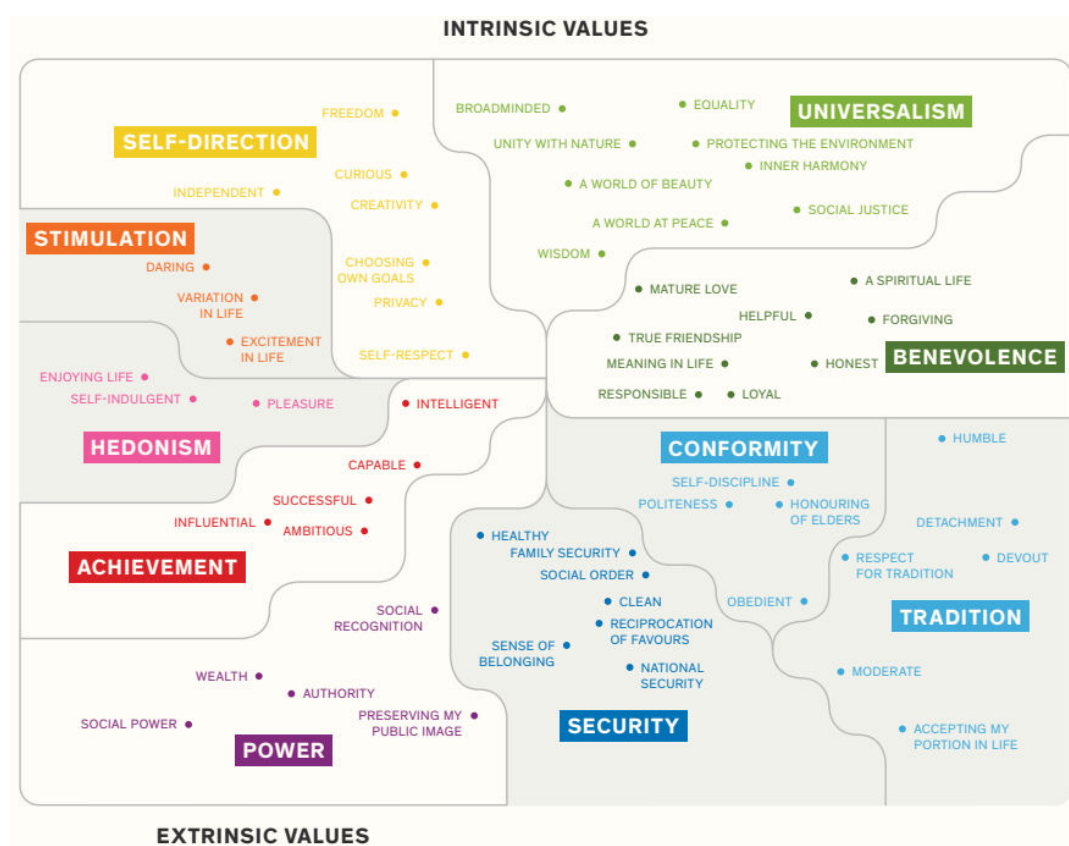
²⁷ Blackmore y Holmes, Common Cause for Nature: Finding values and frames in the conservation sector, 2012

https://talk.eco/wp-content/uploads/Common_Cause_for_Nature.pdf

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

Si una persona prioriza los **valores intrínsecos** (como igualdad o unidad con la naturaleza), es más probable que exprese su preocupación por el medio ambiente y otras personas; mientras que quienes priorizan **valores extrínsecos** (como el poder y la riqueza), muestren menor preocupación por la naturaleza y las demás personas.

Se debe entender que no hay arquetipos y ambos tipos de valores coexisten en las personas, y la priorización de unos sobre otros van variando en el tiempo. Lo que sí sucede es que **cuando se compromete un valor, es posible que los opuestos disminuyan en importancia, en tanto son contrapuestos**. Por ejemplo, si se reflexiona sobre la importancia de la riqueza y el estatus, es probable que disminuya la motivación a actuar respetuosamente con el medio ambiente.



Fuente: Common Cause (2013) [Common_Cause_for_Nature.pdf \(talk.eco\)](#)

La publicación, que está orientada a apoyar las labores de comunicación de las organizaciones medioambientalistas, ofrece también valiosas recomendaciones para la labor a acometer por la Fundación Biodiversidad como son:

Recomendaciones sobre los tipos de valores:

- Animar a las personas a explorar y ser creativas. En las comunicaciones analizadas se tiende a apelar a valores intrínsecos de autodirección, pensamiento y acción independientes, el explorar y el crear; cuestiones positivas que deberían mantenerse.

- Comunicar sobre lo increíble de la naturaleza y por qué necesita protección; se trata no solo de pedir ayuda, sino de explicar el porqué. Un ejemplo es en vez de decir *“¿nos ayudarás a salvar a los animales de la extinción?”*, decir *“La vida silvestre es increíble y todas las personas deberíamos cuidar y disfrutar”*.
- Hablar de las personas. Son múltiples las formas de involucrar las motivaciones intrínsecas, como pueden ser llamados a la comunidad, lealtad, justicia y tolerancia; los que podrían motivar la preocupación por el medioambiente.
- Evitar utilizar valores conflictivos entre sí, por ejemplo, la riqueza junto a la protección del medio ambiente, que podrían causar confusión y no motivar a las personas.

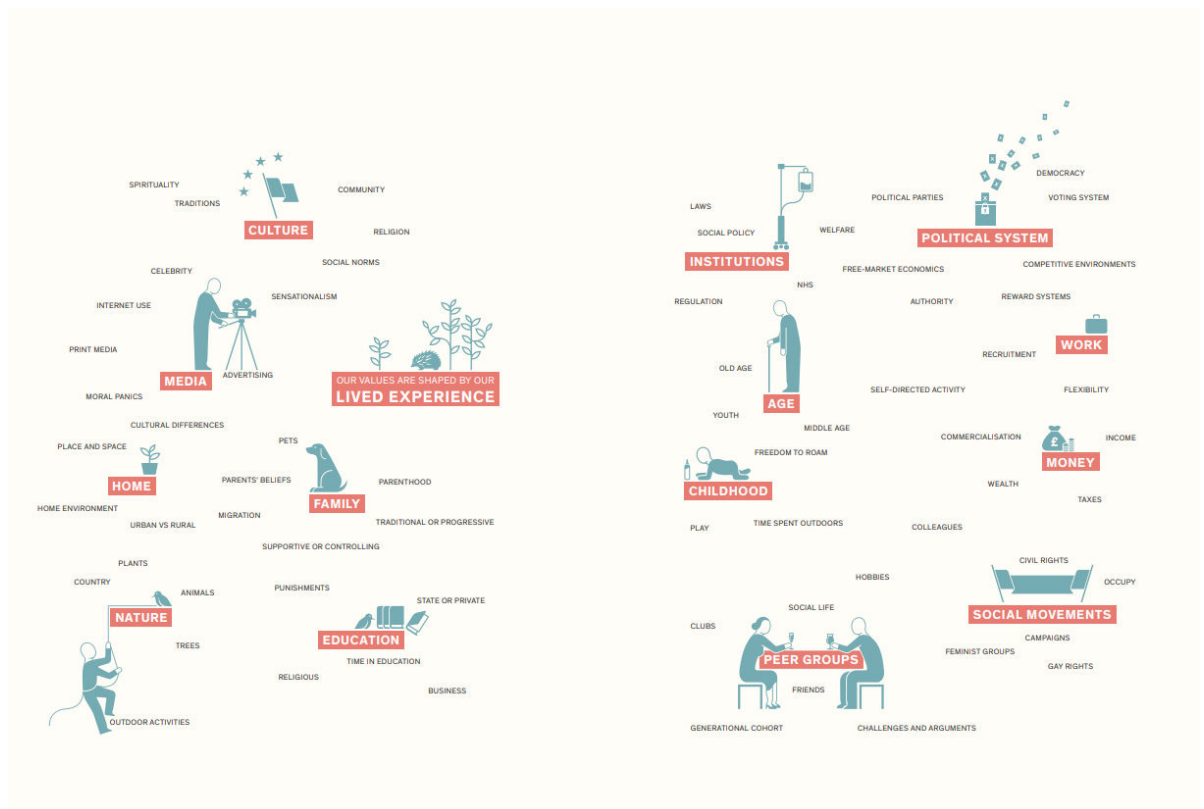
Recomendaciones sobre la segmentación de públicos objetivos:

- Adaptar los mensajes a diferentes audiencias no debe significar apelar a valores extrínsecos. Las comunicaciones deben variar según las audiencias, por ejemplo, mensajes diferenciados a la ciudadanía que a las autoridades y el sector público. Siempre que sea posible, la comunicación debe fomentar los valores intrínsecos. Un ejemplo es que con audiencias gubernamentales el énfasis puede estar en los sentimientos de las personas que son parte de una organización (*“hablamos por nuestros miembros que sienten que la naturaleza y la vida son importantes y nos beneficia a todos”*).
- La apelación a los valores intrínsecos no siempre tiene que mencionar al medio ambiente. Se puede aumentar dicha preocupación de manera indirecta, apelando a temas como la justicia social, la paz, la afiliación y la independencia.

El artículo también presenta la importancia de los **“frames” o marcos**, que son el **modo en que se genera una conexión con los valores a través del lenguaje**. Cada palabra o concepto está asociado a una serie de palabras, recuerdos, emociones y valores; y el marco constituiría dicho conjunto de asociaciones. Así, cambiar palabras y frases o crear distintas asociaciones entre conceptos permitirá influir en la forma en que se entiende una situación.

Los frames centrados en la conexión con la naturaleza están fuertemente vinculados a los valores intrínsecos, que ayudan a promover los comportamientos pro ambientales. Es por ello que se recomienda utilizarlos con frecuencia.

- Evitar centrarse en beneficios individuales.
- Focalizarse en qué es lo que genera inspiración de los espacios libres y la naturaleza.
- Centrarse en otras actividades intrínsecas a desarrollar en el mundo natural.



Fuente: Common Cause (2013) [Common_Cause_for_Nature.pdf \(talk.eco\)](#)

También se generan **recomendaciones para conectar con el público** y vincular a la ciudadanía a la naturaleza:

- Apoyar y crear más espacios verdes y urbanos de encuentro, colaborando con comunidades escolares y ambientales ya existentes.
- Fomentar la conexión práctica con la naturaleza, a través de grupos.
- Promover que la gente salga al aire libre y utilice los espacios públicos, abordando las barreras de la actividad al aire libre, como la seguridad vial.

Sobre las relaciones con los gobiernos, administraciones y autoridades locales, Common Cause recomienda:

- Evitar reformar “frames” de valores extrínsecos utilizados en el lenguaje de la administración, sugiriendo lenguajes alternativos.
- Definir campañas positivas que celebren la vida silvestre, que alienten al público a comprometerse con su protección. Considerar que, si todo el entorno se considera como amenaza, las personas pueden sentirse impotentes y desmotivadas a actuar.

Por último, cabe destacar la recomendación de dar seguimiento y evaluar las campañas de comunicación puestas en marcha: repensar cómo medir el éxito conforme a los valores, creando indicadores para medir los comportamientos que se busca generar.

Nuevos liderazgos y ejemplaridad de la administración ante un reto colectivo

El avance en la sostenibilidad no se puede basar en “demandar cambios a la población”, responsables e instituciones públicas deben lanzar un mensaje claro y coherente a través de sus acciones, destaca Pau Solanilla en la entrevista llevada a cabo por Red2Red.

- En este sentido, el experto destaca la necesidad de promover, en todas las instituciones y niveles de la administración, la Compra Pública Verde y la Contratación Pública Verde.
- Incorporar principios vinculados a la sostenibilidad (principio de no causar daño significativo, targeting climático, aplicación de la taxonomía verde, procesos de evaluación ambiental, etc.) en todas las decisiones de inversión. Evaluar y dar seguimiento a los efectos ambientales de todos los programas puestos en marcha.
- Llevar a las instituciones y a la administración nuevas formas innovadoras y alternativas de funcionar, que ahora mismo se están impulsando en “los márgenes”.

Las ideas y los valores se acreditan con las acciones. La ejemplaridad de los líderes políticos y técnicos de la administración es, a juicio del experto, una cuestión de suma importancia: ¿qué señales envían a la población? ¿Cómo se mueven, en qué transporte? ¿qué tipo de consumo promueven?, etc. Las señales que los líderes lanzan a la sociedad en relación al reto de la sostenibilidad son una cuestión clave. Especialmente en tiempos de crisis se requieren los nuevos liderazgos capaces de generar seguridad en la incertidumbre y de tener un relato audaz, inclusivo y movilizador (Solanilla, 2020)²⁸.

En esta línea, en el grupo de trabajo celebrado se enfatiza la Compra Pública Ecológica (CPE) como una palanca fundamental para el fomento de cambios hacia EVS. Su implementación desde las Administraciones Públicas puede ser un primer paso y un ejemplo para el resto de la sociedad y entidades. En el taller se comparten diversos enfoques y vías de trabajo en esta dirección. Desde el MITECO se está trabajando en una guía práctica que cualquier redactor de pliegos debe tener en cuenta.

“Se pretende con ello que los contratos lleven una reflexión sobre la compra pública ecológica. Todo es voluntario, ahora mismo. Una aspiración futura es lograr una mejor aplicación del “Plan de Contratación Pública Ecológica” (Rosa Xuclá, MITECO).

Hacer emerger nuevos referentes y potenciar la influencia de grupos posicionados

Tal y como señalábamos en el apartado relativo a la participación social y colectiva, una de las ideas enfatizadas por el catedrático Ricardo García Mira, es la necesidad de que el comportamiento sostenible de algunos grupos minoritarios de la población pase a ser norma social, lo comúnmente aceptado. En este sentido, la Teoría de la influencia

²⁸ RESILIENTES: liderazgo, seguridad y sostenibilidad en la era de la incertidumbre [RESILIENTES_final_eBOOK revisado.cdr \(sostenibles.org\)](#)

minoritaria o teoría de la conversión, nos muestra cómo, a lo largo de la historia se han experimentado cambios en las creencias, costumbres y formas de ser de distintos grupos sociales, que antes de convertirse en una opinión mayoritaria, fueron defendidos sólo por una minoría. *“Es recomendable trabajar de la mano de esos grupos minoritarios con capacidad de influencia en la sociedad, que son aquellos que han mantenido a lo largo de los años un discurso coherente y consistente”*, señala el catedrático.

Por otro lado, Pau Solanilla señala que es importante hacer emerger nuevos referentes en el ámbito de la sostenibilidad que tengan una influencia en el conjunto de la sociedad: personas de todos los ámbitos: deporte, cultura, distintos sectores productivos, personas expertas...

“(…) implicar y colaborar con personas que sean referentes de la sociedad en distintos ámbitos, que tengan un discurso y acción coherente en materia de sostenibilidad, y que nos cuenten sus historias, con sus fallos, sus problemas.”

“En definitiva, es necesario “romper el corsé de las instituciones” y dejar de ser “autorreferenciales”, buscar las referencias, los referentes en la sociedad” (Entrevista mantenida con Pau Solanilla).

En esta misma dirección, Eva Torremocha, desde la Fundación Daniel y Nina Carasso, señala como los periodistas pueden ser importantes altavoces para promover los cambios deseados y es por tanto interesante incidir en su formación y sensibilización en estas cuestiones.

Nuevas formas de gobernanza ante el reto colectivo

“El mundo de hoy necesita respuestas nuevas, ágiles, eficientes y solidarias. Las respuestas del viejo mundo ya no sirven. Se requiere una nueva inteligencia colectiva y una nueva gobernanza de la complejidad con nuevos liderazgos y nuevas formas de gobernanza”, concluye el experto en reputación e identidad administrativa Pau Solanilla en su publicación RESILIENTES, 2020 ²⁹.

El proceso de transición socio-ecológica requiere nuevas formas de gobernanza:

*“Una **nueva cultura de trabajo en red** que haga confluir políticas públicas, responsabilidad empresarial, participación ciudadana, inversiones sociales, reformas legales y los procesos de innovación tecnológica para transformar la economía europea y transitar rápidamente hacia modelos de desarrollo sostenible” (Solanilla, 2020)³⁰.*

Para articular estas nuevas formas de gobernanza hay que “atreverse a innovar” y aprovechar “todo el potencial creativo y experiencia acumulada”. La propuesta del experto es apostar por esta nueva gobernanza sostenible y hacerlo de forma sostenida en el tiempo: *“la sostenibilidad no es algo que se pueda trabajar a trompicones”*. Entre las propuestas formuladas para construir esta nueva forma de gobernanza, en la entrevista mantenida, se recogen las siguientes:

²⁹ RESILIENTES: liderazgo, seguridad y sostenibilidad en la era de la incertidumbre [RESILIENTES_final_eBOOK revisado.cdr \(sostenibles.org\)](#)

³⁰ [Nuevas formas de gobernanza para la sostenibilidad - SOSTENIBLES](#)

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

- Establecer un foro de debate y concertación abierto y permanente. Es algo que “desborda a las instituciones” va más allá de ellas, y que requiere la participación de la sociedad civil y del mundo empresarial, se requiere una alianza público-privada- social que tenga una mirada integral del territorio y supere la fisura urbano -rural.
- Constituir una especie de “*Asamblea transversal*” que podría estar liderado por personas de reconocido prestigio de todos los sectores, pero integrado por representantes de todos los ámbitos de la población.
- Por último, cobra especial relevancia analizar los efectos de los procesos de transición en curso. Se recomienda cartografiar de forma clara cuál es la situación de los distintos sectores y territorios ante el proceso de transición. Generar una especie de alerta o semáforo que muestre quienes están preparados para asumir el reto e incluso ven en él una oportunidad y al contrario, quienes están en un riesgo claro y es necesario desplegar un apoyo claro.

En la misma línea, Joaquim Sempere, señala como uno de los principales obstáculos para la transición, la actitud de quienes no se sienten interpelados, considerando que se trata de una cuestión a resolver por “gobernantes y poderosos”. Aboga por tanto por una implicación activa de toda la población en el proceso. Del mismo modo, Ricardo García Mira, enfatiza como las trayectorias del cambio necesitan ser construidas colectivamente y para ello es imprescindible contar con espacios donde se genere ese encuentro.

En conclusión, el proceso de transición socio-ecológico constituye un reto colectivo y requiere por tanto un nuevo liderazgo compartido, reconectar a los ciudadanos con la economía real y con el territorio e impulsar *un trabajo en red que haga confluir políticas públicas, responsabilidad empresarial, participación ciudadana, inversiones sociales, reformas legales y los procesos de innovación tecnológica para transformar nuestras economías y transitar rápidamente hacia modelos de desarrollo sostenibles. Son imprescindibles nuevas formas de gobernanza, nuevas políticas y formas de comunicación que desbordan las instituciones* (Solanilla, 2020).³¹

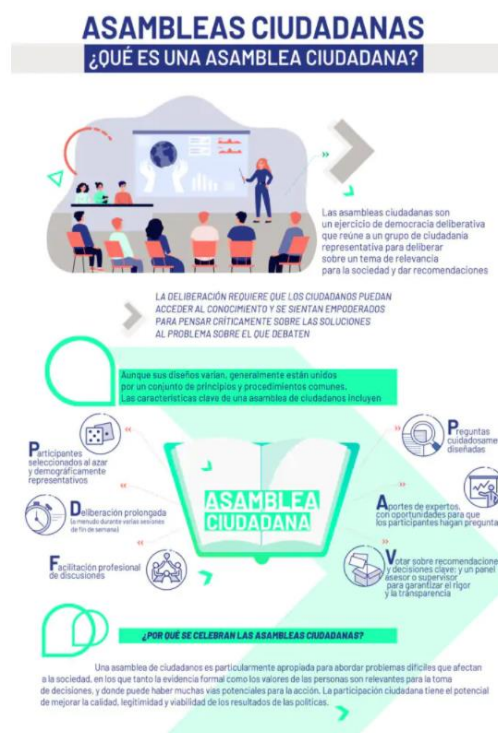
Propuestas de incidencia: articular un reto colectivo

En línea con todo lo comentado previamente se destacan las siguientes propuestas de acción:

- ✓ Favorecer e impulsar la ejemplaridad de la administración pública, en todos sus niveles, a través de:
 - la promoción de la Compra Pública Verde y Contratación Pública Verde: diseño de documentos guía, jornada de formación, grupos de trabajo, intercambio y asesoramiento, apoyo a su implementación en la práctica, etc.

³¹ <https://sostenibles.org/2020/09/24/nuevas-formas-de-gobernanza-para-la-sostenibilidad/>

- El apoyo a los procesos de evaluación de los efectos ambientales de inversiones y programas: puesta en marcha de servicios de asesoramiento; guías y herramientas para facilitar su implementación.
- ✓ Trabajar en la identificación de esos posibles “nuevos referentes de la sostenibilidad” de todos los ámbitos y sectores de la sociedad e impulsar acciones para promover su influencia.
- ✓ Definir los grupos minoritarios de acción coherente y consistente que pueden tener un efecto relevante en la sociedad y fomentar su acción para potenciar dicha influencia.
- ✓ Detectar, en el ámbito nacional e internacional, experiencias novedosas de trabajo y colaboración, pública- privada- social: proceder a su análisis, difusión e implementación a través de posibles proyectos piloto.
- ✓ Favorecer la ejemplaridad en términos de sostenibilidad de líderes políticos y técnicos de la administración a través de procesos de formación, documentos / guías de buenas prácticas y consejos para la sostenibilidad.
- ✓ Profundizar el análisis de los efectos del proceso de transición socio-ecológica en los distintos sectores y territorios y la identificación de planes de apoyo.
- ✓ Contribuir y reforzar los foros de participación ciudadana existentes, como es la recientemente constituida [Asamblea Ciudadana por el Clima](#).



[¿Qué es una asamblea ciudadana? - Asamblea Ciudadana para el Clima \(asambleaciudadanadelcambioclimatico.es\)](#)

- ✓ Puesta en marcha de acciones de comunicación que incorporen y consideren las recomendaciones ofrecidas por la publicación Common Cause (2013) detalladas previamente. Se aconseja asimismo fortalecer la idea del cambio de estilo de vida como un “reto o desafío colectivo, que requiere esfuerzo, pero puede ser ilusionante”.

- ✓ Reforzar, en todas las acciones de comunicación la conexión emocional y fortalecer, a través del desarrollo de estudios o trabajos específicos, la escucha activa de la población y de los distintos sectores, especialmente de los más afectados por la transición en curso.
- ✓ Seguimiento y evaluación de las campañas de comunicación puestas en marcha, para reconducirlas en caso de que sea necesario.

3. PROPUESTAS DE INCIDENCIA SECTORIALES

A continuación, se presenta una revisión de las propuestas de incidencia y recomendaciones en la línea de los cuatro sectores prioritarios en estudio:



Sistemas Alimentarios



Salud



Textil- Moda



Turismo

3.1. Propuestas de incidencia: sistema alimentario

El fomento de sistemas alimentarios sostenibles es, por sus múltiples interacciones con el medio natural y cultural en el que se desarrolla, un **punto de acción especialmente interesante para promover el cambio social y en concreto la transición hacia estilos de vida sostenibles**. Por un lado, el sistema alimentario queda directamente vinculado al medio natural a través de la actividad productiva primaria. Por otro, las actividades vinculadas a la comida constituyen un espacio en el que se manifiesta la cultura, las relaciones interpersonales y en comunidad.

La centralidad de actuar en los Sistemas Alimentarios es destacada por varias de las personas entrevistadas. El proyecto GLAMURS coordinado por Ricardo García Mira destaca la alimentación como eje de transformación de los estilos de vida: las actividades vinculadas a la comida y a los alimentos, incluida su producción, están ligadas a la naturaleza y a compartir tiempo y espacio con otras personas, promueven los vínculos interpersonales y pueden ser un punto de partida de especial interés para promover la transición hacia sistemas más sostenibles.

Por su parte, el catedrático Joaquim Sempere enfatiza la actuación prioritaria sobre el sector agroalimentario y la salud, indicando que la sociedad, en concreto en los países más desarrollados ha creído en los últimos años que el abastecimiento de alimentos era una cuestión resuelta. No obstante, la producción alimentaria global es altamente petrodependiente, así como dependiente de otros recursos físicos y no renovables, a partir de los cuales se sintetizan los fertilizantes, requiriendo también grandes

inversiones en plaguicidas, herbicidas, abonos químicos, etc. El sistema alimentario actual es por tanto vulnerable ante cualquier fallo en los procesos de suministros, peligro que se hace patente ante el *“inexorable agotamiento de los combustibles fósiles y de los minerales fertilizantes”* (Joaquim Sempere, entrevista realizada por Red2Red).

Por descontado, Eva Torremocha y Pilar Martínez, representantes de Fundación Daniel y Nina Carasso, consideran la promoción de la alimentación sostenible un factor clave de transformación de la sociedad. Parte de las propuestas que recomiendan en la línea alimentaria son:

- Propuesta existente dentro de Europa para limitar los kilómetros de trayecto que recorren los alimentos que se consumen, en el marco del proceso de importación y exportación.
- Disminuir las diferencias de precios del producto “ecológico” y local frente al de mercados más baratos. Esto implica trabajar en repartos a lo largo de la cadena alimentaria más justos y se puede hacer generando puntos de acceso al alimento más directos, disminuyendo los costes de distribución y haciendo su precio competitivo, etc.
- Fomentar el alimento de temporada, esto provocará también una disminución del consumo de productos distribuidos a grandes distancias.
- Promover la Ley de Etiquetados: que los productos consumidos señalen a qué precio se ha vendido el producto en su origen, para que el público se haga consciente del reparto de beneficios a lo largo de la cadena. También señalar los kilómetros que los alimentos han recorrido. Se trata de informar y sensibilizar, sin criminalizar.
- Fomentar supermercados cooperativos y comercio local, fomentando la participación ciudadana en el proceso de transformación de los estilos de vida.
- Incidir a través de la educación en la mejora de la alimentación, trabajando en iniciativas vinculadas a centros escolares.

Joaquim Sempere, tal y como se mencionaba en el apartado general de cambios en los modelos productivos, considera un elemento esencial para la transición promover un cambio del modelo agroalimentario hacia una agricultura ecológica y regenerativa, más sostenible y resiliente, que necesariamente generará más oportunidades de empleo vinculadas al medio rural. Propone para ello diversas medidas, orientadas a configurar un nuevo modelo de producción menos dependiente de insumos externos y de energía que garantice la soberanía alimentaria, y como derivada de ello, nuevas oportunidades de empleo en el sector agroalimentario y nuevas oportunidades para los territorios rurales:

- Facilitar el acceso a tierras de cultivo y a vivienda rural a quienes decidan volver a la tierra. Por ejemplo, mediante bancos públicos de tierras y de viviendas rurales, con las modalidades que resulten más convenientes (venta, alquiler, etc.). La iniciativa podría partir de los ayuntamientos y/o de otras administraciones públicas de ámbito supramunicipal.
- Facilitar organismos cooperativos de comercialización de los productos de la tierra, limitando con ello la intermediación y los elevados precios al consumidor.

- Implementar un Plan nacional ambicioso de reciclado sistemático, con una normativa estricta de envases con retorno en el caso del vidrio y los plásticos, o de prohibición de los plásticos no biodegradables. Esto implica estilos nuevos de compra: salir de casa con envases reutilizables para poner en ellos los alimentos comprados, cada vez más a granel. Prohibición de latas de aluminio para bebidas, etc.

Otra cuestión clave que señala el autor es la necesidad de abandonar el lenguaje público, excesivamente individualista y tendente a ofrecer proyectos de “promoción individual”, es el momento, y especialmente en relación al sector agrario y alimentario y al medio rural de “ofrecer un proyecto colectivo”: *“hará falta generar un clima moral y social favorable al proceso: convencer, sobre todo a los más jóvenes, de que **hay un país nuevo y una sociedad nueva por construir**”*. Hace falta un proyecto colectivo atractivo, que pasa por una reorganización productiva y un mayor protagonismo del sistema agroalimentario.

Asimismo, tal y como nos explica María García, responsable del área de Innovación, la alimentación es una de las áreas de trabajo clave de IHOBE (Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco) en su trabajo para promover nuevos estilos de vida. En concreto, trabajan en dos líneas concretas: la promoción del consumo de cercanía y productos locales, con menos emisiones, así como a la reducción de los desperdicios.

En la misma línea, los participantes el grupo de trabajo impulsado en el marco de este estudio destacan también la acción en los sistemas alimentarios como una de las palancas clave para la transformación de los estilos de vida. Las valoraciones en el grupo de trabajo recorren diversos puntos a trabajar en relación a este ámbito.

- En primer lugar, el **consumo de proteína animal** es un eje prioritario de transformación debido a su impacto ambiental y a que se vincula directamente a las decisiones de consumo alimentario de la población. El debate en torno a este punto está de acuerdo en la necesidad de disminuir este tipo de consumo, fomentando a su vez las dietas sostenibles, pero se precisa la necesidad de enfocarse en el *protein swap*, es decir, el reemplazo de los componentes de proteína animal.

Las políticas e iniciativas no deben solo enmarcarse en la disminución del consumo de proteína animal, sino que deben ir acompañadas del desarrollo de proteínas que reemplacen a los animales, y que sean sustentables, mostrando a la población otras opciones de consumo, vinculando la disminución del impacto ambiental a una mejora en la salud individual.

“Es clave también trabajar en la interrelación entre lo individual, institucional y colectivo, en este sentido existen ejemplos de interés como los que se están promoviendo en los comedores escolares (por ej. celebración del día sin carne)” (José Bellver, Ministerio de Consumo).

- En cuanto a la oferta y al modo en que la oferta disponible incide en las decisiones del consumidor, los participantes en el Taller están de acuerdo en la necesidad de avanzar en una **Ley de Etiquetado en base a estándares**

ambientales y sociales que permitan entregar información clara y veraz sobre los impactos de la cadena agroalimentaria. Esta información es fundamental para orientar las decisiones de consumo de la población. Ejemplos son información sobre el impacto ambiental del alimento, así como cuántos kilómetros ha sido transportado (especialmente en la distribución de alimentos de fuera de temporada).

Ante las recomendaciones en este sentido, hay puntos a tener en cuenta:

- ✓ No basta con una ley de etiquetados si es que no va acompañada de medidas que fomenten una dieta saludable (no solo sostenible), también desde la perspectiva de la proteína animal. La idea es entender que la sostenibilidad de la alimentación también va vinculada a los temas de salud. Desde aquí se recomiendan las propuestas de la [Comisión EAT Lancet](#). (José Bellver, Ministerio de Consumo).
- ✓ Como ya se ha señalado en el apartado de cambios en el modelo de consumo el trabajo en el etiquetado es una cuestión compleja: *“hacen falta parámetros con una base científica, que no produzca una falsa información, que no es útil para el consumidor”* (Samuel Juárez, MAPA).

Un punto fundamental en el intercambio mantenido versa sobre la importancia del **precio de los productos en las decisiones de consumo**. Trabajar sobre este punto puede ser fundamental para el fomento de estilos de vida sostenibles. Se ha visto que en países como en Francia, la población está comenzando a alejarse del consumo de productos de calidad, y reemplazándolos por otros de menor contenido nutricional y más baratos, guiados por el precio.

“Cada vez un menor porcentaje de la renta se dedica a alimentación, al tener que dedicar más a la vivienda, por ejemplo. Esto lleva a priorizar lo que se compra, con una tendencia a precios bajos. Hay que analizar todo esto” (Samuel Juárez, MAPA).

En todo caso, se considera también preciso tomar medidas orientadas a la internalización de los costes ambientales que tienen distintas formas de producción.

“Los productos ambientales están siendo más caros, y puede ser un problema en la toma de decisión de compra. Pero por eso la línea es la internalización de coste. Si los agricultores se ganaran mejor la vida con un sistema más respetuoso, lo adoptarían. Es una ley del mercado” (Juan Carlos Atienza SEO/BirdLife).

Además, y en relación al coste más alto para el consumidor de una dieta más sostenible se apunta también la necesidad de analizar el impacto de “un giro a la proteína vegetal”.

“El mayor coste de los productos eco se puede balancear con una bajada del consumo de proteína animal, que es más cara” (José Atienza, SEO/BirdLife).

Por otro lado, se reconoce que el consumo de productos ecológicos no solo está determinado por una cuestión de coste. Hay zonas geográficas donde no hay un **acceso a los alimentos ecológicos o más sostenibles**, independientemente de la posibilidad de pagar más. Estas oportunidades se están concentrando en grandes ciudades, y no necesariamente están disponibles en zonas rurales. Es por ello que hay que avanzar en el **desarrollo de sistemas de distribución** que permitan acceder a un consumo sostenible desde distintos territorios.

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

Propuestas que incorporan diversas publicaciones

A continuación, se presenta una revisión sobre las posibles vías hacia el logro de sistemas alimentarios más sostenibles, así como respuestas específicas de terceras publicaciones y experiencias a fortalecer o replicar.

Como punto de partida es importante considerar la doble interrelación que se produce en el sistema alimentario:

- el comportamiento del consumidor determina los alimentos que se producen;
- y a la inversa, las cadenas de suministro, el modo en que se producen los alimentos define lo que las personas desean comer y los alimentos a los que puedan acceder.

A su vez, el Sistema Alimentario está **determinado por un conjunto de factores influyentes externos** como son el cambio climático o la globalización y el comercio internacional, el grado de urbanización, o, con especial relevancia, las políticas vigentes, en relación a la producción agroalimentaria y a la alimentación en su conjunto, la nutrición o el comercio. Así, por ejemplo, las políticas agrarias determinan, como es el caso de la Política Agraria Común, el volumen y precio de puesta en mercado de los alimentos y por tanto la asequibilidad de los mismos. La aplicación de esta política puede del mismo modo estar en el origen del fomento de sistemas más intensivos, en detrimento de los extensivos y con mayor valor socio-ambiental. Asimismo, propuestas dirigidas a promover dietas saludables o políticas fiscales dirigidas a gravar los alimentos altamente procesados o no saludables pueden incidir en el precio de venta y por tanto en el consumo. Cabe señalar que, como parte de la hoja de ruta de la Estrategia de la Granja a la Mesa, en el marco del Pacto Verde Europeo, se va a elaborar un Reglamento sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles³², cuya adopción por parte de la Comisión Europea está prevista para finales de 2023.

- ▶ Aumentar el papel de los consumidores y reforzar la **relación entre consumidores y productores** en los sistemas alimentarios: fomento de un canal de comunicación más fuerte entre productores y consumidores.
- ▶ Desarrollar **un marco normativo** para el consumo sostenible de alimentos: contar con normativas e incentivos que sitúen la sostenibilidad entre las principales prioridades de los sistemas alimentarios.
- ▶ **Acción en la demanda** y el consumidor
 - Compra pública sostenible.
 - Utilizar los conocimientos sobre el comportamiento para fundamentar la elaboración de políticas sobre el consumo alimentario sostenible: sector público también tiene un papel que desempeñar en el impulso del consumo sostenible, incluso en lo que respecta a las intervenciones dirigidas al lado de la demanda.

³² https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13174-Sistema-alimentario-sostenible-de-la-UE-nueva-iniciativa_es

³³ Nicolau, M., Xhelili, A., Leimann, L., y Fedato, C. (2021). Putting Solutions on the Table. A review of successful interventions to support more sustainable food consumption behaviours. Wuppertal. DOI: 10.5281/zenodo.5011817

- Desarrollar políticas de consumo alimentario sostenible basadas en pruebas de comportamiento en lugar de guiarse únicamente por suposiciones.
- ▶ **Acción en la oferta:** producción/ transformación
 - Fomentar la demanda empresarial de un suministro de alimentos sostenible: según los entrevistados, los minoristas también tendrían un papel importante que desempeñar en la transición hacia la sostenibilidad, debido a su poder de negociación en todo el sistema alimentario.
- ▶ **Empezar a nivel local:** las vías de solución para el consumo de alimentos sostenibles deberían implicar a las autoridades locales como partes directamente interesadas con potencial para proporcionar bancos de pruebas para las futuras políticas europeas.
- ▶ **Permitir la conciliación de la vida laboral y familiar:** los expertos también destacaron la necesidad de políticas e innovaciones que ayuden a las personas a lograr un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida familiar, permitiendo así que los individuos tengan más tiempo para planificar sus comidas y comprometerse significativamente con su propio consumo de alimentos.
- ▶ **Instrumentos monetarios y económicos:** tienen un papel que desempeñar para hacer más atractivos los cambios de comportamiento hacia el consumo de alimentos sostenibles o para desmotivar los patrones de consumo considerados insostenibles.

Otro de los factores fundamentales a tratar hacia una alimentación sostenible se relaciona con el **conocimiento**, la **política de precios** y el **acceso a determinados productos alimenticios**. Siguiendo el estudio de Valumics “Comportamiento del consumo de alimentos en Europa” (CSCP, 2021), se propone lo siguiente:

- Disminuir la **complejidad de la información** disponible sobre el consumo acercándola a la decisión de compra.
- **Igualar el precio** y el valor de los productos sostenibles frente a otros, debido a que su alto precio disminuye su consumo, especialmente en algunos grupos.
- Divulgar información acerca de los **“costes reales” de los productos**, es decir, sumando al precio de los productos la cuantificación de las externalidades negativas de su producción y distribución.
- Aprovechar la oportunidad que entregan las **marcas sostenibles más consolidadas** y que ya cuentan con la confianza de la población en cuanto a su consumo, transformándolas en “embajadoras” para reforzar la sostenibilidad como norma social.

En la misma línea, Nicolau y Xhelili (2021), publican en el marco de Valumics, el informe [“De la intención a la Acción”](#), que entrega recomendaciones a múltiples partes interesadas para hacer el consumo sostenible de alimentos una realidad, trazando las principales barreras existentes entre la población consumidora y el consumo sostenible de alimentos.

Para ello se basan en modelos de comportamiento determinados por la capacidad, la oportunidad (física y social) y la motivación, a partir del que se extraen las siguientes recomendaciones:

Capacidad psicológica:	- Suplir la falta de conocimiento sobre sostenibilidad y equidad en el consumo de alimentos entre los consumidores europeos. - Promover la responsabilidad individual y social de la población en la promoción de la sostenibilidad, así como de los sectores productivos, de modo que se motive la acción y deje de vincularse solo a las autoridades públicas. - Lograr que la población sea consciente del impacto de sus propios hábitos alimentarios sobre el medio ambiente. - Difundir información sobre los productos orgánicos y las etiquetas de certificación orgánica, de manera que se fomente la confianza en este tipo de productos, aumentando su consumo.
Motivación automática:	- Entregar conocimiento sobre las consecuencias de las elecciones alimentarias, así como fomentar la transformación de los hábitos alimentarios, motivando a su cambio y alejándolo de una costumbre habitual e irreflexiva que implique una barrera.
Oportunidad física:	- Mejorar la competitividad de los precios de los productos alimentarios sostenibles. - Diversificar la oferta de opciones alimentarias sostenibles. - Implementar políticas de uso del tiempo (tratados en otros capítulos del presente informe) que permitan la realización de prácticas para hacer la compra, cocinar y comer.
Oportunidad social:	- Generar iniciativas que permitan transformar la alimentación sostenible en una “norma social”, que influya positivamente en los patrones de consumo alimentarios en las familias y sus integrantes.

Por otro lado, [THE EAT-LANCET](#) publicó en 2019 el [Informe de Alimentos, Planeta, Salud, Dietas saludables a partir de sistemas alimentarios sostenibles](#), que resume los resultados de la Comisión EAT-Lancet, compuesta por 37 científicos líderes de 16

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

países, orientado a [desarrollar objetivos científicos mundiales para dietas saludables y una producción sostenible de alimentos](#). Se trata de un documento que busca definir objetivos universales y científicos en el marco del sistema alimentario, tanto de la perspectiva del consumo (dietas saludables), como de la producción (producción sostenible de alimentos), entendiendo que los alimentos son la palanca más potente para optimizar la salud humana y la sostenibilidad medioambiental en la Tierra.

Objetivo 1: Dietas saludables que optimicen la salud, definida como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de enfermedad. En concreto, se basa en una ingesta calórica óptima que consiste en diversidad de alimentos de origen vegetal, bajas cantidades de alimentos de origen animal, con contenido de grasas insaturadas y limitación a los granos refinados, alimentos ultra procesados y azúcares añadidos. Es fundamental disminuir la ingesta de productos de origen animal, reconociendo, eso sí, que esta disminución debe ser acorde a cada contexto y realidad local y regional.

Objetivo 2: Producción sostenible de alimentos, proponiendo límites dentro de los cuales la producción global de alimentos debería permanecer para disminuir el riesgo de cambios irreversibles y potencialmente catastróficos en el sistema terrestre. Estos se organizan, cuantitativamente, en torno al cambio climático, el cambio del sistema de tierras, el uso de agua dulce, el ciclo del Nitrógeno, el ciclo del Fósforo y la Pérdida de Biodiversidad.

La Comisión de EAT-Lancet (2019) identificó un conjunto de acciones para abordar estos dos objetivos (dietas saludables y producción sostenible de alimentos), permitiendo una transición del sistema alimentario mundial hacia un espacio operativo seguro. Estas requieren de una [combinación de cambio sustanciales hacia patrones dietéticos basados principalmente en plantas, reducciones drásticas en las pérdidas y desperdicios de alimento, y mejoras en las prácticas productivas alimentarias](#).

Para ello, EAT-Lancet (2019) propone cinco estrategias:

- 1) Buscar el compromiso internacional y nacional para cambiar hacia dietas saludables.
- 2) Reorientar las prioridades agrícolas pasando de producir grandes cantidades de alimentos a producir alimentos saludables.
- 3) Intensificar de forma sostenible la producción de alimentos para aumentar la producción de alta calidad.
- 4) Gestión firme y coordinada de la tierra y los océanos.
- 5) Reducir al menos a la mitad la pérdida y desperdicio de alimentos, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

UNEP (2021) presenta el documento [Lifestyle Impact on Biodiversity and Nature](#), que, a partir de un análisis basado en el marco de Anatomy of Action, aborda cómo los estilos de vida pueden impactar en la naturaleza y la biodiversidad. Recuperando las distintas evidencias aportadas desde la European Commission, el IPBES, WWF, y la propia UNEP, *Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"*

concluyen que además de los gases de efecto invernadero, hay impulsores del cambio climático y pérdida de biodiversidad relevantes, como el tipo de uso de la tierra (que puede colaborar en la pérdida de biodiversidad y ecosistemas), la sobre explotación de especies, tierra y agua, el propio cambio climático, la contaminación y la “invasión” de especies ajenas, entre otros.

El documento recupera cuáles son los impulsores de esta pérdida de biodiversidad y ecosistemas y destacan entre los sectores prioritarios el alimentario. Sus propuestas se enfocan en la disminución del consumo de productos de origen animal y el fomentar las dietas basadas en plantas, disminuir el desperdicio de alimentos (cuánto alimento se compra), controlando qué productos se compren, fomentando el cultivo y la compra de productos locales, etc.

El [Food Systems Dashboard](#)³⁴ (2020) consiste en una sistematización de **42 políticas y líneas de acción para orientar a los sistemas alimentarios hacia dietas más saludables**, incluyendo acciones para cambiar directamente los sistemas alimentarios, aumentar la disponibilidad, asequibilidad, aceptabilidad de alimentos nutritivos, entre otros. Las 42 acciones propuestas son una amplia gama de soluciones al sistema alimentario actual, atendiendo a la producción, la cadena de suministro, los entornos alimentarios y la población consumidora.

Algunas de las principales propuestas por cada área de trabajo son³⁵:

Acciones Agrícolas:	- Programas de extensión agrícola, infraestructura, etc., para apoyar el cultivo y comercialización de alimentos nutritivos - Ofrecer programas de agricultura (peri)urbana que proporcione tierras y otros insumos, para apoyar el mercado local, ofreciendo formación y educación nutricional. - Apoyar iniciativas agrícolas y de huertos en los hogares.
Acciones Comercio Internacional:	- Diseñar políticas comerciales que den prioridad al suministro de alimentos nutritivos frente a los alimentos elaborados con alto contenido en grasas, azúcares y sal teniendo en cuenta los beneficios de las cadenas de suministro locales e internacionales en diferentes contextos, la protección de los pequeños agricultores y la disponibilidad de políticas complementarias.

³⁴ Dicho marco ha sido desarrollado por la Johns Hopkins University y The Global Alliance for Improved Nutrition, con la colaboración de la UNEP.

³⁵ En el Anexo 1 es posible encontrar las 42 propuestas específicas que propone el documento.

Acciones de investigación, transformación y tecnología:	- Desarrollar tecnologías innovadoras de almacenamiento pos cosecha, técnicas de envasado, procesamiento de alimentos nutritivos; programas de biofortificación; desarrollar nuevos productos procesados nutritivos con larga vida útil. - Investigar y desarrollar fuentes de proteínas alternativas y compartir/difundir la información con el público.
Acciones de infraestructura de cadena de suministro:	- Construir y mejorar carreteras, sistemas de transporte, almacenamiento, cadena de fríos, etc., para alimentos nutritivos perecederos. - Apoyar plataformas de comercio online que ayude a productores de mercados locales y de proximidad. Capacitar a pequeñas empresas agrícolas y pequeños productores, fomentar las cooperativas y centros alimentarios.

El informe “Hacia una política alimentaria común para la unión europea. La reforma y el reajuste político necesarios para construir sistemas alimentarios sostenibles en Europa” elaborado por el [IPES Food, International Panel of experts on Sustainable Food Systems](#) (De Schutter, 2019), presenta una serie de propuestas a para garantizar la transición de los sistemas alimentarios europeos hacia la sostenibilidad.

Las propuestas a corto y largo plazo se articulan en torno a los cinco objetivos que ilustra la siguiente imagen:



En concreto, la siguiente tabla recoge algunas de las propuestas formuladas a largo plazo para dichos propósitos³⁶:

Obj. 1 Garantizar el acceso a la tierra, agua y suelos sanos	- Desarrollar agencias para el desarrollo de la tierra y el asentamiento rural en todos los Estados miembros como condición para desbloquear los fondos de la PAC. - Adoptar una Directiva sobre el suelo y la tierra de la UE para conciliar el desarrollo sostenible de la tierra con suelos sanos. - Designar zonas como tierras de cultivo permanentes para la producción de alimentos en el marco de la UE.
---	--

³⁶ En Anexo es posible encontrar información detallada con las propuestas a corto y largo plazo que dan forma a los objetivos.

Obj. 2 Reconstruir agroecosistemas sanos y resilientes al clima	- Construir sistemas integrados de conocimiento e innovación agraria en toda la UE centrados en la investigación agroecológica participativa. - Evaluar exhaustivamente las innovaciones de acuerdo con el principio de precaución y los múltiples aspectos de la sostenibilidad.
Obj. 3 Promover dietas suficientes, saludables y sostenibles para todos	- Establecer una directiva comunitaria sobre la comercialización de alimentos con alto contenido en grasa y altamente procesados, que incluya prohibiciones de publicidad. - Crear políticas sociales que luchen contra la desigualdad y orientarse hacia un sistema alimentario donde el acceso a dietas saludables y sostenibles sea un derecho humano.
Obj. 4 Construir circuitos de comercialización más justos, cortos y transparentes	- Hacer que todas las contrataciones públicas sean “verdes” (el objetivo es llegar al 100%). - Revisar que la directiva de plásticos para estudiar la opción de prohibir totalmente los envases de plástico para alimentos.
Obj. 5 Poner el comercio al servicio del desarrollo sostenible	- Promover y adoptar el instrumento legalmente vinculante de la ONU sobre empresas y derechos humanos y la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Derecho a la Alimentación. - Crear un “Fondo de Transición Justa” para unir y alinear la ayuda para el desarrollo, la financiación de cuestiones climáticas y los impuestos antidumping.

Siguiendo a Mbow et al. (2019), la **ADAPTACIÓN DEL SISTEMA ALIMENTARIO** a los retos que plantea el cambio climático requiere múltiples acciones, tanto en relación a la demanda como a la oferta:

- Del lado de **LA DEMANDA**, estas se centran especialmente en la adopción de dietas saludables y sostenibles y la reducción de desperdicios.

Se entiende como alimentos saludables y sostenibles aquellos que tienen un alto contenido de cereales secundarios, legumbres, frutas y verduras, y frutos secos y semillas; un bajo contenido de alimentos de origen animal y discrecionales de alto consumo energético (como las bebidas azucaradas); y un umbral de carbohidratos.

Durante el periodo 2010-2016, la pérdida y el desperdicio de alimentos a nivel mundial equivalieron al 8-10% del total de las emisiones antropogénicas de GEI. El

potencial total de mitigación técnica de los cambios en la dieta se estima en 0,7-8,0 GtCO₂-eq año⁻¹ para 2050.

- Del lado de [LA OFERTA](#), las propuestas se centran en la diversificación de las producciones, el control de la erosión y aumento de la materia orgánica del suelo, la mejora de las tierras de cultivo, el ganado, la gestión de los pastos y las mejoras genéticas para la tolerancia al calor y la sequía.

A su vez la adaptación de las prácticas puede contribuir a reducir las emisiones de los cultivos y el ganado, secuestrando carbono en los suelos y la biomasa, y disminuyendo la intensidad de las emisiones dentro de los sistemas de producción sostenibles. El potencial total de mitigación técnica de las actividades agrícolas y ganaderas y de la agrosilvicultura se estima en 2,3-9,6 GtCO₂-eq año⁻¹ para 2050.

Para lograr la adaptación y mitigación en todo el sistema alimentario se requiere poner en marcha las condiciones políticas, institucionales, de gobernanza y de mercado precisas (mecanismos de distribución y transferencia de riesgos, mercados de seguros; políticas agrarias, de salud pública y de nutrición, campañas de concienciación, etc.).

La publicación "[Hacia una Política Alimentaria Común para la Unión Europea](#)" (De Schitter, 2019) ilustra un esquema sobre la transformación a una política alimentaria en común con plazos determinados (Pág. 119):

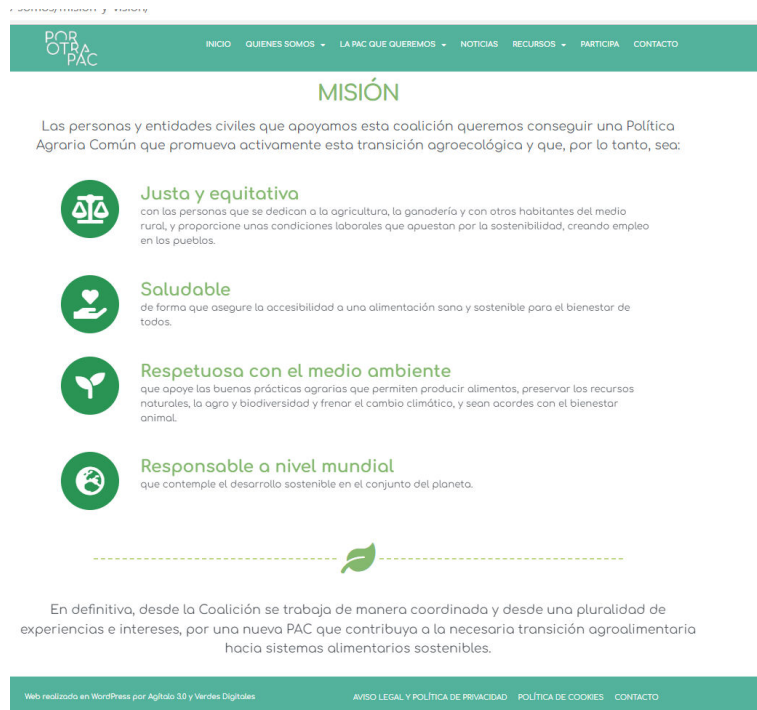
- ✓ Avanzar hacia una ciudadanía consciente e informada. Conformando para ello entornos alimentarios que lo permitan, a través de la transparencia, la publicidad y el etiquetado.
- ✓ Generar una acción coordinada/ marco político transformador, en el que las decisiones estén basadas en el conocimiento científico y se lleve a cabo un seguimiento/evaluación de las mismas.
- ✓ Articular un sistema de incentivos adecuado: nueva fiscalidad, re-orientación de los fondos de la PAC y eliminación de los subsidios perversos.
- ✓ Construcción de cadenas de valor inclusivas y resilientes, fomentando las organizaciones de productores.
- ✓ Producción agraria sostenible: no basta con no dañar, es también preciso, regenerar la naturaleza.

A todas estas cuestiones le acompaña dos transversales: la necesidad de articular el diálogo social sobre la necesaria transición de nuestro sistema alimentario y tener en consideración la ciencia y el conocimiento como base de las acciones.

Algunas experiencias a fortalecer o replicar

A continuación, se presentan algunas experiencias modelo a replicar para avanzar a la transformación de estilos de vida sostenibles en relación al sistema alimentario.

- Del lado de la incidencia política, la Coalición [Por Otra PAC](#) trabaja para conseguir una Política Agraria Común que promueva activamente esta transición agroecológica.



- [IHOB: elaboración de una estrategia de innovación para un sistema alimentario sostenible en Euskadi](#) - Consecución del proyecto europeo [Fit4Food2030](#)

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"



- [Trabajo por la Alimentación Sostenible de Fundación Daniel y Nina Carasso](#). La Fundación muestra su apoyo:
 - A la investigación y a los agentes del terreno, para comprender mejor los retos agrícolas agrarios y alimentarios y divulgar sus conocimientos.
 - A los territorios pioneros y ambiciosos, que aceleran y amplifican localmente la transición agrícola y alimentaria, prefigurando los modelos del futuro.
 - A las iniciativas innovadoras de la sociedad civil o de la economía social y solidaria, que mejoran la salud de los consumidores y del planeta.



El equipo de la Fundación Carasso trabaja de forma interrelacionada en todas estas cuestiones, a través de la promoción de Sistemas Alimentarios Territorializados o SATs:

Un SAT puede definirse como un «conjunto de ramas agroalimentarias conformes a criterios de desarrollo sostenible, localizadas en un espacio geográfico de dimensión regional y coordinadas para una gobernanza territorial. Esta noción se centra en una triple proximidad, en oposición a las ramas largas de la mundialización agroalimentaria. Se trata, en primera instancia, de una proximidad en la ecoesfera, por diversificación de productos agrícolas, “reconectando” las ramas vegetales, animales y forestales, de acuerdo con los preceptos de la agroecología. La segunda proximidad concierne al acercamiento entre agricultura e industrias alimentarias. Un acercamiento que tendrá lugar aprovisionando prioritariamente, las unidades de transformación con materias primas agrícolas de la región donde estas son implantadas. La tercera proximidad se realiza a través de una reorientación de la demanda alimentaria hacia una oferta local más abundante y variada, de calidad más fácilmente verificable, solicitada por un número creciente de consumidores». (J.L. Rastoin, 2016).

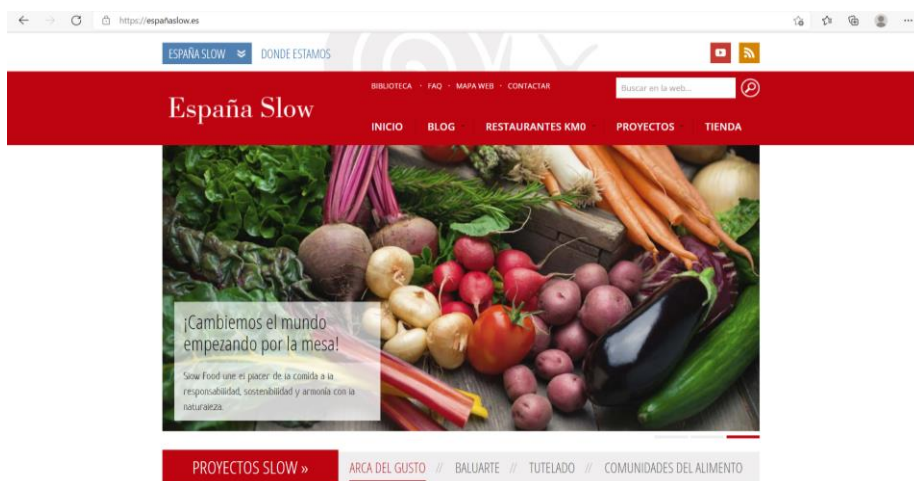
Para la Fundación un elemento clave de trabajo es el enfoque sistémico, la generación de alianzas entre los distintos actores, eslabones de la cadena y agentes del territorio, el enfoque agroecológico y las “conexiones improbables”, uniendo a agentes de distintos ámbitos y promoviendo con ello la inteligencia colectiva.

- [Red de Municipios por la Agroecología](#), consistente en una red de entidades locales con políticas alimentarias basadas en la agroecología, que tiene como objetivo ayudar a las administraciones a construir sistemas alimentarios locales, sostenibles, resilientes y respetuosos con el medio ambiente; inclusivos, seguros y diversificados para asegurar comida saludable, sostenible y accesible al conjunto de la población; y potenciadores del empleo local.



Bajo el lema “cambiemos el mundo empezando por la mesa” el movimiento Slow Food impulsa en España diversas iniciativas, proyectos, listado de restaurantes de Km0, etc.

[España Slow \(xn--espaaslow-o6a.es\)](http://xn--espaaslow-o6a.es)



Propuestas de acción

A lo largo del texto se han mencionado múltiples recomendaciones y propuestas concretas, en concreto, cabe destacar:

- ✓ Aprovechar el potencial transformador de la alimentación, iniciando algunas propuestas de cambio a través de la apuesta clara por el trabajo en este ámbito. En la línea de la comisión The EAT-Lancet (2019), los alimentos son la palanca más potente para optimizar la salud humana y la sostenibilidad medioambiental

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

en la Tierra, cuestión que debe ser abordada considerando tanto desde el fomento de dietas saludables como desde un sistema productivo sostenible.

- ✓ Abordar el trabajo vinculado a la alimentación con un enfoque sistémico que conduzca a cambios transformadores. Los Sistemas Alimentarios están compuestos por todas las personas, instituciones, infraestructuras y actividades relacionadas con la producción, transformación, distribución, comercialización, preparación y consumo de alimentos y con el entorno económico, social y natural más amplio en el que están integrados. Estos sistemas implican también las preferencias alimentarias y están intrínsecamente relacionados con la salud, el medio ambiente, la cultura, la política y la economía. El enfoque de Sistemas alimentarios trata de considerar todos los elementos del sistema sus relaciones, interconexiones y efectos cruzados, con el fin de promover actuaciones que generen cambios sistémicos transformadores. En este sentido se podría tomar como referencia el próximo Reglamento sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles³⁷ previsto en el marco de la Estrategia de la Granja a la Mesa.
- ✓ Sumar esfuerzos: reforzar, fortalecer y replicar las experiencias exitosas en curso: más allá de los ejemplos descritos se están impulsando, por parte de diversas entidades u organizaciones, y también de la administración local, regional y nacional múltiples iniciativas que inciden en la mayor sostenibilidad de todos los elementos del sistema.
- ✓ Avanzar, desde la generación de conocimiento, información, comunicación, puesta en marcha de proyecto en el fortalecimiento del “pacto por la biodiversidad”, poniendo de manifiesto el vínculo de nuestras actuales prácticas agrarias con la pérdida de biodiversidad.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.
- ✓ Profundizar en el análisis y difusión de las recomendaciones y propuestas que presentan los diversos documentos analizados. En particular, el compilatorio de propuestas concretas de acción que presenta el [Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España](#) se plantea como una herramienta de gran utilidad para promover la transición hacia sistemas alimentarios sostenibles.

3.2. Propuestas de incidencia: ámbito de Salud

Cambiar los estilos de vida en el ámbito de la salud es una tarea compleja, que puede ser abordada desde las acciones individuales de la población, pero más aún, que requiere una mirada desde las **políticas públicas, las normativas y la gestión**, de manera que se pueda avanzar en generar las condiciones medioambientales óptimas que no afecten negativamente la salud de los seres vivos y el ecosistema.

³⁷ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13174-Sistema-alimentario-sostenible-de-la-UE-nueva-iniciativa_es

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

La Organización Mundial de la Salud (OMS) identifica diversos [factores de riesgo](#) a través de los cuales el medioambiente puede influir la salud de las personas:

- La [contaminación del aire](#) en entornos cerrados y al aire libre
- [Agua, saneamiento e higiene](#) deficientes
- Agentes químicos y [biológicos](#)
- [Radiación ultravioleta e ionizante](#)
- [Ruido ambiental](#)
- [Riesgos laborales](#)
- Prácticas agrícolas, como uso de plaguicidas, antimicrobianos y reutilización de aguas residuales
- Entornos urbanizados, viviendas y carreteras
- [Cambio climático](#)

Asimismo, son múltiples los efectos reconocidos en la salud humana, y que son atribuibles a los factores ambientales. Como identifica el [Departamento de Salud y Medio Ambiente](#) del Ministerio de Sanidad, algunos ejemplos de los efectos más comunes son:

- Las enfermedades respiratorias, el asma y las alergias, por la contaminación del aire, en ambientes cerrados o al aire libre.
- Trastornos neurológicos de desarrollo, por los metales pesados, los POP (Persistent Organic Pollutants, contaminantes orgánicos persistentes) como, por ejemplo, las dioxinas, los PCB y los plaguicidas.
- El cáncer infantil, por una serie de agentes físicos, químicos y biológicos (p. ej., humo de tabaco en el núcleo familiar, exposición profesional de los progenitores a disolventes).
- La exposición al humo del tabaco durante el embarazo aumenta el riesgo de síndrome de muerte súbita entre los bebés, de déficit de peso al nacimiento, de un funcionamiento reducido de los pulmones, de asma, de insuficiencias respiratorias y de infecciones del oído medio.
- Los plaguicidas tienen probablemente un efecto sobre la situación inmunológica, la alteración de los procesos endocrinos, los trastornos neurotóxicos y el cáncer.
- La radiación ultravioleta puede reprimir la respuesta inmunológica y constituye una de las principales fuentes de cáncer de piel.
- La investigación demuestra que la exposición a niveles de ruido elevados o persistentes cerca de las escuelas puede influir negativamente sobre el aprendizaje de los escolares.

España ha generado el [Plan Estratégico de Salud y Medioambiente 2022-2026](#), respondiendo a la necesidad de elaborar una herramienta de gestión que permita afrontar los desafíos ambientales del presente y el futuro. Este Plan se enmarca en la Estrategia de Salud Pública, y en su propia descripción, *ofrece la flexibilidad necesaria ante la variabilidad de los retos ambientales y en salud en un contexto que, como nos está demostrando la alarmante pérdida de biodiversidad, la crisis climática y la emergencia sanitaria derivada de la irrupción de la COVID-19, es sumamente dinámico,*

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

y exige por parte de los órganos que tutelan la salud y el medioambiente el máximo grado de adaptabilidad en los instrumentos de planificación utilizados.

Desde la elaboración del Plan, se identifican los siguientes ámbitos o áreas en las que hay que actuar en España para mejorar las condiciones medioambientales que afectan la salud, y dentro de ese marco, ayudar a promover estilos de vida sostenibles:

Cambio climático y salud:

1. Riesgos del clima
2. Temperaturas extremas
3. Calidad del aire
4. Calidad del agua
5. Vectores transmisores de enfermedades

Radiaciones:

9. Radiactividad natural
10. Campos electromagnéticos
11. Radiación ultravioleta

Contaminación:

6. Productos químicos
7. Residuos
8. Contaminación industrial

Hábitat y salud:

12. Ruido
13. Calidad de ambientes interiores
14. Ciudades saludables

Además del trabajo a nivel de regulaciones y políticas públicas que puedan apoyar los procesos de generación de condiciones óptimas medioambientales que puedan disminuir los efectos perjudiciales para la salud, se reconocen **acciones individuales y hábitos sostenibles** que aportan a la salud.

La entrevista realizada por Red2Red a profesionales de la Fundación Daniel y Nina Carasso permitió ahondar en algunos de estos aspectos, reconociendo que tras la pandemia de la Covid-19 se hizo patente la urgencia de tratar las temáticas de salud a nivel de sensibilización de la ciudadanía. A partir de dicha entrevista surgen tres recomendaciones relevantes en este ámbito y que sirven como una base a partir de la que generar propuestas de acción sobre dicho propósito:

- Las temáticas relacionadas con la salud son una puerta de entrada hacia el “cambio de vida”. En ese sentido, las personas que han sufrido enfermedades o accidentes, y su entorno, se ven impulsadas y motivadas a cambiar su estilo de vida, *“simplemente por la preocupación por su salud”*. Los hábitos favorables a la salud pueden ser aprovechados y vinculados al estilo de vida sostenible, como el hacer deporte, caminar, andar en bicicleta, y cambiar la alimentación a una saludable. Así, la preocupación por la salud de grupos de mayor edad, y aquellos que han vivido en primera persona o dentro de su círculo algunas enfermedades o accidentes, son facilitadores o impulsores del desarrollo de estilos de vida sostenibles.
- Es necesario cambiar la percepción social sobre los estilos de vida sostenibles y su relación con la salud. En ese sentido, deben dejar de ser vistos como un mecanismo de “control social” y visibilizar que se trata de la salud individual y el bienestar de la población.

- El personal médico y sanitario es clave para el desarrollo de estilos de vida sostenible. Dado que la mayoría de la población recibe más o menos periódicamente una atención médica, es un espacio con potencial para difundir y sensibilizar a la población en el cambio de hábitos y de vida.

Compendio OMS sobre Salud y Medio Ambiente

La [Organización Mundial de la Salud, en conjunto con el PNUD, el PNUMA y UNICEF](#), se han asociado y creado un [Compendio de 500 acciones destinadas a reducir las muertes y enfermedades provocadas por factores de riesgo ambiental](#). Se estima que estos factores causan el 24% de las muertes relacionadas con cardiopatías, enfermedades cerebrovasculares, intoxicaciones, accidentes de tránsito, entre otras.

Dicho Compendio entrega un acceso a líneas de acción que permita a profesionales ampliar sus esfuerzos por crear entornos saludables que prevengan enfermedades. Se dirige por tanto a quienes redactan y formulan políticas, personal de Ministerios, de gobiernos locales, de Naciones Unidas en los países, y todo el sector de toma de decisiones.

Las 500 acciones propuestas³⁸ se clasifican en las categorías de [acción política](#), y acciones de [concienciación y sensibilización ciudadana](#). Asimismo, se articulan diferenciando el nivel de implementación (nacional, local/regional, sistema de salud), y según el tipo de instrumento (impuestos, subsidios, infraestructura, etc.).

Además, para cada área de trabajo, el Compendio entrega herramientas ya elaboradas por distintos organismos que pueden ser útiles para llevar a cabo los objetivos.

Esta iniciativa reconoce las siguientes [acciones prioritarias de acción](#) para disminuir los efectos negativos del medio ambiente sobre la salud de la población:

- [Ciudades y asentamientos urbanos preparadas para brindar oportunidades para mejorar la salud](#), un medio ambiente más limpio y la acción climática. Se trata de integrar la salud en los entornos construidos y en las decisiones de planificación espacial.
- [Housing](#): mejorar las condiciones en los hogares puede salvar vidas, prevenir enfermedades, mejorar la calidad de vida, reducir la pobreza y ayudar a mitigar el cambio climático.
- [Lugares/ espacios de trabajo](#), especialmente la seguridad en el trabajo y los riesgos de algunos puestos u ocupaciones.
- [Centros médicos](#): Hay un número considerable de co-beneficios para la salud de las prácticas ambientalmente responsables, como las medidas de mitigación del cambio climático; como ejemplo el uso de ventilación natural, la captura y el uso de agua de lluvia, la recuperación mejorada y la reutilización de gases anestésicos y esquemas de telesalud bien diseñados. Las prácticas ambientalmente responsables también pueden aumentar la equidad en la salud y el acceso a la atención médica, como la ubicación de las instalaciones de atención médica a lo

³⁸ Este documento no incorpora todas las acciones, sino las principales líneas de acción. Las propuestas incluidas en el Compendio se pueden revisar en: [Compendium of WHO and other UN guidance on health and environment](#)

[Informe final](#): Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

largo de las principales rutas de transporte público y el desarrollo de dispositivos médicos de bajo consumo de energía o sin energía.

Asimismo, el documento incluye mensajes generales a la ciudadanía sobre la salud y el medio ambiente, vinculados a la protección de la naturaleza, el medioambiente y el clima; respirar aire limpio; acceder a agua potable y baños seguros; lavarse las manos; uso seguro de químicos; protección ante la radiación dañina; protegerse ante los riesgos en el trabajo; y protegerse ante las heridas y accidentes.

A continuación, se presentan todas las áreas de acción que contempla el Compendio:



- **Contaminación del aire:**
 - Contaminación del aire
 - El sistema de transporte
 - La industria
 - El sistema de generación de energías
 - El agua y su gestión
 - La agricultura y el sector forestal
 - El hogar ("housing")
 - El uso del suelo
 - Contaminación del aire en interiores
 - Contaminación dentro de los hogares (tecnologías, calefacción, sistema de cocina, etc.)
 - Humo de tabaco en interiores, fumadores pasivos
 - Humedades y moho
- **WASH:**
 - Agua
 - Agua potable
 - Agua recreacional (océanos, lagos, piscinas)
 - Saneamiento
 - Higiene Personal

• Residuos sólidos	
• Químicos	
• Radiación	
• Cambio climático	
• Naturaleza y salud	
• Ambientes y seguros y movilidad:	- Ambientes para transportes, movilidad y actividad física seguros y sustentables - Ambientes seguros para prevenir ahogamientos, caídas, quemaduras
• Alimentación segura y saludable:	- Seguridad alimentaria - Dieta saludable

Propuestas de acción

A lo largo del texto se han mencionado diversas recomendaciones y propuestas concretas, como punto final, se destacan las siguientes:

- ✓ Dado el papel de “puerta de entrada” que juega la salud en el cambio hacia estilos de vida más sostenibles el vínculo con estas cuestiones puede tener un papel estratégico en posibles acciones de comunicación y sensibilización.
- ✓ Generar alianzas con diversos colectivos, incluyendo médicos y sanitarios, e incidir en ellos a través de la formación y sensibilización.
- ✓ Generar conocimiento, informar y sensibilizar acerca de la conexión entre la salud y el medio ambiente y los estilos de vida.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

3.3. Propuestas de incidencia: ámbito de textil y moda

Múltiples estudios hacen hincapié en avanzar hacia la “[moda lenta](#)”, es decir, un modelo de industria respetuosa con el medio ambiente, que reduzca el consumo de recursos naturales, los gases efecto invernadero, y los residuos a los vertederos (Sánchez, Gago y Alló, 2020).

A pesar del consumo sostenido en el tiempo, se espera que exista un marco de aceptación general y preocupación de la población sobre la industria textil. La encuesta europea sobre moda y consumo responsable realizada en Alemania, Francia, Reino Unido y España, señala que el 72% de la población tiene interés en que las compañías de moda publiquen en su embalaje, información medioambiental sobre sus productos (Fashion Revolution, 2019).

Además del consumo, el trabajo en este sentido debe ser orientado desde la [óptica de la producción](#), en cuanto la reducción del consumo y la moda lenta requieren un cambio de modelo productivo, incorporando una aproximación desde la [cadena de valor](#):

“La circularidad va más allá de las mejoras incrementales, por ejemplo, el aumento de la eficiencia de los recursos, el aumento de las tasas de reciclaje y la disminución del uso de productos químicos peligrosos, y requiere un enfoque de todo el sistema, transformando la forma en que se diseñan, producen, consumen y eliminan los textiles” (PNUMA 2020, pág. 48; en UN FASHION ALLIANCE, 2021).

[Hacia dónde avanzar](#)

Hay estudios e iniciativas que permiten dilucidar hacia dónde deben dirigirse las acciones a nivel de empresas, políticas públicas e individuales. En ese sentido, ya en 2012 se publicaba que era posible llegar a reducir la mitad de las emisiones de CO2 a la atmósfera que causa la industria textil (y su consumo), solo alargando la vida útil de las prendas de vestir de un año a tres (Soler, Ruano y Arroyo, 2012).

Un marco esencial para transitar hacia un consumo responsable de moda y una industria encaminada a la moda lenta, se basa [en cambiar el foco de la cantidad a la calidad](#), permitiendo mejorar las condiciones laborales de la población trabajadora, ya que las personas necesitarían mejorar sus especializaciones a la vez que dedicar un mayor tiempo a la elaboración de las prendas de vestir (Jung y Jin, 2016).

En ese sentido, la estrategia debe ir encaminada tanto a incentivar una reducción del consumo y un cambio del tipo de consumo individual, así como al sistema productivo, donde el rol del sector público es fundamental.

Ricardo García, catedrático de la Universidad de Coruña (UDC) y Coordinador del Proyecto GLAMURS en la entrevista realizada por el equipo de Red2Red, deja entrever que es necesario intensificar el control al sector textil, realizando una trazabilidad de los productos desde su origen hacia su puesta en venta y su consumo. Asimismo, indica que hay que generar un trabajo de conciencia ciudadana encaminado a valorar la durabilidad y sostenibilidad de las prendas por sobre el rápido cambio de temporadas que tiene actualmente la industria de la moda.

En este marco, a continuación, se presentan iniciativas enfocadas al consumo individual, así como a la empresa, donde el sector público tiene un importante rol de impulsor mediante incentivos y fiscalización.

A nivel del consumo individual

El [Informe de Climate Gap 2021](#) elaborado por Ethical Consumer, con el objetivo de rastrear el progreso hacia estilos de vida y consumo sostenibles en el Reino Unido, realizó un análisis de la brecha que existe entre las emisiones de consumo actuales y dónde deben estar hacia 2030, definiendo acciones claves a seguir por la población consumidora, las empresas y los gobiernos.

Dentro de los ejes de trabajo, se identifica como uno de los prioritarios el textil, y a nivel individual se indica que la estrategia de descarbonización de su consumo debe basarse en tres acciones fundamentales:



En ese marco, Ethical Consumer ha realizado diversas guías y documentos de cómo la sociedad debe encaminarse a dichas metas.

Entre ellas, se identifica el Consumo Ético como aquel que se puede lograr a través de los [siguientes pasos](#):

1. Comprando menos ropa: con proyectos como el incentivo a metas en escuelas de “no comprar ropa por un mes” e inclusive un año, o haciendo preguntas antes de comprar como sugerir que la prenda debería utilizarse al menos 50 veces o si no, no comprarla.
2. Comprando ropa de segunda mano, intercambiar con amistades o familia, o alquilando ropa.
3. Reciclar y reparar ropa vieja o donar a la caridad (evitando dejar ropa en vertederos).
4. Comprar ropa de materiales producidos éticamente.
5. Comprar ropa que haya sido producida sobre condiciones laborales justas.
6. Comprar ropa no elaborada con productos animales, como el cuero o la seda.
7. Lavar la ropa con una menor frecuencia y bajar temperaturas (bajo 30 grados), favoreciendo su durabilidad.

8. Ser minimalista. Un ejemplo es el [Proyecto 333](#) que incentiva a utilizar 33 prendas de ropa en 3 meses y el [Desafío Capsule Wardrobe](#) de tener un máximo de 37 prendas de vestir en un armario “cápsula”.
9. Comprar ropa de calidad que dure una mayor cantidad de tiempo. En este punto se ofrecen guías de identificación de calidad, como el tipo de costura, ojales, botones, tacto de la tela, etc.
10. Apoyar iniciativas de presión a los gobiernos para regular la industria de la moda y el textil. Un ejemplo de cómo el sector público puede apoyar estas iniciativas son la [Auditoria Ambiental de 2019](#) realizada en el Reino Unido que recomendó incluir un impuesto a todas aquellas prendas que cuenten con menos de un 50% de materiales reciclados, y un cargo de 1 céntimo por prenda para invertir en la recolección y clasificación de la ropa.

Asimismo, la organización identifica otras guías, como “[10 ideas para dar la espalda a la moda rápida](#)”, la [Guía de Moda Ética](#), basada en el reciclaje, reparación y consumo de ropa de segunda mano, y la [Plataforma Online](#) para identificar qué comprar y qué no comprar.

 **What to buy**

What to look for when buying clothing:



Is it second-hand? The UK clothing industry has an estimated annual carbon footprint close to that of all 28 current EU states combined – at 3.3 billion tonnes of CO2 yearly. As clothing production has increased, the number of times clothing is worn before being thrown away has declined. Help the environment by reducing the amount of new clothing you buy and shop second-hand.

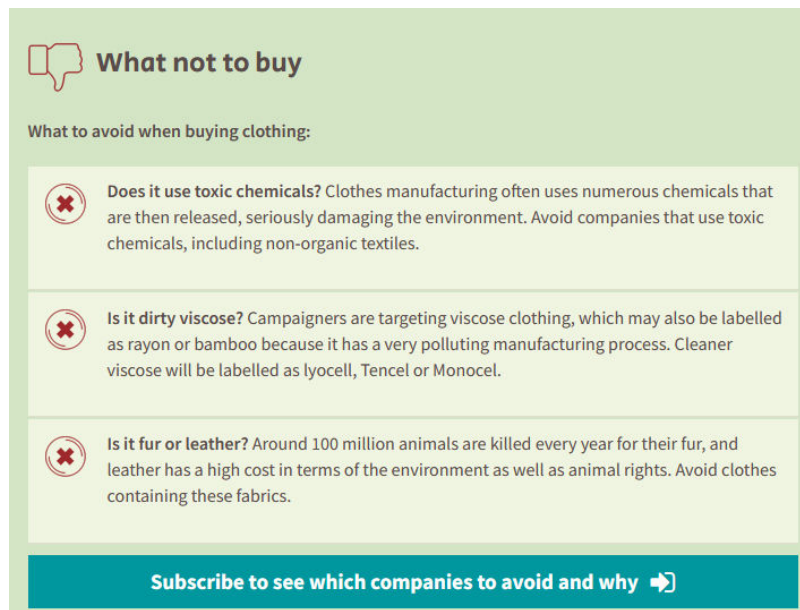


Does it use organic materials? There are many problems associated with the production of non-organic materials. In particular, uncertified cotton can be linked to the use of forced labour and the widespread use of toxic pesticides. Look for 100% organic.



Is it fairly traded? Many high-street retailers rely on overworked and underpaid garment workers to continue to churn out fast fashion. Opt for our Best Buys in this guide and those that score a best under Supply Chain Management to ensure that you are supporting the livelihood of the person who made your clothes.

Subscribe to see which companies we recommend as Best Buys and why ➔



A nivel del sistema productivo

El [Informe WEF 2021](#) entrega información sobre [estrategias para reducir las emisiones de carbono a partir de las cadenas de valor de las empresas](#), entre ellas, la textil. Así, identifica el impacto que tendrían las distintas acciones o iniciativas, donde el eje de reciclaje sería uno de los que menor impacto tendría:

- Menos del 2% de todas las emisiones de moda se pueden reducir mediante el reciclaje.
- Alrededor del 15% se puede reducir presionando a los proveedores para que aumenten la eficiencia del proceso, con actualizaciones a maquinaria que consuma menos energía para coser, hilar y tejer.
- El cambio de la producción a fuentes de energía renovables reduce un 45% adicional, ya que las emisiones dentro del proceso de producción de textiles y prendas de vestir son impulsadas principalmente por la alta proporción de energía de origen fósil (por ejemplo, lignito, carbón, gas y petróleo), dentro del mix energético doméstico de los países productores.
- El consumo de calor restante debería cambiarse a calefacción renovable, ahorrando otro ~ 20%.
- La introducción de nuevos procesos, como pasar de tecnologías de procesamiento húmedo a seco, puede ahorrar otro ~ 10%.
- Un ~ 10% adicional de todas las emisiones de la moda, parte de las de la agricultura, deben abordarse a través de soluciones basadas en la naturaleza, como cultivar algodón de forma más sostenible.
- El último 2% más o menos se puede abordar mediante interruptores de combustible para un transporte con bajas emisiones de carbono.

Ejemplos de prácticas son las realizadas por [Textile Exchange](#). Se trata de una comunidad global que busca apoyar a las personas y las empresas a hacer un cambio. Desarrollan, administran y promueven estándares líderes de la industria, además de

recopilar, publicar datos e información críticos de la industria que permitan a las marcas minoristas medir, administrar y rastrear el uso de fibra y de materiales.

En la [estrategia climática que han elaborado en 2021](#), se espera reducir un 45% las emisiones de CO2 de las industrias de textil hacia 2030. Los objetivos son:

- Impulsar un aumento en la adopción de fibras y materiales menos dañinos para el medioambiente (llamados “preferidos”).
- Incrementar la integridad a lo largo de la cadena de valor a través de la adopción de estándares y certificaciones.
- Habilitar el impacto y la acción colectiva en toda la industria.
- Crear conciencia sobre los cambios positivos y significativos logrados.
- Utilizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible como un vocabulario común y un marco de información.

Es posible encontrar diversas iniciativas de trabajo que están trabajando para lograr metas encaminadas en este sentido, donde el [rol del sector público es fundamental](#).

En el marco de la [COP-26, y gracias a la iniciativa de Textil Exchange y el apoyo de múltiples asociaciones](#), se logró que 50 de las más grandes empresas textiles y de moda del mundo apoyaran la solicitud de incentivar el uso de materiales con menor emisión de carbono, mitigando o reduciendo las primas de precio que existen actualmente.

El sector se ha basado en el uso de materiales ambientalmente preferibles, es decir, con fuentes verificables que permitan rastrear desde la materia prima hasta el producto terminado, entregando datos de la reducción de impacto ambiental. Dentro de estos materiales se encuentra el uso de algodón orgánico y las fibras recicladas.

Textil Enchange apuesta por el **poder de los incentivos de mercado para provocar cambios sistémicos**, como fomentar el uso de materiales sostenibles ayudando a reducir la carga de precios que existe en la actualidad frente al abastecimiento responsable. Se apuesta por **incentivos comerciales y reducciones arancelarias**, que “nivelen el campo de juego” sin poner la carga en los proveedores de la cadena de valor.

Textile Enchange, dentro de las metas hacia 2030 exigiendo un abastecimiento de 100% de materiales prioritarios, los que se clasifican en una escala según su riesgo y oportunidad frente a una empresa.

Por su parte, en 2021 [Ethical Consumer](#) realizó una estrategia a nivel de empresas y de gestión del sector público, fijando como meta el 2025 para que [las empresas cuenten con informes de huella de carbono de su producción](#) (incluyendo cadena de suministros).

[Propuestas de acción](#)

A lo largo del texto se han mencionado diversas recomendaciones y propuestas concretas, como punto final, se destacan las siguientes:

- ✓ Avanzar a través de la comunicación y sensibilización en la generación de nuevas necesidades vinculadas al textil y moda, relacionadas con la durabilidad y sostenibilidad de los productos.
- ✓ Incidir, de la mano de posibles referentes y personas con influencia en la sociedad, en el consumo de moda sostenible y la necesaria racionalización del consumo.
- ✓ Reforzar la información disponible en relación a la trazabilidad de los productos textiles: procedencia, modo de producción etc.
- ✓ Avanzar en la mejor información del consumidor acerca de los efectos de los productos textiles a través de etiquetados u otras herramientas.
- ✓ Trabajar de la mano de la industria textil en mejorar su sostenibilidad: impulso de mediciones de huella de carbono, uso de nuevos materiales, durabilidad de las prendas, etc.
- ✓ Analizar y difundir propuestas e iniciativas enmarcadas en el movimiento “moda lenta” y apoyar el desarrollo de proyectos contextualizados en dicho movimiento.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

3.4. Propuestas de incidencia: ámbito de Turismo

El área del turismo sostenible ha sido una temática que ha crecido en importancia en los últimos años, reconociéndose desde la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible como uno de sus pilares fundamentales y motor de desarrollo de muchos países, entre ellos España. Su potencial en cuanto fuente de empleo e ingresos supone un importante desafío, y sin una planificación adecuada, puede ser una fuente de degradación.

Ricardo García, catedrático de la Universidad de Coruña (UDC) y Coordinador del Proyecto GLAMURS, asegura que tras la pandemia COVID-19 y la imposibilidad de viajar, en nuestro país se hizo evidente los problemas de dependencia económica del sector, lo que introdujo una necesidad de reconducir muchas prácticas relacionadas con el sector, y avanzar hacia una reorientación al turismo local y de proximidad.

Hablar de reconducir la actividad turística hacia la sostenibilidad implica, directa o indirectamente, involucrar la diversificación de la actividad económica, la movilidad, y el rol de las ciudades. Pau Solanilla, co-fundador de SOSTENIBLES.ORG, en la entrevista realizada por Red2Red defiende la necesidad de trabajar con la oferta, repensarla para evitar la concentración en ciertos espacios y el desarrollo de prácticas no sostenibles. Considera asimismo que la tasa eco-turística es una buena medida, si se dirige a objetivos claros relacionados con la sostenibilidad. Otras cuestiones que resalta el experto en relación al avance en la sostenibilidad son:

- ***Garantizar la sostenibilidad del destino de forma inequívoca y con una mirada amplia incorporando a las cuestiones ambientales la promoción de los empleos verdes, la movilidad sostenible y la promoción del tejido económico local.***
- ***Promover y visibilizar el retorno social de la actividad económica de la economía del visitante y su apuesta por la sostenibilidad.***

A continuación, se presentan algunos de los principales ejes de transformación y líneas de acción recopiladas, orientadas a encauzar la actividad turística, fomentando el desarrollo de estilos de vida sostenibles en este sentido.

Transición Justa y un nuevo modelo de turismo

La Asociación de Ecologistas en Acción, junto a Greenpeace, SEO/BirdLife, WWF, CCOO y Amigos de la Tierra, publicaron el documento de “Propuestas para una Transición Justa en el sector Turístico” (2021), que presenta los principales lineamientos que en opinión de dichas organizaciones, debe contar la transición justa en el sector, buscando fijar una hoja de ruta hacia *un nuevo modelo turístico sostenible ambientalmente, diversificado y resiliente, con destinos turísticos y actividades basadas en el cumplimiento de la normativa, la calidad del empleo, el respeto al territorio y a la biodiversidad y encuadrados en las medidas de reducción de emisiones*. Asimismo, en esta hoja de ruta se entiende que toda transición no solo afecta al propio turismo, sino al modelo de consumo y estilos de vida, al modelo de transportes, industrial, agroalimentario y energético.

Las formulaciones hacia dónde debe ir encaminado este proceso se agrupan en cinco ejes:

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

- 1) Desde el **cambio del modelo normativo urbanístico y el desarrollo de infraestructuras**, que eviten la destrucción de territorios, el impacto en las costas y elevados consumos energéticos.
 - Se recomienda que las normas urbanísticas limiten el desarrollo de urbanizaciones de segunda residencia, especialmente en costa o montaña.
 - Es necesario repensar la excesiva especialización turística de algunos centros urbanos, donde la actividad turística conviva en armonía con la población habitante, sin tener que verse obligada a desplazarse a otros barrios. Es fundamental restringir la cantidad de pisos turísticos.
- 2) Desde la **diversificación de la oferta turística** y su no concentración en puntos específicos, generando conexión con zonas rurales y con la economía local.
 - Esto implicaría rehabilitar y restaurar edificios y patrimonio de estos nuevos puntos de interés turístico, poniendo en valor el recurso local, siempre con opciones de movilidad sostenible.
 - Potenciar el turismo activo de baja incidencia basado en el conocimiento y el contacto directo con el patrimonio natural o cultural. Una vía puede ser creando microempresas en zonas rurales, pequeños museos, itinerarios guiados, etc.
- 3) **Ofrecer movilidad sostenible en los puntos más turísticos**, y poner **un tope a la oferta en zonas saturadas**, como son las islas y la costa mediterránea. Esto implica la reconversión del sector productivo en estas localidades dependientes del turismo internacional.
 - Limitar la oferta turística, fomentando la reconversión hotelera en espacios con otros usos, siempre sobre un plan social y de protección consensuado con las personas que trabajan en dicho sector.
 - Implementar una regulación que defina la capacidad de acogida turística de cada territorio, según su patrimonio natural y condiciones de vida.
- 4) Apoyar a zonas dependientes del turismo internacional a **transitar hacia otros modelos productivos**.
 - Lo anterior implica la reconversión del sector productivo de estos territorios, buscando un desarrollo industrial limpio, basado en energías renovables, economía circular, etc.
 - Se recomienda fomentar la actividad de sectores primarios y basados en recursos autóctonos, como la agroecología, la ganadería extensiva o la actividad forestal sostenible.
- 5) A nivel estratégico español es necesario **crear objetivos especializados** en relación al turismo.
 - Desarrollar medidas específicas de transición justa para el modelo productivo.

Todos los puntos tratados en el documento de Transición Justa de dichas asociaciones apuntan al desarrollo de nuevos formatos de turismo, y a las condiciones y transformaciones necesarias para su implementación.

Otras propuestas encaminadas en este sentido surgen de las entrevistas realizadas por Red2Red a expertos y expertas en la materia, como son Joaquim Sempere, catedrático emérito de la Universidad de Barcelona, Pau Solanilla de SOSTENIBLES.ORG, y Belén García de Ecologistas en Acción. Estas se basan en imaginar nuevos formatos de turismo y pueden ser agrupadas en las siguientes:

- Regular la oferta turística en territorios masificados, evitando su concentración en algunos barrios, y las prácticas no sostenibles.
- Impulsar el turismo cercano y de proximidad, acortando la distancia recorrida en los viajes. Esto implicaría fomentar el turismo nacional, y aportaría a la reducción de la huella de carbono en tanto los traslados serían más cortos.
- Buscar el mantenimiento o incluso disminución de la actividad turística. Si bien el decrecimiento es un tema controversial y no abiertamente apoyado en todas las entrevistas, sí hay consenso en la necesidad de realizar viajes más cercanos y próximos, basados en un turismo protegido.
- Lo anterior implica cuidar a las pequeñas y medianas empresas turísticas que se verían más perjudicadas ante la transformación del sector. Del mismo modo, se vuelve importante la necesidad de diversificar la actividad productiva en los territorios.

Como un punto adicional se recuerda la necesidad de cambiar el lenguaje a nivel de políticas públicas y medios de comunicación. El turismo sostenible debe dejar de hacer referencia solo a lo rural, entiendo que la experiencia de viaje y ocio en ciudades y centros urbanos también puede ser sostenible.

Investigación y huella de carbono

Como parte esencial de las estrategias de desarrollo de estilos de vida sostenibles, y de la generación de contextos que las posibiliten, se encuentra el [rol de la investigación y la información sobre huella de carbono](#).

En ese sentido, para lograr objetivos como la regulación de la oferta turística en sectores masificados, así como la promoción de nuevos puntos de turismo, es necesario:

- Realizar estudios para conocer la capacidad de acogida de los espacios promovidos, cuidando el estrés climático.
- Reconocer que cada lugar y destino cuenta con una capacidad definida, y con distintos tipos de consecuencias climáticas.

A partir de la información anterior, realizar itinerarios representativos cuidando las zonas según las épocas del año, entendiendo que la capacidad de acogida y las condiciones de los territorios son variables.

Por otro lado, un incentivo importante para disminuir la cantidad de viajes individuales, así como acortar la distancia de los trayectos (fomentando el turismo local), es la relación de cada actividad con la huella de carbono.

- Para esto es necesario contar con estudios e información que vinculen los tipos de actividad turística con la huella de carbono, permitiendo que la ciudadanía se vuelva consciente de las consecuencias de sus decisiones de consumo.
- Asimismo, es fundamental desarrollar mecanismos de medición y seguimiento de la huella de carbono de los establecimientos turísticos, restauración, oferta hotelera y actividades turísticas.

Además, la tecnología puede significar una oportunidad para repensar la actividad turística:

- Puede ofrecer la oportunidad de sustituir experiencias por medio de la virtualidad, por ejemplo, los recorridos virtuales de museos y exposiciones.
- Puede ayudar a disminuir la huella de carbono de medios de transportes.
- Bajo la liberación de patentes, puede permitir la implementación de tecnologías en territorios que no cuentan con ella, de manera de aportar a la diversificación de la actividad productiva.

Visiones individuales sobre el turismo y slow travel

Con el fin de reconducir el comportamiento del turista hacia otros más sostenibles y responsables es preciso incidir sobre los distintos aspectos que influyen en la toma de decisiones, teniendo en cuenta su naturaleza racional y emocional, como son: **los factores económicos, aspectos cognitivos y emocionales, la concienciación e información y el contexto social y normas sociales**. En este sentido, las evidencias aportadas por diversos experimentos realizados, como es el caso de los que presentan Araña y León (2017), permiten concluir que más que los impuestos o políticas de precios³⁹, pueden ser eficaces otras medidas de sensibilización, provisión e información o inducción de estados emocionales proclives a la adopción de decisiones responsables con el medio ambiente y la sostenibilidad.

El Slow Travel, o Turismo Slow ya presentado previamente surge como una alternativa a la forma generalizada y rápida del turismo tradicional, y abarca no solo las decisiones individuales, sino que el modelo turístico en su conjunto. Implica considerar tanto el viaje como el tiempo vacacional en el destino, como parte de la “experiencia vacacional”, sobre un consumo responsable, una percepción de ocio y turismo como satisfacción, valorando la calidad por sobre la cantidad.

La UNEP pone a disposición una [guía práctica sobre consumo y producción sustentable](#), para avanzar hacia estilos de vida sostenibles, identificando las siguientes recomendaciones en relación al área de turismo.

³⁹ Al respecto los autores señalan que la utilización de tasas o impuestos puede ser incluso contraproducente porque podría conducir a legitimizar estos comportamientos e incentivar un mayor impacto ambiental reduciendo los incentivos intrínsecos hacia un comportamiento puramente altruista.

A **nivel individual** se recomienda:

- Escoger instalaciones y servicios según su impacto en el medio ambiente, la población y la economía local. Por ejemplo, tours y hoteles certificados, infraestructuras que contribuyan a la preservación del territorio, etc.
- Informarse de las costumbres de la localidad o región visitada antes de salir, y respetarlas.
- Depositar residuos en zonas de reciclaje y utilizar baterías recargables.
- Utilizar el agua y electricidad con moderación.
- Preferir productos y empresas locales, como guías, souvenirs de artesanía, etc.
- No llevar a casa recuerdos hechos con especies protegidas.

A **nivel de las empresas** se recomienda:

- Respetar las normas de turismo sostenible al organizar viajes de empresa.
- Proponer una gama de actividades éticas al personal y sus familias.
- Habilitar al personal para participar en proyectos de ecoturismo organizados por ONGs.

A **nivel de las autoridades locales** se recomienda:

- Impulsar el desarrollo del turismo sostenible mediante la formación de profesionales y la aplicación de Agendas o políticas apropiadas.
- Impulsar la creación de infraestructuras turísticas sostenibles a través de subvenciones y asistencias técnicas.
- Modular el acceso a sitios turísticos (buses, carriles bici), y mejorar las facilidades para el transporte no motorizado.
- Establecer planes de hermandad e intercambios entre escuelas e institutos culturales.

Propuestas de acción

A lo largo del texto se han mencionado diversas recomendaciones y propuestas concretas, como punto final, se destacan las siguientes:

- ✓ Incidir, a través del impulso de análisis de la capacidad de acogida de cada territorio y planes de ordenación en una “mejor organización del turismo”, restringiendo en caso de que sea necesario el uso de algunos espacios o generando itinerarios representativos.
- ✓ Avanzar en la mejor información del consumidor acerca de los efectos que el turismo puede tener en el territorio y en concreto los efectos del turismo en determinados espacios en la biodiversidad, etc.
- ✓ Incidir a través de la comunicación y sensibilización en cuestiones como: el uso de transportes colectivos, el fomento del turismo de proximidad, nuevas tipologías de viaje “menos frecuentes y más largos”, etc.
- ✓ Trabajar de la mano de la industria turística en mejorar su sostenibilidad: impulso de mediciones de huella de carbono, etc.

- ✓ Analizar y difundir propuestas e iniciativas enmarcadas en el movimiento “turismo lento” y apoyar el desarrollo de proyectos enmarcados en dicho movimiento.
- ✓ Trabajar en la conexión de la acción en el turismo y otros sectores, como la alimentación, en la transición de los territorios y las personas hacia la sostenibilidad.
- ✓ Seguimiento y evaluación de todas las acciones puestas en marcha, para conocer sus efectos y reconducirlas en caso de que sea necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Generales

Aguilar-Luzón, M. del Carmen y Benitez, Isabel (2018): Avances de la psicología ambiental ante la promoción del bienestar y la calidad de vida. *Psychology*, 9:2, 113-117, [Enlace](#)

Aledo, A. y Domínguez, Jose A. (2001) *Sociología ambiental*. Grupo Editorial Universitario.

APA- American Psychological Association (2017): *Mental Health and our changing climate: Impacts, Implications, and Guidance*. [Enlace](#)

Ayuntamiento de Barcelona (2021). *Nudges: ¿Qué son y para qué sirven?* [Enlace](#).

Babutsidze, Z., & Chai, A. (2018). Look at me Saving the Planet! The Imitation of Visible Green Behavior and its Impact on the Climate Value-Action Gap. *Ecological Economics*, 290-303.

Backhaus, Julia et al. para la Comisión Europea (2012): *Sustainable Lifestyles: Today's Facts & Tomorrow's Trends*. SPREAD Project. [Enlace](#)

Báez Gómez, J. (2016). La conciencia ambiental en España a principios del siglo XXI y el impacto de la crisis económica sobre la misma. 363-388: *Papers*.

Barros, Hellen y Pinheiro, José (2020). Climate change perception by adolescents: reflections on sustainable lifestyle, local impacts and optimism bias. *PsyEcology*, Volume 11, 2020 - Issue 2. [Enlace](#)

Bertoldo, Raquel; Tanga, Rocco; Dias, Pierre; Guignard, Séverin y Schleyer-Lindenmann, Alexandra (2020). Calculative and relational trust in the management of coastal floods and earthquakes: a comparative study. *PsyEcology. Revista Bilingüe de Psicología Ambiental / Bilingual Journal of Environmental Psychology*, Taylor & Francis, pp.1-21. [Enlace](#)

Blackenberg, A. y Alhusen, H. (2019) *On the Determinants of Pro-Environmental Behavior: A Literature Review and Guide for the Empirical Economist*. Discussion Papers, No. 350.

Blackmore, et al. (2013). *Common Cause for Nature: A practical guide to values and frames in conservation*. [Enlace](#).

Brown, Z. (2014). *Greening Household Behaviour: Cross-domain Comparisons in Environmental Attitudes and Behaviours Using Spatial Effects*. OECD Environment Working Papers.

Bruderer-Enzler, H., & Diekmann, A. (2015). *Environmental Impact and Pro-Environmental Behavior: Correlations to Income and Environmental Concern*. ETH Zurich Sociology Working Papers.

Carrus, Giuseppe; Pirchio, Sabine y Tiberio, Lorenza (2020) Transitions to sustainability, lifestyles changes and human well-being: cultural, environmental and political challenges, *PsyEcology*, 11:2, 163-169, [Enlace](#)

Chen, X., De la Rosa, J., Peterson, N., Zhong, Y., & Lu, C. (2016). Sympathy for the environment predicts green consumerism but not more important environmental behaviours related to domestic energy use. *Environmental Conservation*, 140-147.

Cheng, J., & Monroe, M. (2012). Connection to Nature: Children's Affective Attitude Toward Nature. *Environment and Behavior*, 31-49.

Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026.

CIP-Ecosocial. (2009). *Cultura y Ambiente. Una Propuesta Teórica. Culturambiente.*

Clayton, S., Devine-Wright, P., Stern, P., Whitmarsh, L., Carrico, A., Steg, L., & Bonnes, M. (2015). Psychological research and global climate change. *Nature Climate Change*, 5, 640-646.

Common Cause. (2013). *Common Cause for Nature: Finding values and frames in the conservation sector.* London: Public Interest Research Centre.

Coreil, J., Levin, J., & Gartly, J. (1992). Estilo de vida. Un concepto emergente en las ciencias sociomédicas. *Clínica y Salud*.

Corraliza, J., & Martín, R. (2000). Estilos de vida, actitudes y comportamientos ambientales. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 31-56.

Corral-Verdugo, Víctor. (2001). *Comportamiento proambiental: una introducción al estudio de las conductas protectoras del ambiente.* Santa Cruz de Tenerife: Editorial Resma

Corral-Verdugo, Víctor; Aguilar-Luzón, M del Carmen y Hernández, Bernardo (2019). Bases teóricas que guían a la psicología de la conservación ambiental. [Enlace](#)

Corral-Verdugo, Víctor; Tapia, César; Frías, Martha; Fraijo, Blanca y González, Daniel (2009): Orientación a la Sostenibilidad como base para el Comportamiento Pro-Social y Pro-Ecológico. *Revista de Medio ambiente y Comportamiento Humano*, 2009,10(3), 195-215. [Enlace](#)

Correa, A. (2019). Carte carbone: plutôt qu'une taxe, un quota pour chaque citoyen?. *Socialter*. [Enlace](#).

De Silva, D., & Pownall, R. (2014). Going green: does it depend on education, gender or income? *Applied Economics*, 573-586.

Dickinson, J. E. y Lumsdon, L. M. (2010). *Slow Travel and Tourism.* London. Washington Earthscan. [Enlace](#).

Dunlap, Riley E. y Van Liere, Kent D. (2014): The “New Environmental Paradigm”. Previamente publicado en (1978) *Journal of Environmental Education*, 9, 10-19. doi: 10.3200/ JOEE.40.1.19-28 [Enlace](#)

EIGE- European Institute for Gender Equality (2017). Gender in environment and climate change. [Enlace](#)

Esteban, M., & Amador, L. (2017). La educación ambiental como ámbito emergente de la educación social. Un nuevo campo socioambiental global. *Revista de Educación Social (RES)*, 134-147.

Fielding, K., & Head, B. (2012). Determinants of young Australians’ environmental actions: the role of responsibility attributions, locus of control, knowledge and attitudes. *Environmental Education Research*, 171-186.

Fundación Daniel y Nina Carasso y Fundación Alternativas (2022)

[Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España](#)

García, E. (2004). Medio ambiente y Sociedad: la civilización industrial y los límites del planeta. Anaya-Spain.

García, E. (2006). Del pico del petróleo a las visiones de una sociedad post-fosilista. *Mientras tanto*, (98), 25-47. [Enlace](#).

García, E. (2016). Translimitación y cambio climático. *Pasajes Revista de Pensamiento Contemporáneo*. [Enlace](#).

García, E. (2018). La transición ecológica: definición y trayectorias complejas. *Ambienta: La revista del Ministerio de Medio Ambiente*, (125), 86-100. [Enlace](#).

García Mira, R. (2016). Estilos de vida que desafían nuestro modelo económico. Artículo de *El País* 4 de marzo [Enlace](#)

Gifford, R., y Nilsson, A. (2014). Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review. *International Journal of Psychology*, 141-157.

Gomera, Antonio; Villamandos, Francisco y Vaquero, Manuel (2013): Construcción de indicadores de creencias ambientales a partir de la escala NEP. [Enlace](#)

Grönhoj, A., y Thøgersen, J. (2017). Why young people do things for the environment: The role of parenting for adolescents’ motivation to engage in pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 11-19.

Grupo Internacional CSCP (Centro Colaborador en Producción y Consumo Sostenible): Publicaciones con la etiqueta “Estilos de Vida y Comportamiento”. [Enlace](#)

Heidbreder, Lea Marie y Schdmitt, Manfred (2020). Fasting plastic: an intervention study to break habits of plastic consumption. *PsyEcology* 11:2, 170-192. [Enlace](#)

Herrero, Y. (2015). Apuntes introductorios sobre el Ecofeminismo. Centro de Documentación HEGOA. [Enlace](#)

IDEARA, Meira, P. (2021). La sociedad española ante el cambio climático. Percepción y comportamientos en la población. Madrid. [Enlace](#)

Inglehart, Ronald y Welzel, Christian (2006). Modernización, cambio cultural y democracia: La secuencia del desarrollo humano. Madrid: CIS.

IPCC- Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (2021): Cambio Climático 2021: La base de la ciencia física. Informe completo. [Enlace](#)

Jareño, L., Montoro, F., Sánchez, J., & Rey, J. (2012). Personal Values as an Antecedent of Environmental Behaviour. Advance Research in Scientific Areas Section 9: Ecology, 1.341.

Junta de Andalucía (2018): Ecobarómetro. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. [Enlace](#)

Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behaviour? Environmental Education Research, 239-260.

Koomen, R. (2020). What's a green nudge?. The behaviouralist. [Enlace.](#)

Kuittinen, Outi et al. para la Comisión Europea (2013). iFuture- The diversity of sustainable Lifestyles. SPREAD Project . [Enlace](#)

Leira, O. y Puddu, S. (2008). La catástrofe como oportunidad. EcoPolítica. [Enlace.](#)

Lluent, E. (2020). ¿Es la hora del racionamiento?. Climática. [Enlace.](#)

Longhi, S. (2013). Individual pro-environmental behaviour. Essex: Institute For Social & Economic Research.

López, N. (2021): Ansiedad climática: “Me aterra que mi hijo tenga que vivir en un mundo sin agua y me da miedo mi vejez”. Reportaje de Newtral. [Enlace](#)

Lynn, P., & Longhi, S. (2011). Environmental attitudes and behaviour: who cares about climate change? Understanding Society.

Makita, M., Woolrych, R., Sixsmith, J., Murray, M. y col. (2020). (In) seguridades de lugar. Percepciones de las personas mayores en distintos entornos urbanos del Reino Unido. PsyEcology, 11 (2), pp .214-231 [Enlace](#)

Martín, Rocío. y Berenguer, Jaime. (2003). Estilo de vida y medio ambiente. En C. San Juan, J. Berenguer, J.A. Corraliza e I. Olaizola (eds.), Medio ambiente y Participación: una perspectiva desde la Psicología Ambiental y el Derecho. San Sebastián, Universidad del País Vasco. [Enlace](#)

Mellor, M. (1997). Introducción de “Feminismo y Ecología”. New York University Press

Melo, P., Ge, J., Craig, T., Brewer, M., & Thronicker, I. (2018). Does Work-life Balance Affect Pro-environmental Behaviour? Evidence for the UK Using Longitudinal Microdata. *Ecological Economics*, 170-181.

Michie, S., Atkins, L., & West, R. (2014). *The Behaviour Change Wheel: A Guide to Designing Interventions*. London: Silverback Publishing.

Miranda, L. (2013). Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales. 94-105: Producción + Limpia.

Movement, S. (2021). *The Slow Movement: making a connection*. [Enlace](#)

Ochoa, V., Páez, D., Osorno, V., Casabianca, L.M., y Rodríguez, M. (2019). Cómo promover estilos de vida sostenibles en los jóvenes urbanos: una estrategia didáctica. 70-79: Hojas de El bosque. [Enlace](#)

OCU (2022). *Estudio sobre etiquetas medioambientales*. [Enlace](#)

OCU (2022). *25 claves para Mejorar la Sostenibilidad*. [Enlace](#)

OMS (1999). *Glosario de Promoción de la Salud*.

Ortega, M. (2021). *Green Nudges. La economía del comportamiento aplicada a la toma de decisiones ecológicas y ambientalmente responsables*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). [Enlace](#).

OXFAM Intermón (2020). ¿Qué es Slow Fashion?. [Enlace](#).

Palacios, J., Bustos, J., y Soler, F. (2015) Factores socioculturales vinculados al comportamiento proambiental en jóvenes. *Revista de Psicología*, 1-16.

Puleo, A. (2011). *Ecofeminismo para otro mundo posible*. Cátedra: Madrid.

Red2Red. (2020). *Género y Cambio Climático. Un diagnóstico de situación*. Madrid: Instituto de la Mujer.

Rivera, P., & Garcés, C. (2018). Desarrollo del comportamiento proambiental en los individuos y sus determinantes. *Revista Española de Investigación Social (REIS)*, 59-78.

Schubert, C. (2017). Green Nudges: Do they work? Are they ethical? *Ecological Economics*, Vol. 132, pp. 329-342. [Enlace](#).

Sempere, Joaquim (2008). *Mejor con menos: Necesidades, explosión consumista y crisis ecológica*. Barcelona: Crítica. 264 p

Sevillano, V., & Olivos, P. (2019). COMPORTAMIENTO SOCIAL Y AMBIENTE: Influencia de las normas sociales en la conducta. 182-189: *Psychologist Papers*.

Sharlamanov, K., & Petreska, J. (2019). The conceptualization of lifestyle in sociological Theory. *Sociological Review*, 25-42.

Solanilla, F. (2020). *Resilientes: liderazgo, seguridad y sostenibilidad en la era de la incertidumbre*. [Enlace](#).

Solanilla, P. (2020). El éxito del “Green New Deal” dependerá de las ciudades. Sostenibles. [Enlace](#).

Steg, L. y Vlek, C. (2009). Encouraging Pro-Environmental Behavior: An Integrative Review and Research Agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309–317.

Stern, P.C, Dietz, L, Kalof y G.A Guagnano (1995) Values, beliefs, and proenvironmental action: Attitude formation toward emergent attitude objects. *Journal of Applied Social Psychology*, 1611–1636

Sustainable Lifestyles Education Hub. (2021). Why sustainable lifestyles?. [Enlace](#).

The Global Commons Alliance. (2021). [Enlace](#).

The Lancet Countdown. (2021). The 2021 report of the Lancet Countdown on health and climate change: code red for a healthy future. *The Lancet*, 1619–1662.

UNEP (2011). VISIONS FOR CHANGE. Recommendations for Effective Policies on Sustainable Lifestyles. Kenya: UNEP. [Enlace](#).

UNEP (2016). A framework for shaping sustainable lifestyles. Nairobi: United Nations Environment Programme.

UNEP (2020). El pequeño libro de los empujones verdes. 40 formas de promover un comportamiento sostenible en los campus. [Enlace](#).

UNEP (2021). Lifestyle Impact on Biodiversity and Nature. Exploring how lifestyles around the world impact nature and biodiversity. [Enlace](#).

UNEP-10YFP. (2014). Programa de Estilos de Vida Sostenibles y Educación, en el marco de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible (Río +20). La definición viene en el Marco Decenal de Programas sobre Patrones de Consumo y Producción Sostenibles (10YPF). Río de Janeiro.

UNWTO. (2020). Covid-19 y el sector turístico. [Enlace](#)

Verma, R. (2018). Felicidad Interior Bruta: el decrecimiento como alternativa de desarrollo de vida. *EcoPolítica*. [Enlace](#).

Vozmediano, Laura y San Juan, César (2005): Escala Nuevo Paradigma Ecológico: propiedades psicométricas con una muestra española obtenida a través de Internet. [Enlace](#)

Wells, N., & Lekies, K. (2006). Nature and the Life Course: Pathways from Childhood Nature Experiences to Adult Environmentalism. *Children, Youth and Environments*, 1–24.

White, K., Habib, R., & Hardsity, D. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83.

Wiernik, B., Ones, D., & Dilchert, S. (2013). Age and environmental sustainability: A meta-analysis. *Journal of Managerial Psychology*, 7.

Young, Nathan; Kadykalo, A.N.; Beaudoin, Ch.; Hackernburg, D.M. y Cooke, S. (2021): Is the Anthropause a useful symbol and metaphor for raising environmental awareness and promoting reform? Cambridge University Press. [Enlace](#)

Zhu, C., Tong, P., & Song, Z. (2021). A Bibliometric and Visual Analysis of Environmental Behavior Research. *Sustainability*, 13.

Referencias por sectores

Sistemas Alimentarios

Benito, C. G., y Cabedo, C. L. (2021). La Covid-19. efectos y desafíos para la agricultura y la alimentación. *Temas para el debate*, (316), 35-37. [Enlace](#)

CSCP, UNEW, UoI, UNIBO, Markmar, y IDDRI. (2021). From intention to action. Multi-stakeholder recommendations for making sustainable food consumption a reality. Wuppertal. [Enlace](#).

CSCP, UNIBO, UoI, IDDRI, UNEW, y CZU. (2021). Food consumption behaviours in Europe. Mapping drivers, trends and pathways towards sustainability. VALUMICS project. [Enlace](#).

CSCP. (2021). Putting solutions on the table: A review of successful interventions to support more sustainable food consumption behaviours. [Enlace](#)

De Schutter, O. (2019) Hacia una política alimentaria común para la Unión Europea. iPES FOOD. [Enlace](#)

Dörrich, J., Kastenhofer, K, Gorton, M., Lemke, F., Nicolau, M., Bethge Jan. (2021). Behaviour changes interventions for more sustainable food consumption. A review of three REWE International cases studies. VALUMICS Horizon 2020 G.A. No 727243. [Enlace](#).

Fanzo, J., L. et al. (2020). El Panel de Control de sistemas alimentarios es una nueva herramienta para informar una mejor política alimentaria. *Nature food*, 1(5) 243-246. [Enlace](#).

FAO. (2014). Sustainable food systems: concept and framework. [Enlace](#).

GAIN, y Universidad Johns Hopkins. (2020). Food Systems Dashboard: About food systems. [Enlace](#).

Hawkes, C., Walton, S., Haddad, L., y Fanzo, J. (2020) 42 policies and actions to orient food systems towards healthier diets for all. Centre for Food Policy Research Brief. [Enlace](#)

IPCC. (2020). Chapter 5: Food Security- Special Report on Climate Change and Land. [Enlace](#).

Mbow, C., C. Rosenzweig, L.G. Barioni, T.G. Benton, M. Herrero, M. Krishnapillai, E. Liwenga, P. Pradhan, M.G. Rivera-Ferre, T. Sapkota, F.N. Tubiello, Y. Xu, 2019: Food Security. In: Climate Change and Land: an IPCC special report on climate change, desertification, land degradation, sustainable land management, food security, and greenhouse gas fluxes in terrestrial ecosystems [P.R. Shukla, J. Skea, E. Calvo Buendia, V. Masson-Delmotte, H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, P. Zhai, R. Slade, S. Connors, R. van Diemen, M. Ferrat, E. Haughey, S. Luz, S. Neogi, M. Pathak, J. Petzold, J. Portugal Pereira, P. Vyas, E. Huntley, K. Kissick, M. Belkacemi, J. Malley, (eds.)]. In press. [Enlace](#)

Moranta, J. (2019) La sostenibilidad de la pesca y la acuicultura en el sistema agroalimentario español. Alimentta. [Enlace](#).

Moreiras, G., Krug, A., Aperte, E., González, Á., y Tuñón, M. (2018). Alimentación, sociedad y decisión alimentaria en la España del siglo XXI. Fundación Mapfre. [Enlace](#).

Nicolau, M., Xhelili, A., Leimann, L. , Fedato, C. (2021). Putting Solutions on the Table. A review of successful interventions to support more sustainable food consumption behaviours. Wuppertal. [Enlace](#).

Nicolau, M., Esquivel, L., Schmidt, I., Fedato, C., Leimann, L., Samoggia, A., Monticone, F., Prete, D.M., Ghelfi, R., Saviolidis, M.N., Olafsdottir, G., Sigurdardottir, H., Aubert, P.M., Huber, E., Aditjandra, A., Hubbard, C., De, A., Gorton, M., Čechura, L., Bogason, G.S., Brimont, L., Odene, J. & Schamari, D. (2021). Food consumption behaviours in Europe. Mapping drivers, trends and pathways towards sustainability. VALUMICS project. [Enlace](#)

ONU. Iniciativa de la ONU “ACTÚA AHORA” en relación al ámbito de la comida. [Enlace](#).

Pact, M. U. (2021). Pacto de Milán. [Enlace](#).

Pérez-Rodrigo, C., Gianzo Citores, M., Hervás Bárbara, G., Ruiz Litago, F., Casis Sáenz, L., y Aranceta-Bartrina, J. (2020). Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España. Revista española de nutrición comunitaria, 26(2):0-0. [Enlace](#).

Real Instituto Elcano. (2019). Los españoles ante el cambio climático. [Enlace](#).

Rodríguez, N. (2021). Rediseño de la cadena de suministro cárnica en base a la economía circular. El papel del consumidor en la transición ecológica. Universidad de Zaragoza. [Enlace](#).

Schutter, O. D. (2019). Hacia una política alimentaria común para la Unión Europea. [Enlace](#).

Willett, W., Rockstrom, J., Loken, B., Springmann, M., Lang, T., y Vermeulen, S. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. The Lancet, 447-492. [Enlace](#).

Xhelili, A. & Nicolau, M. (2021). From intention to action: Multi-stakeholder recommendations for making sustainable food consumption a reality. Wuppertal. [Enlace](#).

Sector de Salud

Backhaus, J., Breukers, S., Mont, O., Paukovic, M., & Mourik, R. (2012). Sustainable lifestyles: Today's facts & tomorrow's trends. SPREAD Sustainable lifestyles baseline report. [Enlace](#).

Carrera, E. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. Revista de Química e Industria Textil, (220), 20-32. [Enlace](#).

FAO (2010) Sustainable diets and biodiversity. Directions and solutions for policy, research and action. [Enlace](#).

FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. (2019). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2019. Protegerse frente a la desaceleración y el debilitamiento de la economía. Roma: FAO. [Enlace](#).

FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. (2020). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2020. Transformación de los sistemas alimentarios para que promuevan dietas asequibles y saludables. Roma: FAO. [Enlace](#).

FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS. (2018). El estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición en el Mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición. Roma: FAO. [Enlace](#).

Fresán, U., Martínez-Gonzalez, M. A., Sabaté, J., y Bes-Rastrollo, M. (2018). The Mediterranean diet, an environmentally friendly option: Evidence from the Seguimiento Universidad de Navarra (SUN) cohort. Public health nutrition, 21(8), 1573-1582. [Enlace](#).

Gobierno de España (2013). La Estrategia española de Promoción de la Salud. Estilos de Vida Saludables. [Enlace](#).

Jaramillo Mantilla, M. (2013). El trabajo infantil. El caso de "El Prado" en Bogotá, D.C. (Colombia). Salamanca: Universidad de Salamanca. [Enlace](#).

Ministerio de Sanidad y Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2021) Plan Estratégico de Salud y Medioambiente 2022-2026. [Enlace](#)

Morilla, R. (2019). Dieta sostenible: efectos en el binomio salud-medioambiente. Explorando las opciones para llevar un patrón alimenticio saludable y respetuoso con el medioambiente. Alimentta. [Enlace](#).

Observatorio Salud y Medio Ambiente (2013). Una guía para una vida más saludable y sostenible. Bueno para ti, bueno para el planeta. ECODES y DVK Seguros. [Enlace](#).

OMS. (1948). Official Records of the World Health Organization, N° 2, p. 100. [Enlace](#).

OMS. (1986). Life-Styles and Health. Social Science & Medicine, 22(2), 117-124.

OMS. (2021). Cambio climático y salud. [Enlace](#).

Popkin, B. M. (2015). Nutrition transition and the global diabetes epidemic. Current diabetes reports, 15(9), 1-8. [Enlace](#).

Popkin, B. M., Adair, L. S., y Ng, S. W. (2012). Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries. Nutrition reviews, 70(1), 3-21. [Enlace](#).

Romanello, M., et al. (2021). The 2021 report of the Lancet Countdown on health and climate change: code red for a healthy future. The Lancet, 398(10311), 1619-1662. [Enlace](#).

Yip, C., Crane, G., y Karnon, J. (2013). Systematic review of reducing population meat consumption to reduce greenhouse gas emissions and obtain health benefits: effectiveness and models assessments. International journal of public health, 58(5), 683-693. [Enlace](#).

WHO, HEP, ECH, y EHD (2021). Compendium of WHO and other UN guidance on health and environment. World Health Organization. [Enlace](#)

Sector textil y moda

Carrera Gallissà, E. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. Revista de Química e Industria Textil, (220), 20-32. [Enlace](#).

Castro, J. (2021). La Industria Textil y de la Moda. Responsabilidad Social y Agenda 2030. Cuaderno 100. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Enlace](#).

Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. [Enlace](#).

Ethical Consumer Research Association (2021). Closing the climate gap. An anual report on progress towards sustainable consumer lifestyles in the UK. [Enlace](#)

Fashion Revolution (2019). Encuesta europea sobre moda y consumo responsable. Encuesta sobre la actitud de los consumidores de la Unión Europea respecto a la sostenibilidad y transparencia de la cadena de suministro en la industria de la moda. Fashion Revolution y Coordinadora Estatal de Comercio Justo. [Enlace](#)

Global Fashion Agenda. (2017). Pulse of the Fashion Industry Agenda. Extraído el 15 de mayo de 2017. [Enlace](#).

Joergens, C. (2006). Ethical fashion: myth or future trend?. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. 10, 360-371. [Enlace](#).

Jung, S., y Jin, B. (2016). From quantity to quality: Understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. International Journal of Consumer Studies, 40(4), 410-421. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12276>

Morgan, Louise R. y Birtwistle, Grete. (2009). An Investigation of Young Fashion Consumers' Disposal Habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33 (2), 190-198. [Enlace](#).

Rodríguez, B. y Martín, E. (2019). Actitudes ante la sostenibilidad y la moda: una exploración por grupos de edad. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*. 20, 20-35. [Enlace](#).

Rodríguez, M. (2018). Consumo responsable de prendas de vestir. Necesidad de consenso social en la industria y el comercio textil. *Distribución y Consumo*, 28(153), 111. [Enlace](#).

Sánchez, P., Gago-Cortés, C., y Alló, M. (2020). Moda sostenible y preferencias del consumidor. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 9(3), 39-57. [Enlace](#).

Soler, J., Ruano, M., y Arroyo, J. M. (2012). Hacia el concepto de moda sostenible. *Abre El Ojo (IED Madrid)*, 19, 83-89.

UN Alliance for Sustainable Fashion (2021) Synthesis Report on United Nations System-wide Initiatives related to Fashion. UNASF.

UNEP (2020). Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain. Paris: Economic Division.

World Economic Forum (WEF) (2021). Net-Zero Challenge: The supply chain opportunity. FORUM. [Enlace](#)

Sector Turismo

Alternativas, F., y Ecoembes. (2017). Informe sobre sostenibilidad en España 2017. [Enlace](#).

Álvarez-Sousa, A. (2004). Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI. Turismo, ocio y deporte. Transformaciones globales: confianza y riesgo, grupo: VIII Congreso Español de Sociología. Universidade da Coruña, pp. 15-41. [Enlace](#)

Araña Padilla, J., y León González, C. J. (2017). Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. *Cuadernos económicos de ICE*. (93), págs. 45-68. [Enlace](#).

BBVA. (2021). ¿Qué es el turismo sostenible y cómo puede salvar al planeta?. [Enlace](#).

Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., y Scarles, C. (2009). Research Perspectives on Responsible Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3). [Enlace](#).

De Luis Blanco, A. (2011). Una aproximación al turismo Slow. El turismo Slow en las Cittaslow de España. 122-133: *Investigaciones Turísticas*. [Enlace](#)

Dickinson, J. E. y Lumsdon, L. M. (2010). *Slow Travel and Tourism*. London. Washington Earthscan. [Enlace](#).

Ecologistas en Acción, CC00, GreenPeace, SEOBirdLife, WWF y Amigos de la Tierra (2021). *Propuestas para una Transición Justa*. [Enlace](#)

European Travel Commission. (2016). Lifestyle trends & Tourism: How changing consumer behavior impacts travel to Europe. Brussels: European Travel Commission. [Enlace.](#)

Rivera, J. y Pastor, R. (2020). ¿Hacia un turismo más sostenible tras el covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. Gran tour, revista de investigaciones turísticas, (21). [Enlace.](#)

Gössling, S., y Peeters, P. (2007). 'It does not harm the environment!'. An analysis of industry discourses on tourism, air travel and the environment. Journal of Sustainable Tourism, 15(4), 402-417. [Enlace.](#)

Informe sobre Sostenibilidad en España 2017: Cambio de rumbo, tiempo de acción. [Enlace.](#)

Kollmuss, A., y Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behaviour?. Environmental Education Research, 8(3), 239-260. [Enlace.](#)

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., y Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. Nature climate change, 8(6), 522-528. [Enlace.](#)

Ministerio de Industria, C. y. (2019). Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. [Enlace.](#)

OMT. (2020). Directrices Globales de la OMT para reiniciar el turismo. [Enlace.](#)

OMT. (2020). Programa de Turismo Sostenible de One Planet. [Enlace.](#)

Org, U. (2005). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook - Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica (Versión española). [Enlace.](#)

Org., U. (2020). Transformar el turismo para la acción por el clima. [Enlace.](#)

Osti, L., y Goffi, G. (2021). Lifestyle of health & sustainability: The hospitality sector's response to a new market segment. Journal of Hospitality and Tourism Management, 46, 360-363. [Enlace.](#)

Salazar, S. C. (2020). Impactos socioeconómicos y medioambientales del turismo en España. Observatorio Medioambiental, 23, 243. [Enlace.](#)

Sánchez, A. B. (2017). El turismo español suspende en sostenibilidad. [Enlace.](#)

UNEP (s/f). Resource kit on sustainable consumption and production. [Enlace](#)

UNWTO. (2019). Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte. Modelización de resultados. [Enlace.](#)

Vierk, T. M. (2020). Turismo Sostenible en la Generación Millennial. Universidad de Alicante. Departamento de Marketing. [Enlace.](#)

WWF (2018). Out of the Plastic Trap, saving the Mediterranean from plastic pollution. World Wide Fund. Mediterranean Marine Initiative, Rome, Italy. [Enlace.](#)

Xinran, L. Y., & R. Lehto, M. (2019). Vacation as a Public Health Resource: Toward a Wellness-Centered Tourism Design Approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(7), 935-960. [Enlace](#).

ANEXO 1. INFORMACIÓN DETALLADA SISTEMAS ALIMENTARIOS

Food Systems Dashboard – Diets and Nutrition

Acciones agrícolas		
	Acciones	Posibles impactos
1	Ofrecer programas de extensión agrícola, infraestructuras y educación para ayudar a los agricultores a cultivar y comercializar alimentos nutritivos	Aumentar la disponibilidad y asequibilidad de alimentos nutritivos para la población local
2	Rediseñar los programas de desarrollo agrícola destinados a aumentar los ingresos de los productores de alimentos para que también se centren en la producción y el acceso a los mercados de cultivos nutritivos y en proporcionar educación nutricional	Aumentar la disponibilidad y la asequibilidad de los alimentos nutritivos para las poblaciones locales
3	Proporcionar a las mujeres activas agrícolas, formación y apoyo para aumentar la productividad y la producción agrícola, y acceso a los mercados para vender alimentos nutritivos	Aumentar la disponibilidad y la asequibilidad de los alimentos nutritivos para las poblaciones locales
4	Proporcionar a los hogares de bajos ingresos, incluidas las mujeres, apoyo para la cría de animales y formación para la cría de animales, la gestión de la seguridad y el procesamiento, junto con educación nutricional	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos de origen animal para los hogares productores
5	Apoyar la producción y el consumo de cultivos autóctonos nutritivos a través de sistemas de cultivo agrobiodiversos, la extensión agrícola, los programas de cría, las subvenciones, los derechos de tenencia de la tierra, la protección reglamentaria, el desarrollo del mercado y la concienciación pública	Aumentar la disponibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos para los hogares productores y todas las demás poblaciones
6	Ofrecer programas de agricultura (peri)urbana que proporcionen tierras y otros insumos, apoyen el desarrollo del mercado local y ofrezcan formación y educación nutricional.	Increase availability, access, affordability and appeal of nutritious foods to urban populations
7	Proporcionar insumos y formación para desarrollar y mantener huertos domésticos junto con educación nutricional	Aumentar la disponibilidad, el acceso, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos para las poblaciones con acceso a huertos domésticos (es decir, parcelas cultivadas alrededor o cerca de los hogares)

Acciones comercio internacional		
	Acciones	Posibles impactos
8	Diseñar políticas comerciales que den prioridad al suministro de alimentos nutritivos frente a los alimentos elaborados con alto contenido en grasas, azúcares y sal y su ingrediente, teniendo en cuenta los beneficios de las cadenas de suministro locales e internacionales en diferentes contextos, la protección de los pequeños agricultores y la disponibilidad de políticas complementarias	Aumentar la disponibilidad y asequibilidad de los alimentos nutritivos y reducir la disponibilidad y asequibilidad de los alimentos con alto contenido en grasas, azúcares y sal y aumentar a todas las poblaciones

Acciones de investigación, transformación y tecnología		
	Acciones	Posibles impactos
9	Dar prioridad a la alta densidad de nutrientes cuando se seleccionen los cultivos en los programas de cultivo	Aumentar la disponibilidad de micronutrientes en los alimentos ya

Informe final: Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto "Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza"

	convencionales y cuando se seleccionen los cultivos a cultivar	disponibles para todas las poblaciones
10	Poner en marcha programas de biofortificación que incluyan la cría, el apoyo a la adopción y el desarrollo del mercado y las campañas de concienciación pública	Aumentar la disponibilidad de micronutrientes en los alimentos ya disponibles para todas las poblaciones
11	Desarrollar tecnologías innovadoras de almacenamiento postcosecha, técnicas de envasado y procesamiento de alimentos nutritivos para reducir las pérdidas de nutrientes, eliminar los antinutrientes, prevenir la contaminación y reducir las pérdidas de alimentos	Aumentar la disponibilidad, el atractivo y la seguridad de los alimentos nutritivos durante todo el año para todas las poblaciones
12	Desarrollar nuevos productos procesados que prolonguen la vida útil de los alimentos nutritivos, los hagan más cómodos de preparar para los consumidores y reduzcan las pérdidas de alimentos y nutrientes	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos durante todo el año para todas las poblaciones
13	Implementar programas obligatorios de enriquecimiento de alimentos a gran escala	Aumentar la disponibilidad de micronutrientes en los alimentos básicos ya disponibles para todas las poblaciones
14	Reformular los alimentos procesados para reducir las grasas, los azúcares y la sal	Reducir la disponibilidad de grasas, azúcares y sal en los alimentos ya disponibles para todas las poblaciones
15	Investigar y desarrollar fuentes de proteínas alternativas y compartir la investigación con el público	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de las fuentes de proteínas alternativas ricas en micronutrientes y reducir el atractivo de la carne roja para los consumidores de carne roja.

Acciones de infraestructura de la cadena de suministro		
	Acciones	Posibles impactos
16	Construir y mejorar las carreteras, el transporte, el almacenamiento, la cadena de frío y la infraestructura logística de distribución para permitir la entrega de alimentos nutritivos seguros y perecederos en los mercados urbanos y rurales	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y la seguridad de los alimentos nutritivos en los mercados que sirven a las poblaciones locales
17	Apoyar el desarrollo de plataformas de comercio electrónico para ayudar a los productores a crear mercados de alimentos nutritivos y mejorar el acceso de las poblaciones con movilidad limitada o en zonas desatendidas	Aumentar el acceso a los alimentos nutritivos de las poblaciones desatendidas
18	Mantener y mejorar los mercados que venden alimentos nutritivos a las comunidades de bajos ingresos y garantizar que tengan acceso a la infraestructura para mejorar la seguridad alimentaria y reducir las pérdidas de alimentos	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad, el acceso y la seguridad de los alimentos nutritivos en los mercados que atienden a las poblaciones de bajos ingresos
19	Capacitar a los pequeños agricultores y a las pequeñas empresas agrícolas para que accedan a los mercados de alimentos nutritivos mediante la creación de asociaciones agrícolas, cooperativas y centros alimentarios, desarrollando mecanismos de negociación colectiva y aumentando el acceso a la información sobre los precios	Aumentar la disponibilidad de alimentos nutritivos en los mercados que atienden a las poblaciones locales
20	Desarrollar infraestructuras para reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos nutritivos y aumentar su redistribución	Aumentar la disponibilidad de alimentos nutritivos para las poblaciones de bajos ingresos y para todas las poblaciones

21	Ordenar programas de formación para los productores y minoristas de alimentos sobre el almacenamiento, el procesamiento y el envasado para reducir el deterioro y la contaminación de los alimentos nutritivos	Aumentar la disponibilidad y la seguridad de los alimentos nutritivos para todas las poblaciones
----	--	--

	Acciones	Posibles impactos
22	Reorientar las subvenciones agrícolas de los cultivos básicos al aumento de la producción de alimentos nutritivos	Aumentar la disponibilidad y asequibilidad de los alimentos nutritivos y reducir la disponibilidad y asequibilidad de los alimentos básicos refinados y los ingredientes utilizados en los alimentos manufacturados con alto contenido en grasas, azúcares y sal para todas las poblaciones
23	Proporcionar alimentos y comidas nutritivas a precios más bajos en el punto de venta subvencionando los programas de distribución pública, las tiendas gestionadas por el Estado, los restaurantes públicos y otras formas de programas de subvención	Aumentar la asequibilidad y el acceso a los alimentos nutritivos para las poblaciones con acceso a los programas
24	Centrar los programas de transferencia de efectivo, cupones y entrega de alimentos en aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos y limitar el atractivo de los alimentos con alto contenido en grasas, azúcares y sal	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos y reducir la asequibilidad y el atractivo de los alimentos con alto contenido en grasas, azúcares y sal para las poblaciones de bajos ingresos con acceso a los programas
25	Aplicar impuestos para reducir la asequibilidad e incentivar la reformulación de las bebidas azucaradas y los alimentos con alto contenido en grasas, azúcares y sal	Disminuir la asequibilidad de las bebidas azucaradas y los alimentos con alto contenido en grasas, azúcares y sal para todas las poblaciones

	Directrices nacionales	
	Acciones	Posibles impactos
42	Alinear todas las políticas y programas de los sistemas alimentarios con las directrices dietéticas basadas en los alimentos y comunicar ampliamente las directrices al público en general	Aumentar la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos nutritivos, y reducir la disponibilidad, la asequibilidad y el atractivo de los alimentos con alto contenido en grasa, azúcar y sal para todas las poblaciones

Objetivo 1: Garantizar el acceso a la tierra, al agua y a suelos sanos	
Políticas a corto plazo	Políticas a largo plazo
Reformar el mecanismo de pagos directos del primer pilar de la PAC (criterios combinados con redistribución obligatoria, limitar pagos a explotaciones individuales, definición agricultor activo, % mín. pago a jóvenes)	Desarrollar agencias para el desarrollo de la tierra y el asentamiento rural en todos los Estados miembros como condición para desbloquear los fondos de la PAC, incluido el derecho de tanteo para los productores agroecológicos (según los indicadores comunitarios -Obj 2) y dando prioridad a los jóvenes agricultores.
Implementar las Directrices voluntarias sobre la gobernanza responsable de la tenencia	
Establecer un Observatorio Europeo de la Tierra	Adoptar una Directiva sobre el suelo y la tierra de la UE para conciliar el desarrollo sostenible de la tierra con suelos sanos, y para lograr una mejor coordinación con la Directiva marco del agua; integrar nuevos requisitos de gestión de suelos en las condicionalidades de la PAC.
Reformar condicionalidad primer pilar de la PAC (árboles elementos del paisaje, incluir cláusulas de la Directiva marco del agua, nitratos y plaguicidas)	
Eliminar progresivamente todos los incentivos a los biocombustibles en la Directiva sobre energías renovables	
Establecer un Centro Europeo de Datos del Agua que facilite el control en los Estados miembros	
Atribuir al Centro Europeo de Datos de Suelos controlar los residuos de los plaguicidas	Designar zonas como tierras de cultivo permanentes para la producción de alimentos en el marco de la UE.
Acceso a los Fondos Estructurales de la UE esté condicionado al uso sostenible de la tierra según la planificación del sistema alimentario integrado	
Promover la gestión agroecológica del suelo a través de los servicios independientes de asesoramiento a las explotaciones	

Objetivo 2: reconstruir agroecosistemas sanos y resilientes al clima	
Políticas a corto plazo	Políticas a largo plazo
Dedicar al menos el 50% de la financiación de la PAC en la UE al Desarrollo rural (P2) e introducir la "prima de agroecología" en el P2. Elegibilidad basada en: la lista de prácticas a nivel de la UE (indicadores de rendimiento) como rotación de cultivos, diversificación, cero insumos sintéticos, gestión integrada de plagas, producción de piensos en las explotaciones, trabajar con servicios de extensión agroecológica y/o variables simples: agricultura sostenida por la comunidad (ACS), sistemas participativos de garantía (SPG), "Ecológico 3.0".	Reservar todos los pagos de la PAC para la provisión de bienes públicos dentro de un solo pilar (integrando en las normas de la condicionalidad indicadores agroecológicos actualizados)
Reservar los pagos acoplados de la PAC a cultivos de leguminosas fijadores de nitrógeno, pastizales o pastos permanentes, producción de frutas y hortalizas y árboles (agroforestería).	Eliminar gradualmente todos los pagos acoplados
Aumentar la condicionalidad en P1 después de modificar la legislación ambiental (Obj 1)	Eliminar gradualmente la utilización sistemática de insumos químicos
Condiciona la financiación de la PAC al establecimiento de objetivos nacionales de reducción del uso de antibióticos y a una mejor aplicación de los reglamentos sobre medicamentos veterinarios y piensos medicados.	Introducir límites de densidad de ganado (animales/ha) de acuerdo con el Reglamento sobre productos ecológicos
Priorizar la investigación-acción sobre la agroecología dirigida por agricultores, según FP9.	Evaluar exhaustivamente las innovaciones de acuerdo con el principio de precaución y los múltiples aspectos de la sostenibilidad

Integrar innovaciones digitales (agricultura de precisión) en sistemas agroecológicos basados en principios de acceso de código abierto e intercambio horizontal; fomentar la propiedad compartida de equipos/ datos a través de cooperativas.	Favorecer los sistemas de datos de código abierto e implicar a los usuarios en el diseño de equipamiento agrario.
Desarrollar aún más y actualizar los indicadores de rendimiento y los indicadores de producción en el marco de AEMA y el JRC en colaboración con la FAO	
Exigir a los EEMM que desarrollen un sistema de asesoramiento a las explotaciones independiente basado en la separación de ventas y actividades de asesoramiento, estándares mínimos de calidad, cobertura territorial y capacidad para respaldar la transición a la agroecología como condición para desbloquear los pagos de la PAC.	Construir sistemas integrados de conocimiento e innovación agraria en toda la UE centrados en la investigación agroecológica participativa
Certificar los sistemas de asesoramiento a las explotaciones a nivel de la UE	
Bloquear las fusiones de empresas agrarias que lleven a una concentración excesiva de la información agraria.	Alinear las normas comerciales y el apoyo AEI-AGRI para favorecer la comercialización de variedades tradicionales de ganado y semillas localmente adaptadas.
Aumentar el alcance de la AEI-AGRI para promocionar más la agroecología y los intercambios de campesino a campesino.	

Objetivo 3: promover dietas suficientes, saludables y sostenibles para todos	
Políticas a corto plazo	Políticas a largo plazo
Desarrollar un plan de acción contra la obesidad infantil en la UE para 2020, con un seguimiento del progreso y una actualización anual de los planes (como la alineación con los planes nacionales de alimentación saludables, más abajo)	Establecer una directiva comunitaria sobre la comercialización de alimentos con alto contenido en grasa y altamente procesados, que incluya prohibiciones de publicidad en televisión; prohibir la publicidad en televisión, prohibir la publicidad de alimentos HFSS en transporte público, televisión, máquinas distribuidoras públicas y en cajas de supermercados; establecer los perímetros de HFSS alrededor de las escuelas y fijar restricciones de marketing digital.
Desarrollar e implementar planes nacionales de alimentación saludables (Planes de entorno alimentario, que incluyan políticas fiscales, sociales, contratación pública, zonificación y licencias y educación nutricional como condición para desbloquear la financiación de la PAC.	
Establecer un programa común de etiquetado nutricional obligatorio en la parte delantera del producto a nivel de la UE.	
Establecer perfiles nutricionales de acuerdo con el reglamento de propiedades saludables de la UE para evitar publicidad engañosa en temas de salud.	
Adoptar la prohibición de las grasas trans en la UE	
Eximir a las frutas y verduras del IVA	Crear políticas sociales que luchen contra la desigualdad y orientarse hacia un sistema alimentario donde el acceso a dietas saludables y sostenibles sea un derecho humano.
Evaluar regularmente los niveles de inseguridad alimentaria en la UE; desarrollar indicadores de pobreza alimentaria en la UE basados en las evaluaciones anuales llevadas a cabo por los Estados miembros	Establecer un organismo único de seguimiento, asesoramiento y supervisión para respaldar la creación, la implementación y la evaluación de los planes nacionales de alimentación saludable y para luchar contra la inseguridad alimentaria

Garantizar que la contratación pública respalda la agricultura sostenible y las dietas saludables exigiendo que se incluyan las externalidades en los cálculos de costes; e incluyendo las directrices de sostenibilidad y nutrición de los alimentos en la Directiva de contratación pública ecológica	Alinear el precio y la disponibilidad de los alimentos con dietas saludables, reformando para ello las políticas de producción: eliminar los pagos acoplados para el ganado, apoyar sistemas agroecológicos diversificados y cultivo de leguminosas, y tener en cuenta las externalidades sociales y ambientales de la producción de alimentos (Obj 2 y 4)
Reformar el programa escolar sobre la fruta de la UE para ampliar el presupuesto, hacer obligatoria la aplicación de criterios de calidad y eliminar las exenciones para el azúcar añadido, la sal y las grasas	
Reservar la financiación de la PAC únicamente para alimentos saludables.	
Desarrollar directrices dietéticas nacionales y europeas para dietas saludables y sostenibles.	

Objetivo 4: construir circuitos de comercialización más justos, cortos y transparentes	
Políticas a corto plazo	Políticas a largo plazo
Incluir criterios ambientales y sociales obligatorios dentro de las reglamentaciones de fusión de la UE	Implementar una evaluación cada cuatro años de los impactos de las reglamentaciones PCD y tener en cuenta la protección respectiva de los diferentes actores y las causas fundamentales de los desequilibrios de la cadena de suministro.
Revisar el artículo 102 del TFUE para incluir los abusos verticales de poder	
Establecer un marco a nivel de la UE para apoyar iniciativas de sistemas alimentarios alternativos.	Incluir disposiciones sobre alimentación sostenible en el Reglamento (UE) n° 1303/2013 sobre fondos estructurales y de inversión europeos (EIE)
Reformar los programas de calidad de la UE (DOP/IGP) para incluir requisitos medioambientales sólidos, bienestar animal y requisitos de procesos tradicionales más estrictos ("factor humano")	
Aumentar la cuota mínima de financiación de la PAC P2, canalizada a través del planteamiento del programa LEADER (actualmente es del 5%)	
Asegurarse de que los fondos estructurales y de inversión europeos (EIE) puedan movilizarse para apoyar la creación de consejos de políticas alimentarias locales.	
Aumentar la financiación para restablecer el procesamiento local y las actividades que añaden valor a través de la PAC P2 y de los fondos de cohesión (por ejemplo, cooperativas, ASC, plataformas en línea)	Hacer que todas las contrataciones públicas sean "verdes" (el objetivo es llegar al 100%)
Hacer que la contratación pública ecológica sea obligatoria con objetivos nacionales en el tiempo y procesos de licitación para facilitar el acceso de pequeños agricultores y cooperativas con apoyo logístico conforme a la PAC	
Modificar la Directiva de plásticos de la UE para fomentar la adopción de impuestos sobre los envases de plástico en las empresas alimentarias y promover los mercados locales de cero envases	Revisar que la directiva de plásticos para estudiar la opción de prohibir totalmente los envases de plástico para alimentos.
Elaborar una regulación integral de exposición a disruptores endocrinos, incluyendo la reforma del Reglamento sobre materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.	

Objetivo 5: poner el comercio al servicio del desarrollo sostenible	
Políticas a corto plazo	Políticas a largo plazo
Reformar las evaluaciones de impacto de la sostenibilidad del TLC para incluir: evaluaciones previas obligatorias de derechos humanos y sostenibilidad con una definición clara de la sostenibilidad (con respecto a la nutrición y a la salud, con indicadores relacionados con el derecho a la alimentación, el género; métodos participativos; mecanismos para el seguimiento regular y la acción correctiva; y asesoramiento concreto para negociadores comerciales.	Promover y adoptar el instrumento legalmente vinculante de la ONU sobre empresas y derechos humanos y la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Derecho a la Alimentación.
Fortalecer las cláusulas de desarrollo sostenible en los TLC a través de un lenguaje más prescriptivo, cláusulas de no regresión, disposiciones vinculantes y exigibles para detener la deforestación, la apropiación de tierras y las violaciones de los derechos humanos y reiteración de los requisitos de pesca INDNR.	Sustituir los TLC y Acuerdos de Asociación Económica (AAE) por "Acuerdos Comerciales Sostenibles (ACS)" donde la liberalización comercial esté supeditada a la cooperación regulatoria y al derecho a regular, a la diversificación y reconstrucción de la capacidad de producción de alimentos.
Eliminar gradualmente las disposiciones de resolución de litigios entre inversores y Estados (ISDS) en futuros acuerdos comerciales y revisar los impactos del mecanismo ISDS y otras protecciones de los inversores en los acuerdos comerciales existentes.	
Construir un mecanismo de quejas accesible con garantías procesales que permitan a individuos y organizaciones de la sociedad civil (OSC) en la UE y terceros países señalar el incumplimiento de las cláusulas de sostenibilidad de los TLC.	Introducir un impuesto sobre el CO2 (con ajustes transfronterizos) y excluir de la liberalización los productos con altos niveles de GEI.
Eliminar gradualmente todos los pagos de la PAC que distorsionan el comercio (subsidios a la exportación, apoyo a la promoción), dejar de aplicar los pagos de la PAC basados en la superficie y promover la producción local e integrada de piensos	Apoyar a las cadenas de abastecimiento territoriales/ regionales europeas (Obj 4) y de terceros países a través de la "Ayuda para el Comercio".
Adoptar una definición de dumping que incluya criterios explícitos sociales, económicos, ambientales, de salud y de bienestar animal	
Agregar la información y las quejas sobre el dumping en los distintos sectores/ regiones y a través de países intermediarios.	

Crear un portal de ventanilla única para rastrear las posiciones adoptadas por las delegaciones europeas y nacionales en la Comisión CODEX Alimentarios (FAO-OMS) y en el Comité de Seguridad Alimentaria Mundial (CSA)	Estudiar la inclusión de una cláusula por desarrollo sostenible y/o de exención por asuntos climáticos dentro de los Acuerdos de la OMC.
Desarrollar la capacidad del Comité de Comercio y Medio Ambiente de la OMC	
Introducir obligaciones ineludibles de diligencia debida para todos los operadores en las cadenas de suministro de productos de riesgo forestal.	Extender la diligencia debida a todas las importaciones de productos agroalimentarios y de pescado.
Introducir criterios de sostenibilidad (como indicadores de biodiversidad y clima) para los flujos de ayuda e inversión de la UE, como el Plan de Inversiones Exteriores (PEIE).	Crear un "Fondo de Transición Justa" para unir y alinear la ayuda para el desarrollo, la financiación de cuestiones climáticas y los impuestos antidumping

ANEXO 2. ANÁLISIS DE FACTORES

Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”

ENTREGABLE 2

Análisis de factores



INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	PRECISIONES CONCEPTUALES DE PARTIDA	3
	2.1. <i>El análisis social y psicosocial</i>	3
	2.2. <i>¿Qué entendemos por estilos de vida?</i>	6
	2.3. <i>Recuperar la Naturaleza</i>	8
	2.4. <i>Hacia estilos de vida sostenibles</i>	9
3.	¿QUÉ TIPOS DE FACTORES INFLUYEN EN EL CAMBIO DE NUESTROS ESTILOS DE VIDA? ...	11
4.	LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS	19
5.	FACTORES PSICOLÓGICOS / INDIVIDUALES	30
6.	FACTORES SOCIOCULTURALES	39
7.	FACTORES CONTEXTUALES	45
8.	ANÁLISIS POR SECTORES	52
	8.1. <i>Sistemas alimentarios</i>	53
	8.2. <i>Ámbito de la Salud</i>	69
	8.3. <i>Ámbito del Textil-Moda</i>	75
	8.4. <i>Ámbito del Turismo</i>	79
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
	<i>Referencias por sectores</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>

1. INTRODUCCIÓN

Este documento presenta el resultado de la tercera fase de trabajo del proyecto *“Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida, para el proyecto: Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”* (expediente FB 17/2021) que el equipo de **Red2Red** está desarrollando para la Fundación Biodiversidad (FB).

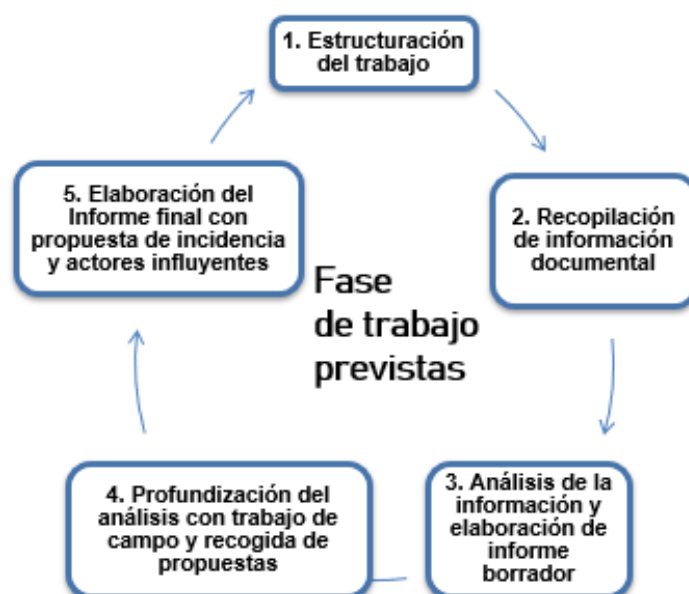
Una vez identificadas y clasificadas las fuentes de información bibliográfica pertinentes, que quedan recopiladas en el primer informe elaborado por Red2Red y entregado en octubre de 2021, este segundo trabajo de gabinete persigue el **objetivo** de revisar y procesar dicha información secundaria y responder a las siguientes cuestiones de partida:

¿Qué factores influyen en el cambio de estilos de vida hacia modelos más sostenibles?

De forma específica: ¿qué factores influyen en los cambios de estilos de vida relacionados con los ámbitos sectoriales: alimentación, salud, turismo y textil-moda?

Este documento pretende por tanto identificar y explicar la compleja combinación de factores sociodemográficos, psicológicos, sociales y contextuales que están en el origen de cambios en los Estilos de Vida y en concreto de la posible transición hacia Estilos de Vida Sostenibles.

Estos análisis serán posteriormente profundizados a través del desarrollo de entrevistas, en formato individual o grupal, a entidades y agentes clave en la materia, que ayuden a recoger, concretar y priorizar propuestas de incidencia en la sociedad para el cambio en los estilos de vida, información que será objeto del siguiente entregable.



2. PRECISIONES CONCEPTUALES DE PARTIDA

A modo introductorio, procedemos a recuperar y completar las precisiones conceptuales de partida, ya presentes en el primer documento entregado por Red2Red que permite aclarar el alcance y marco del trabajo a desarrollar. En concreto descomponemos el título del proyecto “Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida”, para el proyecto “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza” y aclaramos:

- ✓ ¿Qué es el análisis social y psicosocial?
- ✓ ¿Qué entendemos por estilos de vida?
- ✓ ¿Qué implicar “recuperar la Naturaleza”?
- ✓ ¿Cómo definimos Estilos de Vida Sostenibles (EVS)?

2.1. El análisis social y psicosocial

El foco de este estudio va más allá del análisis de los procesos individuales, como la percepción, motivación, actitud, etc., e incluye también los procesos de naturaleza interpersonal, grupal y societal. Se encuadra por tanto en el ámbito de la psicología social y la sociología, disciplinas definidas a continuación de forma escueta:

- ▶ La **psicología social**, área de la psicología, se ocupa de los procesos psicológicos y sociales, así como de la mutua determinación de ambos. Busca analizar y comprender el modo en que la conducta y los procesos psicológicos de las personas (sentimientos, emociones, conductas...) están influidos por el contexto social, tanto físico e inmediato, como imaginado e implícito (cultura y normas sociales), y cómo la persona es a su vez fuente o agente de influencia con respecto a otras personas.

En concreto, en el marco de este estudio cobra especial relevancia la **psicología social ambiental**, cuyo objeto de estudio característico es la interacción entre las personas y sus entornos, interacción que se produce necesariamente dentro de un contexto social.

- ▶ La **sociología** aborda el análisis de los fenómenos sociales y de las relaciones entre personas, es decir, aquellos que no pueden ser entendidos partiendo del estudio del individuo de forma aislada.

El objetivo de la **sociología ambiental** es el estudio de los efectos que tiene el medio ambiente sobre la sociedad y viceversa. Tiene su origen en los años setenta con las primeras reflexiones al respecto de William R. Catton y Riley E. Dunlap en las que critican al paradigma antropocéntrico sobre el que se ha desarrollado la ciencia moderna y proponen su sustitución por un paradigma ecocéntrico (Aledo, y Domínguez, 2001).

Los estudios sociológicos examinan frecuentemente tres dimensiones: la preocupación (referida sobre todo al ámbito de las creencias, reflexionando si la cuestión ecológica se considera más o menos grave); la disposición a actuar (que apunta sobre todo a las actitudes, a las declaraciones positivas o negativas respecto a determinados comportamientos) y el significado (imbricación de la protección del medio ambiente con otros valores, presencia en la visión del mundo y del futuro (García, 2004).

Antes de proseguir, se considera de interés aclarar brevemente algunos conceptos básicos ligados a las citadas disciplinas. Si bien en todos los casos son términos que presentan múltiples desarrollos y definiciones en función de las corrientes metodológicas que las han analizado, se opta por presentar una propuesta simplificada que permita entender las diferencias entre los términos y sus posteriores referencias.

Algunos conceptos básicos

- **Percepción y cognición social:** la cognición social es el conjunto de procesos cognitivos y emocionales mediante los cuales interpretamos, analizamos, recordamos y empleamos la información sobre el mundo social. Hace referencia a cómo pensamos acerca de nosotros mismos, de los demás y su comportamiento, y de las relaciones sociales, y cómo damos sentido a toda esa información y emitimos comportamientos en base a ella. Es decir, con cognición social nos referimos a nuestros pensamientos acerca de las relaciones sociales que tenemos a lo largo de nuestra vida. A medida que vamos creando relaciones sociales almacenamos información sobre nuestras experiencias. La interpretación de esta información es la que determinará nuestra conducta futura a nivel social.
- **Conducta:** hace referencia a la reacción del sujeto frente a las distintas situaciones. La conducta social es la que se produce en interacción con otros seres humanos. Se trata por tanto de la acción o comportamiento de las personas. Queda regulada por el fin u objetivo que se persigue, la motivación o elemento que la moviliza y la causa que la produce. A su vez está determinada por la sociedad y el ambiente.
- **Actitud:** constructo psicológico no observable y de carácter evaluativo que media entre un objeto y las repuestas que la persona da a dicho objeto. Se trata por tanto de la experiencia psicológica que influye en las reacciones y conductas del individuo, pudiendo ser estas respuestas de carácter afectivo, cognitivo o conductual. A su vez, el proceso evaluativo que supone la actitud puede basarse en creencias y conocimientos (componente cognitivo), sentimientos o emociones (componente afectivo) o en comportamientos anteriores (componente conductual). La actitud puede interpretarse como una disposición declarada a la acción.
- **Intención:** según el sociólogo Max Weber es uno de los elementos característicos de la acción social. La intención sería el propósito de la acción, es decir, las consecuencias que se buscan y que se esperan de ella.
- **Motivación:** factores que dirigen nuestra conducta hacia un objetivo; motor que mueve al individuo a conseguir un fin.
- **Necesidad:** en el marco de la intervención psicosocial se distingue necesidades atendiendo a su carácter normativo, percibido, expresivo o comparativo. Las

necesidades normativas implican la existencia de criterios de valor social a partir de los cuales se asume que un individuo o grupo se halla en situación de necesidad si no alcanza un determinado nivel o grado en dicho criterio. Por su parte, las necesidades percibidas o sentidas dependen del grado de información y conocimiento que la población tenga de sus propios problemas y recursos. Estas necesidades podrán a su vez ser o no expresadas en términos de demandas sociales. Por último, las necesidades comparativas surgen en la medida que un sector o grupo social considere que sus necesidades no se satisfacen en contraste con otros grupos (López Cabañas y Chacón, 1997; Montenegro, 2004)

- Locus de control y responsabilidad personal: término psicológico que guarda relación con la percepción que tiene la persona acerca de donde se localiza el agente causal de los acontecimientos de su vida cotidiana, será externo, cuando atribuye un resultado a una fuerza externa; o interno, lo que significa que los resultados se pueden lograr mediante el comportamiento del personal.
- Hábitos: se refiere a las respuestas automáticas que se dan a situaciones específicas y que no requieren una intención consciente (se puede asimilar a comportamiento de rutina).
- Creencia: ideas reconocidas como verdaderas por un grupo, sin importar su validez objetiva; son lo que los miembros de un sistema cultural aceptan como cierto.
- Valores: según la descripción que hace el sociólogo Talcot Parsons son los elementos dentro de un sistema compartido que sirve como criterio para decidir entre varias alternativas en una situación dada. Respondemos y actuamos según los valores que sostengamos como más fuertes, según también nuestras creencias. Los valores surgen de nuestros sistemas de creencias, tanto afectivas (las creencias que tenemos en base a nuestros sentimientos) como cognitivas (las creencias que tenemos en base a conocimiento).
- Norma social: aquellas que regulan de forma implícita las relaciones entre los seres humanos y tiene por fin facilitar la convivencia entre las personas que comparten una comunidad, regulan por tanto la conducta del ser humano (moda, tradición, usos y costumbres...). Su incumplimiento, al contrario que las normas jurídicas que están contenidas en reglamentos y ordenamiento, no implican sanciones institucionalizadas, pero sí recriminación o reproche social.
- Norma social subjetiva: refleja la influencia del contexto social sobre la intención de conducta del individuo. Se base en creencias sobre la opinión de otras personas acerca de la propia conducta y en la motivación para acatar estas opiniones.
- Cosmovisión: adaptación del término alemán *Weltanschauung* (de Welt= "mundo", y anschauen = "observar") que fue introducida por el filósofo Wilhelm Dilthey y expresa que la experiencia vital está fundada en los principios de la sociedad y la cultura en la que se ha formado el individuo. La cosmovisión individual estará conformada por las relaciones, sensaciones y emociones producidas por la experiencia peculiar del mundo en el seno de un ambiente determinado.
- Identidad social: parte de la identidad o del autoconcepto que deriva de la consciencia y reconocimiento de pertenecer a un grupo o categoría social, junto con las valoraciones y afectos que suscita esa pertenencia (Tajfel, 1981, p. 255)

2.2. ¿Qué entendemos por estilos de vida?

El concepto de estilos de vida ha sido entendido desde distintas aproximaciones, que abordan su definición desde las elecciones individuales de las personas hasta las condiciones socioculturales y del entorno que determinan el propio estilo de vida. A continuación, se ofrecen algunas de las definiciones presentando aquellos puntos centrales que permiten sentar las bases de lo que se entenderá por “estilo de vida”.

Sharlamanov y Petreska (2019), analizan la evolución, las características y el significado en diferentes contextos sociohistóricos. El origen del término está el latín “modus Vivendi” que significa de vida en términos de valores y comportamiento. Los autores destacan las siguientes definiciones que abordan la dimensión más individual del concepto:

- El estilo de vida está asociado a las actividades de los individuos, a la forma de adquirir ciertos valores a través de las actividades, la forma en que adquieren y expresan su individualidad, la forma en que interactúan con distintos grupos sociales, y a la forma en que se vive su vida y se ejerce el derecho a la libertad de elección. Así, las actividades, aficiones, comportamientos que tiene un individuo, se reflejan en el **patrón de su conducta** o el **estilo en el que ese individuo vive** (Crompton, 1998).
- El estilo de vida es un **patrón de vida** que se expresa a través de actividades, intereses y opiniones. El estilo de vida refleja cómo las personas se autorrealizan, cumplen, expresan, creen y luchan por sus intereses, incluyendo sus opiniones sobre política, religión, salud, sistema de creencias, etc. (Kotler 2000).
- El estilo de vida como un **patrón distintivo de acción y cultura** que separa a las personas, en tanto se refiere a una serie de variables como la dieta (cómo comemos), la vivienda (dónde vivimos), cómo nos movemos (en bicicleta, en coche, en transporte público, a pie), dónde viajamos, cómo nos vestimos en diferentes ocasiones, los hábitos y creencias de salud, la asunción de riesgos, etc. (Hakkin 2000: 1640).

Coreil, Levin y Gartly (1992), por su parte, trazan la evolución del concepto desde sus orígenes, con una priorización de los abordajes desde el ámbito de la salud. Entre estas miradas se encuentran las aproximaciones relacionadas con las **pautas de comportamiento del individuo, determinadas siempre por el entorno**. En primer lugar, destacan las aportaciones de Coleman (1964), que define el estilo de vida como las pautas generales de suposiciones, motivos, estilos cognitivos y técnicas de enfrentamiento que caracterizan el comportamiento de un individuo dado y le dan consistencia. Ansbacher (1967) por su parte, y desde una aproximación sociológica, comprende el estilo de vida desde los aspectos normativos del carácter de grupo, como

las orientaciones de valor, la ideología, y las pautas de actividades de ocio y de consumo.

Coreil, Levin y Gartly (1992) también recogen la definición de Feldman y Thielbar (1974), quienes desde una aproximación weberiana se acercan a la comprensión del concepto a partir de una **descripción sociológica de subculturas** definidas por la clase, la etnicidad, la marginalidad, los roles sexuales, entre otros; donde el estilo de vida se enmarca en **patrones normativos de las características de vida de grupos sociales concretos**. Así, dichos autores definen el estilo de vida a partir de cuatro propiedades esenciales: (1) el estilo de vida es un fenómeno del grupo; (2) el estilo de vida impregna muchos aspectos de la vida; (3) el estilo de vida implica un interés vital central, y (4) los estilos de vida se diferencian de acuerdo con variables sociológicamente relevantes.

Corraliza y Martín (31:2000) definen el estilo de vida como:

“el resultado de la organización estructurada de un conjunto de valores relacionados entre sí que orientan la comprensión del mundo que rodea a una persona, así como su propia práctica. (...) Es un concepto que refleja la forma personal en la que el ser humano organiza su vida cotidiana”.

Dicha aproximación reúne las **dimensiones individuales, sociales y contextuales** del concepto de estilo de vida. Ambas autoras remarcen las siguientes tres propiedades: el estilo de vida vendría configurado por el sistema de valores de la persona; se aplica a todos los ámbitos en los que se mueve el individuo, incluyendo su relación con el medio ambiente; y un mismo individuo puede “pertenecer” a varios estilos de vida ya que no son categorías cerradas y excluyentes entre sí.

A partir de esta definición, que se aproxima desde lo individual y lo social, se recoge la definición de la OMS (1999) en cuanto a su vínculo con la propia salud. El estilo de vida está

“compuesto por sus reacciones habituales y por las pautas de conducta que ha desarrollado durante sus procesos de socialización. Estas pautas se aprenden en la relación con los padres, compañeros, amigos y hermanos, o por la influencia de la escuela, medios de comunicación, etc. Dichas pautas de comportamiento son interpretadas y puestas a prueba continuamente en las diversas situaciones sociales y, por tanto, no son fijas, sino que están sujetas a modificaciones”.

Tal como indica la OMS (1999), el estilo de vida sería *una forma de vida basada en patrones de comportamiento identificables, determinados por la interacción entre las características personales individuales, las interacciones sociales y las condiciones de vida socioeconómicas y ambientales.*

Finalmente, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP, 2011) hace hincapié en que la comprensión de “estilo de vida” más adecuada en el abordaje de temáticas ambientales, debe comprender las **representaciones, los valores y creencias, los comportamientos y hábitos, así como los sistemas institucionales,**

económicos y sociales. En ese sentido, el estilo de vida y las opciones de consumo tienen un impacto relevante en el medio ambiente y los medios de vida de las distintas sociedades interdependientes, donde el cambio en el estilo de vida podría tener un papel clave para lograr un desarrollo sostenible.

2.3. Recuperar la Naturaleza

Una cuestión clave de partida en el presente estudio es la consideración de la **Naturaleza** y sus manifestaciones como **construcciones sociales**. Esto quiere decir que las distintas percepciones sobre la Naturaleza están influidas por las realidades históricas y actuales de las comunidades, por lo que el concepto de Naturaleza es y ha sido históricamente dinámico y culturalmente específico.

Tal y como explican Aledo y Domínguez (2001) en el primer tema de su Manual de Sociología ambiental:

“el concepto de naturaleza es distinto para cada cultura y ha variado históricamente en todas ellas, es por esto por lo que decimos que es histórico y contingente. Cada cultura a partir de su propio concepto de naturaleza articula una especial relación entre el hombre y su entorno, que dan lugar a una serie de consecuencias. En el caso de la civilización occidental una de esas consecuencias es la crisis ambiental”.

Los autores prosiguen, enfatizando en cómo la ciencia ha intervenido de forma decisiva en el proceso de dominación de la naturaleza:

“La separación de lo social y lo natural es condición previa y obligatoria para que se produzca la explotación de la naturaleza al permitir su legitimación. Este proceso de dominación ha beneficiado principalmente a las elites sobre el conjunto de la población. A partir de esta dominación se han articulado conceptos como el de progreso, que están ligados directamente a los problemas medioambientales y a su solución. En conclusión: los procesos de degradación natural y la desigualdad social son dos caras de la misma moneda y están ligados entre sí por el sistema que los genera” (Aledo, A y Domínguez, Jose A 3:2001).

Este **proceso de separación de Naturaleza y Sociedad** es, por tanto, un paso previo para el proceso de dominación de los seres humanos sobre el medio biofísico y también sobre otros seres humanos. En esta lógica, el pensamiento antropocéntrico observa la naturaleza desde una óptica plenamente utilitarista, mientras en el otro extremo el biocentrismo concede todo el valor al sistema biótico planetario considerando al ser humano como una especie más entre millones. Entre ambos extremos existe todo un continuo de posiciones.

Recuperar la Naturaleza, por su parte, nos reenvía a una situación de pérdida o separación, cuestión que es más fácilmente comprendida considerando la **crisis socio ambiental** de carácter global en la que nuestra sociedad está inmersa.

Aledo, A. y Domínguez, Jose A. (27:001) destacan tres fenómenos como originarios de esta situación:

- *La perversión de la propia idea de progreso que, de considerarse como un avance en libertad, fraternidad e igualdad, queda reducida a mero crecimiento económico.*
- *La perversión de la ciencia, como un instrumento de control y dominación de la naturaleza y de unos seres humanos sobre otros.*
- *La perversión de la tecnología debido a su aplicación irracional y no sostenible.*

Los autores, en ese marco, explican que tal como la concepción de progreso fue clave en la sociedad industrial, la sociedad posindustrial está marcada por la centralidad de la **percepción de la crisis**:

(...) la sociedad de hoy vendría caracterizada por el predominio de la idea de crisis, producto y legado de la deformación del ideal de progreso decimonónico. Frente a la concepción progresista del cambio, deseable, de los dos últimos siglos, en la que el imaginario social dibujaba futuros mejores, encontramos en el paso de milenio un pesimismo intrínseco al cambio, que lo define e interpreta como crisis. En ese proceso de construcción social de crisis, los problemas ecológicos se han configurado como referentes claves, aglutinando todo un conjunto de temores colectivos históricos, heredados de generación en generación, que se manifiestan como nunca antes en fenómenos concretos (Aledo y Domínguez, 27:2001).

Así, la complejidad la crisis socio ambiental actual, y por tanto de toda acción que conduzca a su superación, radica en dos aspectos: en su **multicausalidad**, puesto que los problemas ambientales están íntimamente relacionados con el modelo de producción, la desigualdad y el crecimiento de la población humana; y en que se trata de una **crisis más amplia**, es decir, de «*un modelo de civilización que presenta una relación insostenible con el medio ambiente y que llega a provocar un miedo profundo por la situación de incertidumbre ante el futuro en que nos posiciona*» (Aledo y Domínguez, 27:2001).

2.4. Hacia estilos de vida sostenibles

Como parte final de estas precisiones conceptuales de partida y enlazando las dos cuestiones previas, los estilos de vida y la recuperación de la naturaleza, se exponen a continuación algunos conceptos clave relacionados con la transición hacia estilos de vida más sostenibles.

El término “estilos de vida sostenibles” (EVS) hace referencia a **patrones de comportamiento** moldeados por interacciones personales y sociales que están condicionados por contextos ambientales y socioeconómicos que apuntan a mejorar el bienestar y la salud de las generaciones presentes y futuras.

La comprensión de los EVS acordada en el Marco Decenal de Programas sobre Patrones de Consumo y Producción Sostenibles de Naciones Unidas (UNEP-10YPF,

2014), lo define como aquellas formas de vida que incluyen **elecciones y comportamientos sociales que minimizan su impacto al medio ambiente** (uso de recursos naturales, emisiones de CO₂, residuos y contaminación), y favorecen un **desarrollo socioeconómico equitativo** y una **mejor calidad de vida para todos y todas**.

Tal como se expuso en el capítulo sobre qué se entiende por estilo de vida, y siguiendo la definición de la UNEP (2011), es necesario entender que el estilo de vida y las opciones de consumo pueden tener un impacto relevante sobre el medio ambiente, y se enmarcan en un contexto social específico. En ese sentido, los EVS son formas de vida caracterizadas **por elecciones y acciones individuales que minimizan** el uso de recursos naturales, emisiones, desechos, contaminación; **posibles** gracias a (o si se cuenta con) un **sistema de servicios, infraestructuras y productos** eficientes, en un marco de desarrollo socioeconómico equitativo, con progreso para todos y todas, conservando los sistemas de sustento de la vida de la tierra.

Es por ello que la creación de EVS implica *repensar nuestras formas de vida, cómo compramos y qué consumimos, pero no solo eso. También significa repensar cómo organizamos nuestra vida cotidiana y alterar la forma en que socializamos, intercambiamos, compartimos, educamos y construimos identidades. Se trata de transformar nuestras sociedades y vivir en equilibrio con nuestro entorno natural* (UNEP, 2011).

Asimismo, Sustainable Lifestyles Education Hub (2021) expone que para que un estilo de vida sea sostenible debe ser ambientalmente responsable, socialmente justo, económicamente justo, ético, eficiente en cuanto al uso de los recursos, sostenible pensando en las futuras generaciones, resiliente, adaptable y preparado para el futuro.

Como conclusión de estas precisiones conceptuales es posible anticipar que para abordar la “sostenibilidad” de los estilos de vida se debe afrontar la separación y oposición “sociedad y naturaleza” sobre la que se ha construido una visión cultural dominante que está en la base misma de una gran multitud de hábitos y comportamientos contemporáneos. Todo apunta que esta operación de construcción de nuevos estilos de vida debe permitir a los sujetos tener una visión de mundo (*Weltanschauung*) en la que Sociedad y Naturaleza estén plenamente coordinados entre sí. Por tanto, el desafío principal es identificar la posición que la naturaleza y otros términos semánticamente relacionados ocupan en el sistema de valores y creencias que da sustento a los estilos de vida hoy dominantes. Solo a partir de esta primera identificación se podrá elaborar posteriormente un plan de actuación que reorganice coherentemente tales valores y creencias con el objetivo de construir nuevos “estilos de vida” sostenibles.

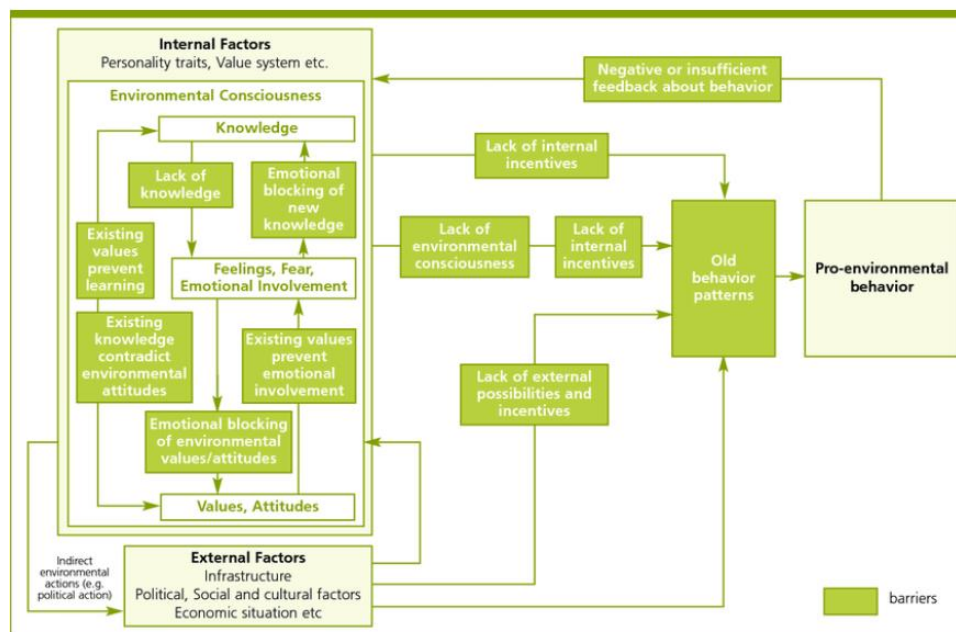
3. ¿QUÉ TIPOS DE FACTORES INFLUYEN EN EL CAMBIO DE NUESTROS ESTILOS DE VIDA?

Así como hay múltiples estudios, desde hace décadas, sobre los estilos de vida, también los hay sobre los **factores que influyen en un cambio de dichos estilos de vida**, y que pueden dar luz sobre cómo avanzar hacia los estilos de vida sostenibles (EVS). Algunas de estas propuestas han sido desarrolladas en el marco de las teorías del comportamiento del consumidor, otras van más allá entendiendo que los estilos de vida no son sólo consumo.

Las distintas revisiones bibliográficas están de acuerdo en que los factores que pueden incidir en la transformación hacia EVS pueden ser sociales, individuales, y contextuales. Lejos de ser racionales, como apuntaba la teoría económica neoclásica, los comportamientos de las personas son difíciles de explicar y predecir y están influenciados por el marco social (presión social, estatus, etc.)

Se presentan a continuación algunas de las clasificaciones y tipologías que se han utilizado el marco de este estudio.

Kollmuss y Agyeman (2002) estudiaron toda una **diversidad de factores**, muchos de ellos entrelazados entre sí, a partir de una recopilación de evidencias sobre los elementos que pueden influir más en el paso de un cambio de actitud a un cambio de conducta. Por ejemplo, contar con una experiencia directa sobre un problema medioambiental, tener conciencia de la existencia de normas y tradiciones culturales que denuncian determinados comportamientos no sostenibles o disponer de datos con un alcance temporal razonable (no a demasiado largo plazo), ayudan a moldear esa transición. Dichos autores clasifican en tres grandes niveles de factores que pueden influir en la conducta proambiental: el demográfico (como el género y el nivel educativo), los externos (referidos a factores institucionales, económicos y socioculturales), y los internos (que incluyen factores de motivación, conocimiento del medio ambiental, valores, actitudes, concienciación, emoción, entre otros).



'Model of pro-environmental behaviour' reproduced from Kollmuss and Agyeman (2002)

Por otro lado, Gifford y Nilsson (2014) realizan una extensa revisión bibliográfica sobre los **factores personales y sociales** que afectan a la preocupación y el comportamiento pro ambiental de las personas, situando dos grandes categorías. En primer lugar, los factores personales, como son la experiencia infantil, el conocimiento y la educación, la personalidad y la autoconstrucción, el sentido de control, los valores, las visiones políticas y de mundo, las metas, la responsabilidad sentida, los sesgos cognitivos, el apego al lugar, la edad y el género. Por otro lado, los factores sociales, relacionados con las diferencias de medios urbano y rurales, las normas y la clase social, la religión, la proximidad a sitios ambientales problemáticos, y las variaciones culturales y étnicas.

En ese marco, Blackenberg y Alhusen (2019), abordando también una revisión de evidencia sobre los determinantes en el comportamiento pro ambiental, realizan una clasificación de los factores encontrados en cuatro grandes categorías: sociodemográficos, actitudinales, hábitos y contextuales. El sociodemográfico trataría de características propias que influyen en las capacidades individuales (como edad, educación, ingresos, género, etc.); los actitudinales serían las creencias, actitudes, conciencia, valores, normas, identidad, preocupación por el medioambiente, locus de control, responsabilidad individual, y las emociones, los hábitos tienen que ver con el comportamiento rutinario. Por último, los contextuales con los factores sociales e institucionales que afectan el comportamiento.

Por su parte, Gómez Benito et al. (1999; en Báez Gómez, 2016), diferencian la dimensionalidad de la conciencia ambiental en cinco dimensiones:

- Dimensión de sensibilidad ambiental: relacionada con cómo los problemas acerca del medio conciernen al individuo. Es decir, su interés, afectación, preocupación o receptividad hacia los problemas

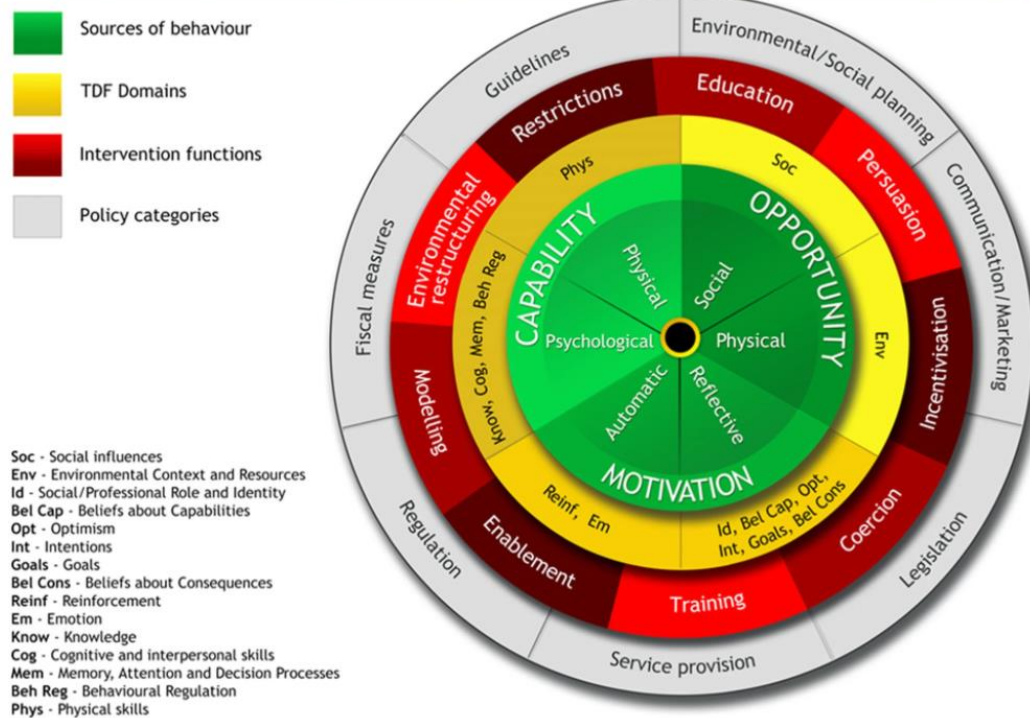
- Dimensión cognitiva: relacionada con el conocimiento de los problemas medioambientales, desde el mero conocimiento al interés informativo, y el conocimiento detallado del problema y soluciones.
- Dimensión conativa: disposición a aceptar prohibiciones, limitaciones o penalizaciones del gobierno/Estado relativas a ciertas prácticas que son perjudiciales para el medioambiente, así como a responder a incentivos o actuar con criterios ecológicos a costa de otros beneficios o mayores esfuerzos.
- Dimensión de Acción Individual: comportamientos medioambientales de carácter privado y cotidiano, tales como el consume, reciclaje, transporte público, etc. Este comportamiento está influido por aspectos como el coste personal, la valoración sobre la efectividad de la acción, las normas sociales imperantes, etc.
- Dimensión de Acción Colectiva: participación en acciones colectivas ocasionales y/o participación en organizaciones proambientales.

Una de las diversas aproximaciones realizadas sobre el estudio de estos factores tiene que ver con [comprender el entorno como un determinante de las elecciones individuales](#), y por ende apostar por la transformación de los mismos y su influencia sobre las decisiones de las personas.

White, Habib y Hardsity (2019) elaboran el [SHIFT Framework](#) sobre los factores clave que pueden determinar los cambios de comportamiento desde una perspectiva de consumidores y de estrategias de marketing para el consumo sostenible. A partir de una vasta revisión bibliográfica desarrollan un marco integral, denominado SHIFT, que propone que las personas están más inclinadas a tener comportamientos y un consumo proambiental cuando el mensaje o contexto aprovecha los siguientes factores: influencia social (en términos de normas sociales, preferencias, identidad); el individuo mismo (coherencia interna, percepción sobre sí mismos); los sentimientos y las percepciones (emociones negativas y positivas); la información y el conocimiento (en términos de información sobre productos, marketing); y tangibilidad (el anclaje en realidad de las acciones a desarrollar).

Otra de las aproximaciones desde esta misma perspectiva es la presentada por Michie, Atkins y West (2014), quienes crean una [rueda de estrategias](#) para cambios de comportamiento a partir de siete estrategias macro y nueve estrategias micro. En concreto, la rueda se divide en cuatro ámbitos; en el centro se encuentran las fuentes del comportamiento: capacidad, oportunidad y motivación. El modelo parte de la idea de que el cambio de comportamiento se produce como resultado de un sistema, las dos últimas capas de la rueda, compuestas por funciones de intervención y las categorías de políticas. La capa intermedia relativa a Marcos de Dominios Teóricos (TDF), compuesta por 14 dominios, ayudan a una exploración más profunda de las barreras y facilitadores del cambio

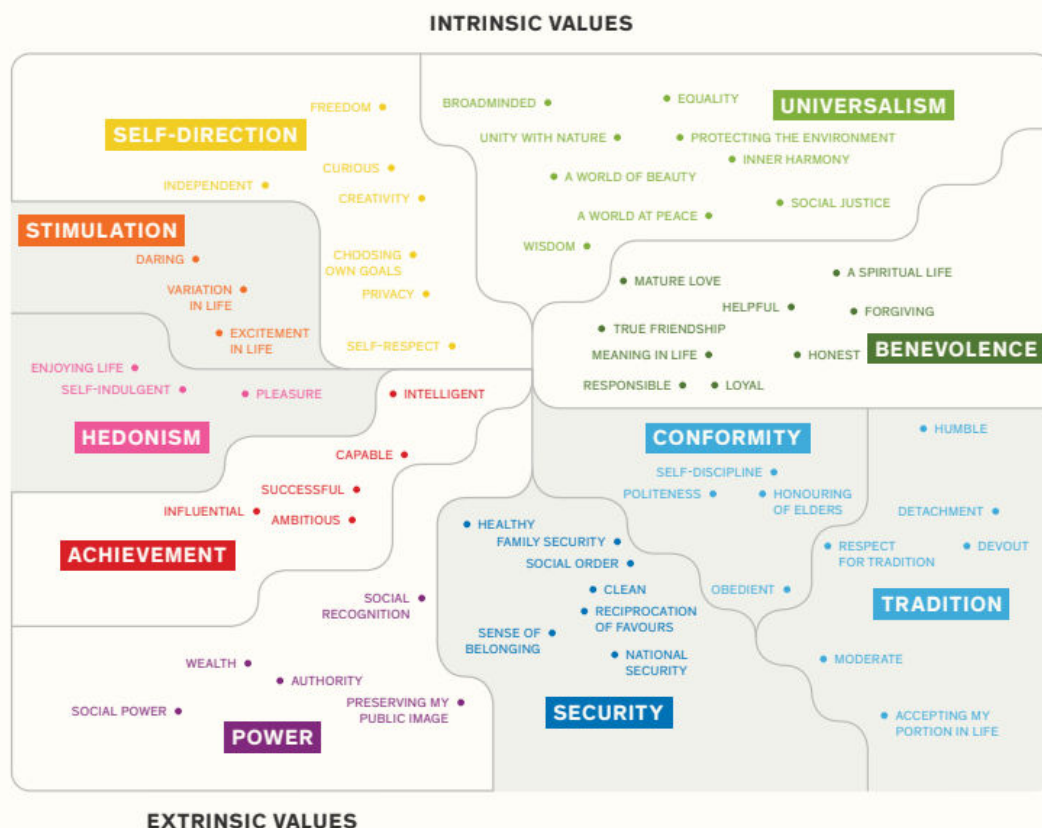
From: [Breaking barriers: using the behavior change wheel to develop a tailored intervention to overcome workplace inhibitors to breaking up sitting time](#)



The Behaviour Change Wheel (reproduced with written permission from Michie, Atkins, et al. [37]). Protected by copyright

Desde una aproximación similar, pero apostando por los cambios del entorno, Common Cause (2013) postula que, para generar transformaciones a largo plazo, que trasciendan los comportamientos y promuevan una cultura activa de cambio hacia los EVS, es necesario **realizar profundas transformaciones de los valores y las percepciones sociales** sobre el medio ambiente y la sostenibilidad. Le premisa de partida es que las personas no son “racionales”, las emociones y los valores son por tanto cruciales para determinar cómo procesamos la información. En ese sentido, se postula una estrategia de comunicación de masas llamada **cambio de narrativas**. Estas narrativas sociales pueden ser modificadas por medio de procesos de comunicación que busquen conectar con los valores dominantes presentes en la sociedad, e introducir nuevas narrativas que busquen estos nuevos estilos de vida. Se indica en su publicación que *si somos capaces de entender cómo se relacionan los valores con determinados estímulos, podemos ser capaces de generar un cambio en los sistemas de valores de las personas, logrando una mayor inclinación hacia procesos de conservación de la naturaleza y de nuestro entorno social*. Los valores nos motivan a actuar y afectan a nuestras actitudes. Tal y como muestra el siguiente gráfico tomado de la publicación *Common Cause* podemos diferenciar entre valores intrínsecos (autodirección, altruismo y universalismo), fuertemente asociados a comportamientos que benefician al medio ambiente y la sociedad; y extrínsecos, que reducen la disposición a actuar a favor del medio ambiente (poder, aspiraciones hedonistas, logros).

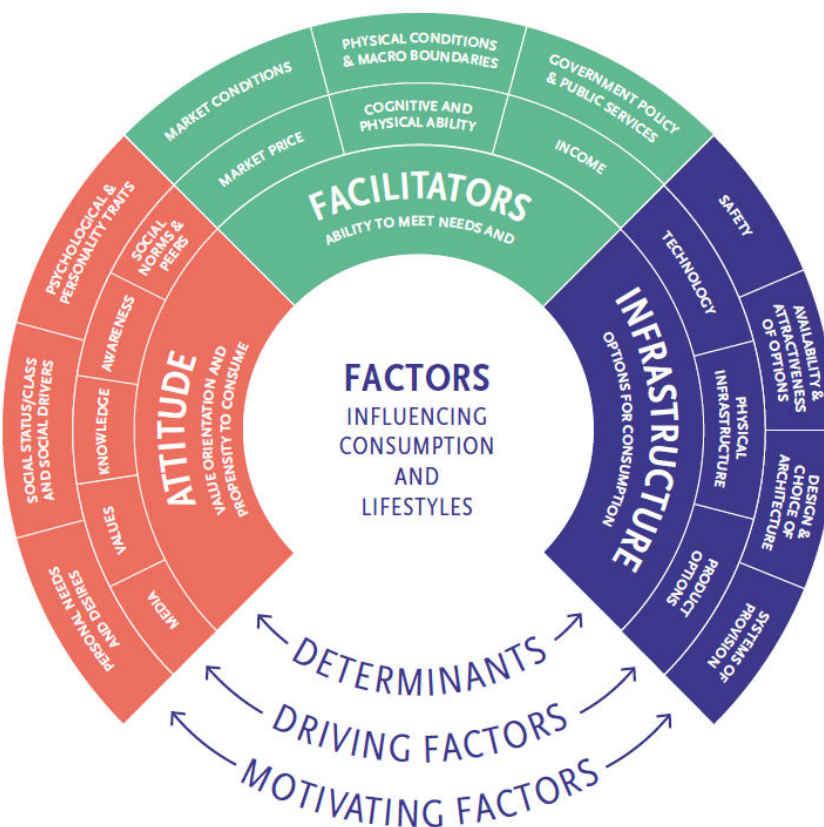
Figure 1
Values map



Fuente: Common Cause (2013) [Common_Cause_for_Nature.pdf \(talk.eco\)](#)

La publicación "[A framework for shaping sustainable lifestyles](#)" elaborada por Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) sintetiza los factores que tienen influencia en los cambios de los Estilos de Vida diferenciando:

- Motivaciones: razones y justificaciones personales y sociales que empujan a las personas y a la sociedad en su conjunto a tomar ciertas decisiones.
- Impulsores (drivers): circunstancias que apoyan la motivación, la normalizan o hacen viable (normas culturales, marketing, medios de comunicación...)
- Determinantes: determinan la posibilidad de tener un Estilo de vida: actitudes, infraestructura y facilitadores.



Fuente: A framework for shaping sustainable lifestyles, UNEP (2016)

Los **determinantes** explican si es o no posible llevar a cabo un Estilos de Vida. Se trata de “super factores” como: las actitudes (constructo psicológico no observable y de carácter evaluativo que media entre un objeto y las respuestas de la persona a dicho objeto), contribuyen a la orientación de valores de una persona y su probabilidad de consumir, determinan preferencias y elecciones, pueden referirse tanto a la orientación individual (preocupación por la salud) como a los valores sociales colectivos (por ejemplo, religión, mensajes de los medios de comunicación...etc.); la infraestructura que se refiere a las interfaces socioecológicas (sistemas de suministro, infraestructura física en materia de ocio, vivienda, movilidad..) O los impulsores: conjunto de factores que contribuyen a la posibilidad de tener ciertos patrones de comportamiento ya que determinan su disponibilidad o accesibilidad (acceso a bienes y servicios, poder adquisitivo; disponibilidad de tiempo, políticas gubernamentales.). Entre los **factores impulsores** distinguimos los valores, las capacidades, conciencia, conocimiento, poder adquisitivo y el precio de mercado, la tecnología, las normas sociales, los medios de comunicación y los políticas y marcos institucionales.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de todos los enfoques recorridos en este apartado:

Cuadro 1. Resumen aproximaciones recorridas: tipología de factores que influyen en el cambio de Estilos de Vida

Fuentes	Factores		
Kollmuss y Agyeman (2002)	<i>Ming de Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behavior</i>		
	Demográficos: - Género - Educación	Externos: - Institucionales - Económicos - Socioculturales	Internos: - Motivación - Conocimiento medio ambiental - Valores - Actitudes - Concienciación - Emoción - Otros
Gifford y Nilsson (2014)	Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review Enlace . Distinguen 18 tipos de factores:		
	Factores personales: - Experiencia infantil - Conocimiento y educación - Personalidad y autoconstrucción, - Sentido de control - Valores - Visiones políticas y del mundo, - Metas - Responsabilidad sentida - Sesgos cognitivos - Apego al lugar, - Edad - Género - Actividades elegidas.	Factores sociales: - Religión - Diferencias urbano-rurales, - Normas, clase social - Proximidad a sitios ambientales problemáticos - Variaciones culturales y étnicas	También observan que el comportamiento proambiental a menudo se lleva a cabo sin ninguna de las influencias anteriores, sino porque las personas tienen objetivos no ambientales como ahorrar dinero o mejorar su salud.
Blackenberg y Alhusen (2019)	On the Determinants of Pro-Environmental Behavior: A Literature Review and Guide for the Empirical Economist		
	1) Sociodemográficos (capacidades personales), 2) Factores actitudinales (psicológicos), 3) Hábitos, 4) Factores contextuales (individuales, sociales e institucionales)		
Gómez Benito et al. (1999; en Báez Gómez, 2016)	Dimensionalidad de la conciencia ambiental:		
	- Sensibilidad ambiental - Dimensión cognitiva (conocimiento) - Dimensión conativa (disposición a aceptar prohibiciones, limitaciones)	Acción individual: comportamientos medioambientales de carácter privado y cotidiano.	Acción colectiva participación en acciones colectivas ocasionales u organizaciones
White, Habib y Hardsity (2019)	SHIFT Framework - influencia social (en términos de normas sociales, preferencias, identidad); - el individuo mismo (coherencia interna, percepción sobre sí mismos); - Los sentimientos y las percepciones (emociones negativas y positivas); - la información y el conocimiento (en términos de información sobre productos, marketing); - y tangibilidad (el anclaje en realidad de las acciones a desarrollar).		

Fuentes	Factores		
Michie, Atkins y West (2014)	Rueda de estrategias para cambios de comportamiento: capacidad, oportunidad y motivación		
	Marcos de Dominios Teóricos (TDF): - Conocimiento - Habilidades - Rol e identidad social/profesional - Creencias sobre las capacidades, - Optimismo, - Creencias sobre las consecuencias - Refuerzo - Intenciones, - Objetivos, - Memoria, atención y procesos de decisión, - Contexto y recursos ambientales, - Influencias sociales, - Emociones - Regulación del comportamiento	Funciones de intervención: - Restricciones - Educación - Persuasión - Incentivos - Coerción - Formación - Reestructuración ambiental - Modelización, - Habilidad	Categorías de políticas - Marketing y comunicación - Planificación social y ambiental - Guías, - Legislación - Reglamentos, - medidas físicas, - Provisión de servicios
Common Cause (2013)	- Valores intrínsecos: autodirección, altruismo y universalismo - Valores extrínsecos: poder, aspiraciones hedonistas, logros)		
UNEP (2016)	- Motivación - Factores impulsores: valores, las capacidades, conciencia, conocimiento, poder adquisitivo y el precio de mercado, la tecnología, las normas sociales, los medios de comunicación y los políticas y marcos institucionales - Determinantes (actitudes- infraestructura- impulsores/ acceso)		

A partir de las distintas revisiones bibliográficas y enfoques desde los que aproximarse al estudio de los estilos de vida y los factores para su transformación, y partiendo de la interrelación que se produce entre todos ellos, se ha optado por resumir dichos factores en cuatro grandes grupos en los que estructuramos los siguientes apartados de este estudio:



4. LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Los estudios sobre el comportamiento proambiental han aumentado aceleradamente en los últimos 20 años, lo que se visualiza en el exponencial crecimiento de publicaciones y revistas temáticas sobre el tema, especialmente en Europa, Estados Unidos y China (Zhu, Tong & Song, 2021). Una gran parte de los enfoques sobre dichos estudios se centran en la psicología y en la sociología, y confluyen en que la preocupación y el comportamiento proambiental dependen y son determinadas por múltiples variables individuales, sociales, económicas y contextuales (Gifford & Nilsson, 2014; Grönhoj & Thøgersen, 2017).

A continuación, se presenta una revisión sobre los principales factores sociodemográficos que pueden incidir en el comportamiento ambiental.

EDAD DE LA POBLACIÓN

En primer lugar, Wiernik, Ones & Dilchert (2013) realizan un análisis de los distintos enfoques y evidencias que dan cuenta de la relación entre la **EDAD DE LA POBLACIÓN** y las variables de sustentabilidad, las que se definen y exponen en el siguiente Cuadro. Las variables estudiadas son la preocupación ambiental, los valores, el compromiso, la conciencia, el conocimiento, los motivos, las actitudes hacia los comportamientos, las intenciones de comportamiento y los comportamientos pro ambientales reales.

Cuadro 2. Relación entre la edad de la población y las variables de sustentabilidad

Variable de Sustentabilidad	Definición	Relación potencial con la edad
Preocupación medioambiental	Un conjunto de creencias sobre la naturaleza y su relación con ella, incluidas las consideraciones sobre la gravedad y la importancia de los problemas ambientales. (Dunlap et al., 201400; Takács- Santa, 2007)	Los individuos más jóvenes pueden tener una mayor preocupación por el medio ambiente.
Valores medioambientales	La prioridad que se asigna al entorno natural al tomar decisiones, justificar acciones y evaluar eventos y personas (basado en Schwartz, 1992)	Fundamentos teóricos: Teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); orientación futura (Steinberg et al., 2009)
Compromiso medioambiental	El grado en que una persona se dedica a la sostenibilidad ambiental y está dispuesta a participar en comportamientos proambientales (Mesmer-Magnus et al., 2012)	Los individuos más jóvenes pueden tener una mayor preocupación por el medio ambiente y valores que conducen a un mayor compromiso
Conciencia medioambiental (awareness)	Vigilancia de las personas para advertir los problemas ambientales y las creencias sobre sus posibles consecuencias adversas. (Dilchert and Ones, 2012; Hansla et al., 2008)	Los individuos más jóvenes tienen más probabilidades de perseguir objetivos de búsqueda de información, lo que potencialmente los hace más conscientes del medio ambiente Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999).

Variable de Sustentabilidad	Definición		Relación potencial con la edad
Conocimiento medioambiental	La familiaridad de las personas con los hechos, la información y los principios relacionados con la sostenibilidad ambiental, tanto la cantidad de conocimiento como su precisión. (Dilchert and Ones, 2012; Ramsey and Rickson, 1976)		Los individuos más jóvenes pueden tener más probabilidades de adquirir un mayor conocimiento ambiental. Fundamentos teóricos: Teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); teoría de la capacidad cognitiva Salthouse (1996); diferencias de edad en la apertura a las ideas (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999).
Motivaciones ambientales (motives)	Eficacia	La confianza que tienen las personas en su capacidad para planificar y ejecutar un curso de acción para resolver problemas ambientales. (Meinhold and Malkus, 2005)	Sin hipótesis. Investigaciones anteriores sugieren que cualquier relación potencial puede ser pequeña (Kalinowski et al. 2006).
	Expectativas	Creencias de las personas de que los comportamientos ambientales realmente conducirán a un beneficio significativo (por ejemplo, si el reciclaje tendrá un impacto positivo real en el medio ambiente; Lindsay and Strathman, 1997). Relacionado con el constructo de control conductual percibido en psicología ambiental (ver Bamberg and Moser, 2007)	
	Culpa	La medida en que las creencias morales de las personas influyen en su comportamiento ambiental, generalmente al prevenir acciones ambientales negativas. (Bamberg and Moser, 2007)	Las personas mayores pueden estar más motivadas por la culpa. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); diferencias de edad en la amabilidad (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999); teorías del compromiso cívico (Twenge, 2006; Smith et al., 2011; Myers, 2000).
	Normas sociales	El grado en que la presión del grupo social de uno guía el comportamiento ambiental, típicamente enmarcado como el grado en que un individuo se sentiría incómodo o avergonzado si otros lo vieran realizar una acción en particular (e.g. Grasmick et al., 1991)	Las personas mayores pueden estar más motivadas por las normas sociales. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); diferencias de edad en la amabilidad (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999); y deseo de mantener la armonía (Carstensen et al., 1999; Smola y Sutton, 2002).

Variable de Sustentabilidad	Definición		Relación potencial con la edad
Actitudes hacia los comportamientos ambientales	Una evaluación racional de las consecuencias positivas y negativas percibidas de realizar un comportamiento ambiental particular (Bamberg and Moser, 2007). La suma de estas consecuencias percibidas determina la actitud general hacia el comportamiento.		Los individuos más jóvenes pueden tener actitudes más positivas con respecto a los comportamientos proambientales. Fundamentos teóricos: Teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); orientación futura (Steinberg et al., 2009); diferencias de edad en la apertura a las ideas (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999)
Intenciones de comportamiento proambiental	Una indicación de cuánto esfuerzo planean realizar las personas para realizar un comportamiento proambiental particular (Ajzen, 1991; Bamberg and Moser, 2007). De acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado, las intenciones están determinadas por el control conductual percibido, las actitudes hacia el comportamiento y las normas sociales (Ajzen, 1991). Por lo general, se mide preguntando a las personas si planean realizar un comportamiento determinado dentro de un tiempo determinado (por ejemplo, los próximos seis meses).		Los individuos más jóvenes pueden tener intenciones de comportamiento proambiental más fuertes. Fundamentos teóricos: consecuencia de los determinantes psicosociales de la conducta proambiental enumerados anteriormente (Bamberg y Moser, 2007)
Comportamiento ambiental	General	Comportamientos individuales que contribuyen a la sustentabilidad medioambiental (Ones and Dilchert, 2012a)	Sin hipótesis. Investigaciones anteriores sugieren que los individuos más jóvenes generalmente pueden participar en comportamientos más favorables al medio ambiente (Hines et al., 1987)
	Conservación (Conserving)	Comportamientos destinados a evitar el despilfarro y preservar los recursos, incluida la reducción, la reutilización, el reciclaje y la reutilización (Ones and Dilchert, 2012a)	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); orientación futura (Steinberg et al., 2009); (lo que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) frente a la frugalidad / ahorro (Smola y Sutton, 2002) (lo que sugiere una posición más alta para las personas mayores)
	Evitar el daño (Avoiding harm)	Comportamientos que impliquen evitar e inhibir comportamientos ambientales negativos (por ejemplo, deshacerse de los desechos de manera adecuada, limpiar la contaminación; Ones y Dilchert, 2012a)	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); orientación futura (Steinberg et al., 2009) (lo que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) frente a las diferencias de personalidad en la conciencia, la responsabilidad y la evitación de daños (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999) (sugiriendo una posición más alta para las personas mayores)

Variable de Sustentabilidad	Definición		Relación potencial con la edad
	Tomar elecciones de productos responsables	Elegir la opción de producto más amigable con el medio ambiente en función de las opciones disponibles (por ejemplo, comprar alimentos orgánicos, comprar una bolsa de compras reutilizable; Ones y Dilchert, 2012a)	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); orientación futura (Steinberg et al., 2009); diferencias de edad en la apertura a las ideas (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999) (lo que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) frente a las diferencias de personalidad en la conciencia y la responsabilidad (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999) (lo que sugiere una posición más alta para las personas mayores)
	Influir y educar para la sostenibilidad	Comportamientos destinados a difundir comportamientos de sostenibilidad a otras personas (Ones y Dilchert, 2012a)	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); diferencias potenciales de conocimiento ambiental; diferencias de edad en la apertura a las ideas (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999) (lo que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) frente a las diferencias de poder y la influencia social (Dunlap y Van Liere, 1978) (lo que sugiere una posición más alta para las personas mayores)
	Comportamientos políticos	Comportamientos relacionados con el cabildeo, el activismo o basar las decisiones de voto en cuestiones ambientales (Diamantopoulos et al., 2003)	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999); diferencias potenciales de conocimiento ambiental; diferencias de edad en la apertura a las ideas (Roberts et al., 2006; McCrae et al., 1999) (lo que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) con respecto al compromiso cívico (Twenge, 2006; Smith et al., 2011; Myers, 2000) (lo que sugiere una posición más alta para las personas mayores)
	Compromiso con la naturaleza	Comportamientos relacionados con la búsqueda de contacto con la naturaleza (por ejemplo, recreación al aire libre; Maller et al., 2006) o con la incorporación del medio ambiente en la identidad personal (Gebhardt y Lindsey, 1995).	Hipótesis en competencia. Fundamentos teóricos: Teoría de la selectividad socioemocional (Carstensen et al., 1999) (que sugiere una posición más alta para los individuos más jóvenes) frente a la disponibilidad y el compromiso con las tecnologías como un sustituto del contacto con la naturaleza (lo que sugiere una posición más alta para las personas mayores)

Fuente: Wiernik, Ones & Dilchert, 2013. Traducción propia.

Como indica la revisión de la evidencia científica:

- ▶ Aquellas variables en la que la **población joven** podría tener unos resultados más positivos frente al medioambiente son la preocupación ambiental, los valores ambientales, el compromiso, la conciencia ambiental, el conocimiento, la actitud hacia los comportamientos ambientales y las intenciones de comportamiento sobre el mismo. En ese sentido, las referencias estudiadas sugieren que **las personas jóvenes pueden tener una mayor orientación hacia al futuro** y verse por lo tanto más abiertas a las nuevas ideas y dispuestas a repensar las normas sociales ya existentes.
- ▶ Por el contrario, aquellas en las que **las personas mayores** se verían más inclinadas hacia conductas pro medioambientales son las **dimensiones de culpa y normas sociales**, en tanto sus normas morales tienen mayor influencia en su comportamiento, y pueden presentar una mayor presión del grupo social a tener un determinado comportamiento.

En el resto de dimensiones analizadas, como son la conservación, evitar el daño del medioambiente, consumir productos responsables, influir y educar para la sostenibilidad, y el compromiso con la naturaleza; la evidencia no es clara en cuanto a una tendencia a favor de la población más joven o la más mayor. La población más joven se vería motivada gracias a su orientación y proyección hacia el futuro, mientras que la más mayor lo haría impulsada por el ahorro, el mayor sentido de responsabilidad para evitar el daño al medioambiente y consumir productos responsables, y un mayor compromiso cívico para influir y educar (además que, en general, cuentan con mayor poder e influencia social que las personas más jóvenes).

Asimismo, Wiernik, Ones & Dilchert (2013) sugieren que las personas mayores podrían tener un mayor compromiso por la naturaleza en tanto una proporción de estas percibe a la tecnología como un sustituto del contacto con la naturaleza, generando visiones críticas sobre la sociedad moderna.

Además de dicha revisión, es posible encontrar otros estudios enfocados en la relación de la edad y las “generaciones” con las conductas proambientales.

Melo, Ge, Craig, Brewer & Thronicker (2018) realizan un estudio a partir de los microdatos del Estudio Longitudinal de Hogares del Reino Unido (UKHLS), buscando determinar la relación entre el comportamiento proambiental, la autopercepción ambiental y el equilibrio entre el trabajo y la vida privada, midiendo índices de comportamiento con distintas metodologías de peso a cada una de las conductas estudiadas. Los resultados respecto a la edad corroboran una de las conclusiones de Wiernik, Ones & Dilchert (2013), pues sugieren que a mayor edad las personas se vuelven más favorables al comportamiento proambiental, especialmente desde los 45 años de edad.

En cuanto al caso español, también es posible encontrar referencias. Rivera y Garcés (2018) construyen una metodología de análisis a partir de mediciones del CIS, sobre los

grados de implicación del comportamiento proambiental de la población española, considerando el alcance y la intensidad de dichos comportamientos.

El comportamiento proambiental, entendido como la tendencia a adoptar con elevada intensidad un amplio abanico de acciones proambientales, está determinado por factores afectivos, cognitivos y disposicionales; y además, por características sociodemográficas como el sexo y la edad de la población. En esa línea, el estudio concluye que hay una implicación mayor con el medioambiente desde las personas de mayor edad; aunque sus acciones se traducen principalmente en aquellas de “bajo coste” o un menor esfuerzo, como son el reciclaje y el ahorro de agua y energía, con una baja implicación con acciones de alto coste como sería la compra de productos ecológicos y el ahorro en el uso del coche.

Dichas autoras vuelven a postular las hipótesis ya mencionadas, y recuerdan otros postulados como los de Garcés et al. (2002) que indican que cuanto más edad mayor será la participación de las personas en programas de reciclaje; o Lynn (2014) que también indica que a mayor edad hay un mayor comportamiento proambiental dentro del hogar.

GÉNERO

Otro de los factores sociodemográficos relevantes se relaciona con el **GÉNERO**. Hay referencias que comprueban que las mujeres tienen conductas más favorables que los hombres, como es la disposición a pagar más por productos más amistosos con el medioambiente o a ponerse más ropa en vez de subir el termostato y gastar mayor electricidad; tendencias que se potenciarían aún más mientras las mujeres alcanzan mayores edades (Lynn & Longhi, 2011).

No obstante, en la línea de Longhi (2013), si bien las mujeres muestran mayores comportamientos favorables al medioambiente que los hombres, pueden presentar una disposición menor a comprometer su estilo de vida para mejorar su comportamiento en relación con el medioambiente. Estos resultados concuerdan con los citados por la autora que concluían que las mujeres pueden tener un mayor comportamiento proambiental si dichas conductas se asocian a lo que considera su “rol”, como ejemplo, si separar y reciclar es considerado una tarea del hogar y ella es la principal encargada de estas (Zelezny et al. 2000; Pettifor, 2012; en Longhi, 2013).

Asimismo, se ha visto que las mujeres pueden jugar un rol significativo y mayor que los hombres en el establecimiento de valores positivos para su entorno, en relación al bienestar social y la reducción de emisiones de carbono; especialmente en el caso de las que cuentan con titulación universitaria (De Silva & Pownall, 2014).

A pesar de las múltiples evidencias, estudios como el presentado por Melo et al. (2018), basados en el Reino Unido, concluyen que no es posible atribuir diferencias por género en relación al comportamiento ambiental. Solo resulta significativo al analizar la composición del hogar, demostrando que en aquellas mujeres que viven con una pareja masculina, son ellas quienes muestran comportamientos más favorables al medioambiente. Estos hallazgos concuerdan con Longhi (2013), quien asegura que los

miembros de una pareja pueden influir en el comportamiento proambiental de su par, con una mayor influencia de las parejas femeninas.

En cuanto al caso español, vale recuperar las conclusiones del diagnóstico de Red2Red (2020) para el Instituto de la Mujer de España, sobre género y cambio climático. Uno de los focos de dicho estudio se centró en analizar las conductas y actitudes de la población residente en España, a partir de fuentes como la Encuesta de Hogares y Medio Ambiente (INE, 2008), Encuesta de españoles frente al cambio climático (Real Instituto Elcano, 2019), Barómetro Social de IPSOS 2019, Encuesta de Percepciones, valores y actitudes sociales ante el cambio climático (Fundación Desarrollo Sostenible, 2019), entre otros.

En cuanto al comportamiento, dicho diagnóstico evidencia las conclusiones anteriores, indicando que en comparación a los hombres las mujeres separan más residuos como plásticos, papeles, vidrios, pilas y productos orgánicos. Lo mismo ocurre en cuanto a movilidad y desplazamientos, donde si bien los hombres utilizan más el transporte como la bicicleta, las mujeres utilizan mucho menos los transportes privados y en solitario.

Además del comportamiento, dichas diferencias también se visualizan en las percepciones y valoraciones. En ese sentido, las mujeres conceden mayor importancia que los hombres a la sostenibilidad de productos y al consumo de carne, y presentan mayor preocupación por el medioambiente. Asimismo, las mujeres consideran más importante el efecto del tipo de consumo sobre el cambio climático, consideran que tienen mayores responsabilidades sobre el cambio climático y rechazan en mayor proporción las bolsas de plástico.

Estas evidencias sugieren que el género debe ser uno de los factores a tomar en consideración para la transformación a estilos de vida sostenible, y además, dadas las diferencias de usos de energía, espacios, sectores de actividad, entre otros, las medidas de adaptación y las acciones de mitigación frente al cambio climático deben contemplar las brechas para no generar más desigualdades (EIGE, 2017; Red2Red, 2020).

NIVEL EDUCATIVO, NIVEL DE INGRESOS Y CONOCIMIENTO

Otro de los focos relevantes de estudio tiene que ver con la relación entre **NIVEL EDUCATIVO** y comportamiento proambiental. Autores como Fielding & Head (2012), y Esteban y Amador (2017), enfatizan en la importancia de la educación en el desarrollo de dichas conductas en tanto son fundamentales para realizar medidas proambientales; así como en la necesidad de crear modelos centrados en la intervención educativa socio-ambiental para que las personas y las comunidades se involucren con las transformaciones de sus entornos físicos.

En general, hay evidencias que indican que contar con un título universitario tiene una correlación positiva con el comportamiento proambiental. En específico, el nivel educativo puede influir más en el comportamiento proambiental en general, aunque la

educación puede estar más vinculada a una mayor conciencia o interés en los problemas ambientales, y no necesariamente a las propias conductas (Longhi, 2013).

En la misma línea, las personas con educación universitaria son más propensas a pertenecer a organizaciones ambientales y a comportarse de forma proambiental; asimismo, disponen de mayores conocimientos por lo que aumentaría la probabilidad de que actúen de manera proambiental (Brown, 2014). Además, aquellos sectores con mayor formación cuentan con mayores conocimientos sobre la importancia de la reducción de las emisiones de carbono y su vínculo con el bienestar social, lo que es aún mayor en el caso de las mujeres (De Silva & Pownall, 2014).

Entre la relación del nivel educativo y los comportamientos medioambientales, es también importante el **NIVEL DE INGRESOS DE LOS HOGARES**. A mayor nivel educativo tiende a aumentar el salario familiar, y se esperaría que aumentara la probabilidad de desarrollar comportamientos favorables al medioambiente (Melo et al., 2018). Sin embargo, en cuanto al ingreso hay un umbral, en tanto los hogares con mayores ingresos tienden a alejarse de comportamientos proambientales, reflejados en un mayor consumo energético, mayor uso de coches o mayor consumo de productos no amigables con el medioambiente (Longhi, 2013).

En esa línea, hay estudios que evidencian que las personas más pobres pueden tener comportamientos proambientales más altos pues no pueden pagar el costo de los comportamientos proambientales bajos, como movilizarse en coche, comprarse más ropa, o pagar facturas más altas de calefacción (Chitnis et al., 2013; Druckman et al., 2011; en Longhi, 2013). Un ejemplo es el estudio en Suiza presentado por Bruderer-Enzler & Diekmann (2015), que ahonda en la relación entre los ingresos familiares y las emisiones de movilidad, vivienda y alimentación; y que concluye que los ingresos más altos están asociados con mayores emisiones de movilidad y vivienda, más no necesariamente de alimentación.

Así, las evidencias sostienen que el nivel educativo sigue siendo más importante que los ingresos (De Silva & Pownall, 2014; Melo et al., 2018), donde la educación tiene un impacto positivo sobre los comportamientos proambientales, lo que se vería contrarrestado con los altos ingresos que afectarían de manera negativa a dichos comportamientos. En el caso español, hay quienes no evidencian una relación específica entre el nivel educativo y el comportamiento proambiental de la sociedad (Rivera & Garcés, 2018), mientras que otros estudios indican que la formación universitaria implica una tendencia favorable específicamente en el conocimiento de los problemas medioambientales (dimensión cognitiva), en la disposición a aceptar prohibiciones o limitaciones de los gobiernos (dimensión conativa), y en la participación de acciones colectivas y/o organizaciones proambientales (Báez y Gómez, 2016).

A partir de estos hallazgos, cabe preguntarse si el mayor nivel educativo se relaciona con un mayor **CONOCIMIENTO AMBIENTAL**, y el efecto de este conocimiento sobre el propio comportamiento.

Fielding & Head (2012), estudian los determinantes de las intenciones proambientales en el caso de la población joven australiana de 12 a 24 años, evaluando aspectos como la responsabilidad percibida de la comunidad y el gobierno para proteger el medio ambiente, la percepción de control de sus vidas, la preocupación ambiental y el propio conocimiento ambiental. Sus hallazgos postulan que el mayor conocimiento autoreportado así como la mayor sensación de control interno, se relacionan positivamente con las intenciones y el comportamiento favorable al medioambiente.

Otras evidencias respaldan este hallazgo, y sostienen que hay una relación positiva entre el conocimiento y el comportamiento ambiental (Wiernik, Ones & Dilchert, 2013; Rivera & Garcés, 2018). Hay estudios que indican que esta relación se hace evidente específicamente en las poblaciones de mayores edades, mientras que en los jóvenes no necesariamente un mayor conocimiento estaría asociado a un comportamiento más positivo, influyendo otros factores como la proyección a futuro y las expectativas de vida (Wiernik, Ones & Dilchert, 2013).

Rivera y Garcés (2018), identifican a nivel de hipótesis distintas evidencias que afirman que el conocimiento ambiental y la información, denominados “determinantes cognitivos”, influyen positivamente en el comportamiento proambiental. Citando estudios como los de Bhuian et al. (2014), Garcés et al. (2002), McDonald (2014), indican que el conocimiento influye en la conciencia sobre las consecuencias del propio comportamiento en el medioambiente, determinando positivamente la conducta proambiental.

Basándose en el caso de España, dichas autoras comprueban que la dimensión cognitiva es la que ejerce la mayor influencia en el desarrollo del comportamiento ambiental, seguidas por la dimensión afectiva, relacionada con la preocupación por el medioambiente y el medio natural, y de la dimensión disposicional, indicativa de la disposición de las personas a dedicar esfuerzo y recursos propios a dichas conductas (Rivera y Garcés, 2018).

Así, tanto en la evidencia internacional como en la española es posible asegurar que un mayor conocimiento es clave para transitar hacia una sociedad con mayores comportamientos proambientales.

ESTRUCTURA DEL HOGAR Y EXPERIENCIAS DE INFANCIA

Otros factores igual de importantes tienen que ver con la **ESTRUCTURA DEL HOGAR** y las **EXPERIENCIAS DE INFANCIA**.

La conexión de la población infantil con su entorno natural influye en su intención de participar en actividades relacionadas con el cuidado a la naturaleza, donde además los valores familiares en el **MODELO DE CRIANZA** influyen positivamente en los comportamientos favorables al medioambiente (Wells & Lekies, 2006; Cheng & Monroe, 2012). En ese marco, la enseñanza de conocimientos medioambientales en las etapas de infancia y adolescencia son claves para el desarrollo de comportamientos favorables al medioambiente en el futuro (Jareño, Montoro, Sánchez y Rey, 2012),

recordando que como ya se ha indicado, el conocimiento es clave para el desarrollo de la conducta.

Hay diversos estudios enfocados en entender la relación del comportamiento proambiental de la población joven y sus experiencias de infancia. Situados en Dinamarca, Grønhoj y Thøgersen (2017) estudian comportamientos comparativos entre población joven de 18 a 20 años y uno de sus padres o madres, concluyendo que la motivación de los grupos más jóvenes depende directamente de sus normas descriptivas familiares, la motivación de los padres y madres para el comportamiento proambiental, y el estilo y estructura de crianza y autonomía que prevalece en el hogar.

Así, dicho estudio indica que la percepción sobre el comportamiento de sus padres y madres influye en la motivación hacia esos comportamientos, donde es clave contar con estilos de crianza que apoyen la autonomía de adolescentes y jóvenes, especialmente sobre su motivación para desarrollar conductas favorables al medioambiente (Grønhoj y Thøgersen, 2017). Esta autonomía se vería a su vez potenciada por modelos de crianza en los que se ofrece una estructura con expectativas y orientación a futuro, tal como ya se explicó en cuanto a la importancia de la proyección de los grupos más jóvenes en el desarrollo de un comportamiento favorable.

Por otro lado, hay estudios que indican que estos aprendizajes están determinados también por la [ESTRUCTURA DEL HOGAR](#). En ese sentido, los padres y madres pueden influir positivamente en los comportamientos de los niños y niñas, siendo las mujeres quienes ejercen una influencia mayor (Longhi, 2013).

Cabe destacar que hay evidencias que indican que la tenencia de niños y niñas pequeñas en las familias, y el ser un hogar monoparental, puede influir negativamente sobre el desarrollo de comportamientos proambientales, pues se trata de hogares con limitaciones en términos de tiempo y práctica que dificultan la persecución de comportamientos proambientales, dados por ejemplo por una menor disponibilidad de tiempo para las conductas por el medioambiente como el reciclaje y la separación de residuos, el uso de coches para la movilidad versus el transporte público, etc. (Longhi, 2013; Melo et al., 2018).

Así, existe una compleja interrelación entre las características individuales y del hogar en las decisiones y desarrollo de comportamientos favorables al medioambiente, donde las políticas deben tener en cuenta que las decisiones y las acciones de las personas dependen de las limitaciones generadas por otros miembros del hogar (Longhi, 2013).

PUNTOS CLAVE:

- ▶ En cuanto a la **EDAD**, los grupos jóvenes pueden tener un mayor comportamiento proambiental debido a factores como su proyección y orientación al futuro. Sin embargo, las evidencias sugieren un mayor comportamiento proambiental de la gente mayor, motivada principalmente por aspectos como la presión social, las normas sociales, la valoración de la naturaleza, entre otros.
- ▶ Se observa un comportamiento proambiental más profundo en aquellos grupos con **MAYORES NIVELES EDUCATIVOS**, más no necesariamente de mayores ingresos. Existe evidencia que a mayores **INGRESOS** disminuye el comportamiento proambiental, dado por ejemplo a un mayor uso de coches privados, mayor gasto en ropa, mayor gasto en productos no ecológicos, mayor gasto de electricidad y calefacción, entre otros.
- ▶ Las **MUJERES** muestran un mayor comportamiento ambiental que los hombres, lo que aumenta a mayores edades y mayores niveles educativos.
- ▶ El **CONOCIMIENTO SOBRE EL MEDIOAMBIENTE** está positivamente asociado al comportamiento proambiental, lo que se potencia aún más en población de mayor edad.
- ▶ La **ENSEÑANZA** y la relación con la naturaleza en la **INFANCIA** es clave para las generaciones futuras. Se evidencia que la autonomía que entregan y la motivación de padres y madres influye positivamente en dichos comportamientos, donde cobra especial relevancia el rol y comportamiento de la madre.
- ▶ No obstante lo anterior, los **HOGARES CON NIÑOS Y NIÑAS PEQUEÑAS**, y los **MONOPARENTALES**, muestran menor disponibilidad de tiempo y recursos, lo que puede disminuir sus comportamientos proambientales (por ej: mayor uso de coche privado).

5. FACTORES PSICOLÓGICOS / INDIVIDUALES

El posicionamiento individual ante los problemas ambientales se ha estudiado a partir de las vivencias, conocimientos y experiencias que las personas utilizan activamente en su relación con el medioambiente. Se trata de un proceso cognitivo, actitudinal e incluso afectivo que deriva en comportamientos que posibilitan convivir con el entorno, preservarlo o transformarlo.

Según la recopilación teórica que se facilita en Corral-Verdugo et al. (2019), esta conducta se define como el **conjunto de acciones** que tienen el propósito de garantizar la integridad de los recursos socio-físicos presentes y futuros del planeta, de forma que con su conducta una persona cuida no sólo los recursos naturales y la biosfera, sino también a otras personas y por ende a la civilización humana.

La **conducta sostenible o proambiental** incluye: comportamientos proecológicos (acciones encaminadas a preservar los recursos naturales); conductas frugales: actos que evitan el consumismo y el desperdicio de recursos; acciones altruistas (cuidado de otros sin esperar nada a cambio) y comportamientos equitativos (conductas que garantizan una distribución de recursos y un trato justo hacia los demás). Cuando se tienen en cuenta también los aspectos afectivos y emocionales se consigue una mayor comprensión de la toma de decisiones en esa conducta proambiental dotando al modelo explicativo de dicha conducta de un mayor poder predictivo Corral-Verdugo et al. (2009).

Dentro de la conducta ecológica la mirada puede ser: antropocéntrica o ecocéntrica. Desde este posicionamiento se ha contribuido a proporcionar instrumentos de medida en muchas investigaciones a partir de escalas psicométricas basadas en el Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) y sus posteriores adaptaciones (Gomera, et al. 2013). Sin embargo, algunos estudios que miden este comportamiento mediante escalas, parecen coincidir en señalar que no resulta inusual encontrar sujetos con ambas dimensiones, y es más difícil identificar perfiles puros (ecocéntricos vs. antropocéntricos), sino más bien diferentes “especializaciones” de conductas ecológicas responsables. Por ejemplo, sujetos que reciclan un tipo de productos, pero no otros, o sujetos más proclives al comportamiento ecológico sólo en unos contextos determinados. Es decir, la evidencia empírica rara vez encuentra relaciones lineales, simples y unívocas entre las actitudes íntimas, las actitudes expresadas y las conductas realizadas (Vozmediano y San Juan, 2005).

Entre los **principales factores psicológicos** que intervienen en la actitud medioambiental y la conducta proambiental Kollmuss y Agyeman (2002) destacan:

- **Motivación:** razones y justificaciones personales y sociales que empujan a las personas y a la sociedad en su conjunto a tomar ciertas decisiones. Con una influencia cambiante, básicamente se distingue entre motivación primaria (voluntad de actuar con valores altruistas como desplazarse generalmente en bici) y selectiva (comodidad personal o ahorro de tiempo yendo en coche al trabajo), pudiendo intervenir ambas en momentos distintos en la misma persona.

- **Valores:** El microsistema de valores (contexto social más inmediato: familia, vecindad, amistades) y las propias experiencias vitales parecen influir mucho más que el macrosistema (contexto cultural) y sobre todo más que el exosistema (medios de comunicación y organizaciones políticas). Las experiencias personales que por ejemplo han sensibilizado más a profesionales de medioambientales son (por este orden): infancia en la naturaleza, vivencias de destrucción ambiental, valores familiares proambientales, proximidad con organizaciones proambientales en edades más adultas, modelos observados (amistades o profesorado) y la educación.
- **Actitudes:** Parecen tener una influencia pequeña, indirecta, un tanto variable o inesperada. Las actitudes proambientales tienen un mayor impacto conforme la conducta proambiental es menos costosa (low cost model), no sólo en sentido económico, sino también en términos de esfuerzo y tiempo (por ej. es más fácil que una persona recicle sus residuos domésticos y más difícil que renuncie a viajar en avión a la hora de reciclar. Personas concienciadas proambientalmente, no van a hacer grandes sacrificios en su estilo de vida, pero son más propensas a aceptar cambios políticos proambientales como incremento de los impuestos a la gasolina o establecimiento de normas de edificación responsable. Por otro lado, quienes confían en una solución tecnológica son menos propensos a hacer sacrificios personales.
- **Concienciación:** Entendida como el conocimiento del impacto que tiene la conducta humana sobre el medioambiente, confluyendo un componente cognitivo y otro afectivo o perceptivo. Aquí influye el grado de percepción del problema, esto es si la destrucción es más evidente (incremento de lluvias torrenciales o una grave sequía) o más gradual (desaparición de especies) y menos evidente (radiación solar por el agujero de ozono). De aquí la importancia de comunicar esta problemática de forma lo más pedagógica posible para transmitir conceptos científicamente demostrables que consigan captar la atención de las personas.
- **Emoción:** Según investigaciones previas cuanto más fuerte es la reacción emocional (preocupación, tristeza, rabia, sentimiento de culpa) ante los problemas ambientales, mayor es el compromiso con la conducta proambiental. Y esta reacción emocional parece depender del conocimiento y sensibilización que se tenga del tema, de la cercanía con el problema (haberlo experimentado directamente) y también de lo coherente que sea esa información con nuestra concepción básica de lo que significa una prosperidad económica o necesidades materiales. Por el contrario, sentimientos como resignación, indefensión o apatía pueden inhibir la acción. La exposición continuada a malas noticias puede generar conducta de autodefensa como la delegación de la responsabilidad y la distancia racional, llegando en su máxima expresión al escepticismo, la reinterpretación y/o la negación del problema.
- **Otros:** Finalmente la bibliografía revisada por los autores indica que hay otras cuestiones que inciden más o menos en la adopción de conductas proambientales

como la percepción de si está en nuestra mano o no generar un cambio (“locus of control”) o si dicha conducta se alinea con nuestra prioridades y responsabilidades.

Otros autores como Gifford y Nilsson (2014) destacan factores personales como la personalidad y la autoconstrucción. En su recorrido por diversos estudios comprueban diversas relaciones entre elementos de la personalidad como la apertura a la experiencia la curiosidad o la creatividad, que se asocia con el desarrollo de más actividades proambientales. Las mayores preocupaciones por el medio ambiente se relacionan también con otros rasgos de la personalidad como la franqueza, la amabilidad (tendencia a ser compasivo y cooperativo) y la conciencia (tendencia a mostrar autodisciplina, actuar con diligencia).

Los autores analizan también otros factores como el sentido o locus de control que se refiere a como los individuos atribuyen el control sobre los acontecimientos de su vida: interno o externo. Las personas con locus de control interno (se atribuyen a sí mismos el control) buscan activamente información y adquieren más a menudo conocimientos que les conducen a un comportamiento respetuoso con el medio. Por otro lado, la autoeficacia o creencia en las propias capacidades para organizar las acciones requeridas está también favorablemente relacionado con el comportamiento proambiental.

Los resultados del proyecto de investigación GLAMURS¹ (Estilos de Vida Verdes, Modelos Alternativos y Escalamiento de la Sostenibilidad Regional) en el que se lleva a cabo un análisis comparativo a través de una encuesta en siete regiones muestra que las elecciones sostenibles están determinadas por características psicológicas, tales como la identidad propia y la autoeficacia ambiental, las aspiraciones personales, las percepciones de la calidad del barrio y las normas sociales.

- La identidad proambiental se refiere a nuestra “autodefinición” como persona cuidadora del medio ambiente. Está influenciada por nuestro comportamiento pasado, es decir, cuanto más nos veamos a nosotros mismos comportándonos de forma sostenible más reforzaremos este componente de nuestra identidad, lo que sucesivamente nos llevará a un comportamiento más proambiental. Se trata por tanto de un círculo virtuoso para el cambio sostenible.
- La autoeficacia se relaciona con elecciones de estilos de vida más sostenibles. Se define como la evaluación de un individuo de su nivel de recursos personales, conocimiento o destrezas para alcanzar un o desarrollar un cierto comportamiento (se relaciona con la valía personal o autoestima).

¹ El proyecto GLAMURS (www.glamurs.eu) tiene como objetivo desarrollar una comprensión documentada teóricamente y empíricamente fundamentada de los obstáculos y perspectivas para las transiciones hacia estilos de vida saludables y hacia una economía verde en Europa, así como los medios más efectivos a la hora de apoyar y acelerar estas transiciones. Desarrolló modelos integrados de cambio de estilo de vida y económico, tomando en consideración las dinámicas de estilos de vida, las condiciones bajo las que se transforman los sistemas económicos y las políticas que podrían permitir un cambio, con el fin de apoyar a los responsables políticos, los negocios, y a los ciudadanos en su toma de decisiones informadas en el camino hacia un futuro sostenible.

- Las aspiraciones o conjuntos de objetivos que motivan el comportamiento. Las motivaciones intrínsecas y autotrascendentes como son las orientadas a la autoaceptación, la comunidad, la filiación o la espiritualidad están relacionadas con Estilos de Vida más sostenibles. Al contrario, aspiraciones extrínsecas como el éxito financiero o la popularidad se vinculan con elecciones no sostenibles. Las aspiraciones hedonistas, relacionadas con la superación personal pueden relacionarse tanto positiva como negativamente.

DIMENSIONES PSICOLÓGICAS CLAVE

A partir de la literatura analizada en relación con la orientación a la sostenibilidad (Corral-Verdugo et al., 2009), se identifican una serie de **dimensiones psicológicas clave**:

- El altruismo, enfocado en el cuidado medioambiental para atender las necesidades de otras personas, por ejemplo, pensando en las futuras generaciones.
- La austeridad, donde la frugalidad en el consumo de recursos se considera un estilo de vida necesario para conservar el medio ambiente.
- La afinidad por la diversidad (biológica y social) y el aprecio por lo natural, que como dimensiones afectivas muestra agrado por el contacto con plantas, animales, las personas y el ambiente no construido, y se asocia a sensaciones de placidez, bienestar, ánimo positivo, salud vital, etc.
- La percepción (o consciencia) de normas ambientales y su respaldo, factor cognitivo que al incorporarse al repertorio psicológico del individuo actúa como guía o instigador de la conducta proambiental.
- La aceptación de los valores de la comunidad donde se convive, como variable situacional que en función de cuáles sean dichos valores pueden facilitar o, por el contrario, entorpecer el cumplimiento de las normas.
- Las conductas deliberadamente conservacionistas, que sirven de modelo para otras personas, por ejemplo, llamar la atención a personas que contaminan, leer acerca de temas ambientales, conducir a baja velocidad, etc.
- Sentimientos de indignación por el daño ambiental ante situaciones como contaminación, derroche de recursos, destrucción de entornos, daño a personas, o enojo por la insuficiente protección o falta de compromiso político y ciudadano.

Los aportes de Steg y Vlek (2009) aportan evidencia en cuanto a estas características. Las orientaciones valorativas como son el egoísmo y el altruismo afectan el comportamiento ambiental y los estilos de vida, y a partir de su análisis, comprueban que las personas más egoístas perciben que tienen un menor control sobre el entorno y por lo tanto creen que es difícil e inútil hacer “algo” respecto al medioambiente, lo que se traduce en una oposición al pago de mayores impuestos, productos más caros, y a

reducir su nivel de vida para la protección del medioambiente, o a disminuir el uso de automóviles.

Por el contrario, se comprueba una relación positiva con la empatía, donde las personas “altruistas” perciben que tienen un mayor control y están dispuestas a sacrificar su nivel de vida, pagando impuestos o utilizando el transporte público.

En ese sentido, la proposición “debemos comportarnos de manera proambiental” es una cuestión moral para las personas “altruistas”, más no para las “egoístas”; y se enfatiza en la necesidad de adaptar las políticas medioambientales y de toma de decisiones a todos los perfiles de comportamiento, incluyendo a las personalidades “egoístas”.

COMBINACIÓN DE DIMENSIONES Y ENFOQUE MULTIFACTORIAL

La combinación y consolidación de varias de estas dimensiones afectivas, cognitivas y/o comportamentales, junto a los factores situacionales o los propios rasgos de personalidad, pueden acabar configurando un estilo de vida sostenible, donde la orientación hacia la sostenibilidad se considera un factor integrador.

En la revisión teórica que realizan Corral-Verdugo y otros autores (2019) se propone una nueva concepción a partir del llamado nuevo paradigma, donde las creencias antropocéntricas y las ecocéntricas sean interdependientes en un modelo integrador y no dicotómico: un Nuevo Paradigma de Interdependencia Humana (NHIP) basado en 4 factores:

- 1) el bienestar humano depende de la integridad de la naturaleza,
- 2) la importancia de preservar los recursos actuales para las generaciones futuras,
- 3) la compatibilidad entre desarrollo humano y conservación del ambiente,
- 4) y uso juicioso de los recursos naturales.

En el mismo sentido, la Psicología Ambiental ha ido evolucionando a lo largo de los últimos años incorporando el enfoque multifactorial en la interacción entre persona y medioambiente donde distintas variables psicosociales influyen en las conductas y en el compromiso ambiental. Esta se encarga de estudiar las relaciones entre la conducta humana y el medioambiente, y lo hace al amparo de muy diversas teorías psicológicas, tanto generalistas (como el conductismo, la psicología evolucionista o el humanismo) como desde teorías específicas, entre las que destacan las de la relación persona-ambiente en un marco de interdependencia, donde las necesidades humanas no se contraponen al medioambiente, sino que se integran o incluyen en la dinámica de equilibrio ambiental.

Como se ha visto con anterioridad estas variables pueden ser demográficas y culturales (por ejemplo, según sexo, edad, nivel educativo o socioeconómico), pero también influyen las experiencias vitales o las emociones en la toma de decisiones que afectan a la calidad y al estilo de vida.

Algunos de estos avances se reflejan en el artículo de las investigadoras Aguilar-Luzón y Benítez (2018) en el que se recopilan referencias de múltiples estudios buscando

herramientas (principalmente metodologías de encuestas y medición de los patrones del comportamiento humano) que contribuyan a afrontar o solucionar los problemas medioambientales desde la Psicología Ambiental. A modo de ejemplo pueden citarse las siguientes investigaciones referenciadas:

- ▶ Autores como Amerigo, García y López Santiago analizan el papel de la inteligencia emocional como variable transversal, que, desde la psicología positiva, ayuda a interpretar las relaciones entre las conductas y las actitudes de cuidado de la naturaleza.
- ▶ Por su lado, Diniz, Morais, y Pinheiro, analizan el proceso que desarrollan las personas, a partir de la espiritualidad y las experiencias significativas de vida a la hora de adoptar un compromiso proambiental.
- ▶ En el estudio sobre indicadores psicosociales de las condiciones de habitabilidad en las personas mayores residentes en el espacio urbano, realizado por Fernández-Portero, Alarcón y Barrios-Pandura, se analiza cómo el detalle de las condiciones de la vivienda es uno de los factores predictivos de la satisfacción vital de este grupo poblacional y que hace posible el desarrollo de su calidad de vida, con un estilo vivencial más dinámico y autónomo, a la par que promoviendo un proceso de envejecimiento activo y saludable.

ESTRATEGIAS PSICOLÓGICAS

Corraliza y Martin (2000) ya explicaban en su publicación “Estilos de vida, actitudes y comportamientos ambientales” las diferencias de los distintos patrones de comportamientos ambientales en función de los distintos estilos de vida, entendidos como los valores que orientan la comprensión del mundo que rodea a una persona y su propia práctica. Los autores concluyen que los diferentes estilos de vida (estilo de responsabilidad ecológica en el hogar; estilo derrochador, estilo reciclador) tienen un mayor poder predictivo sobre las conductas ambientales que se desarrollan en el hogar que las actitudes ante el medio ambiente. Las actitudes solo son predictoras de algunas conductas aisladas o puntuales (como el reciclado). Además, hay que considerar el papel que juegan otras variables como el entorno, las normas y modelos sociales, los sentimientos y creencias de moralidad asociados a la conducta ambiental, la cual está más relacionada con los valores y aspiraciones que orientan la vida de una persona, que con la información específica disponible.

En esta dinámica, en la que las personas se deben ajustar a un medioambiente cambiante dentro de un proceso sociocultural más complejo, es donde se vuelve aún más importante aproximarse desde las teorías psicológicas.

Una muestra de los tipos de estrategias psicológicas asociadas a las aportaciones científicas resumidas en el artículo de Carrus et al. (2020), es la siguiente:

Cuadro 3. Ejemplos de aportaciones científicas en el estudio del medioambiente según la estrategia psicológica asociada

Estrategia psicológica	Aportación científica
Fomento de comportamiento ecológico	Autores como Marie Heidebreder y Manfred Schmitt estudian trayectorias de reducción del consumo de plásticos. Una encuesta aplicada antes y después de un hito temporal (la Cuaresma) registró que a nivel individual el cambio de hábitos se ve influido por la intención, la experiencia en conductas previas y las normas morales
Comprensión y gestión de los riesgos y peligros medioambientales desde la teoría de las Representaciones Sociales	Autores como Bertoldo, Dias, Tanga, Guignard y Schleyer-Lindenmann se valieron de la teoría de las Representaciones Sociales para comparar las dinámicas de dos comunidades locales una francesa y otra italiana, habitualmente expuestas a riesgos de terremotos e inundaciones, respectivamente ² . En el análisis comparativo, se comprueba cómo cada comunidad local tiene una percepción diferente del riesgo ante fenómenos climáticos habituales y cada una ha perfeccionado el conocimiento de su medio a lo largo de las generaciones y reacciona de forma distinta respecto a su confianza en la gestión preventiva de las autoridades locales. Así, los participantes franceses perciben un riesgo mínimo de inundaciones costeras y muestran una confianza institucional, mientras que los participantes italianos tienen una mayor conciencia del riesgo sísmico, y en paralelo una falta de acciones preventivas y de confianza en la gestión de las autoridades locales
Diseño y gestión de los contextos cotidianos para fomentar la salud pública y la prevención del estrés medioambiental en individuos, grupos y comunidades concretos	El artículo de Makita, Woolrych, Sixsmith, Murray, Menezes, Fisher y Lawthom presenta los resultados de un proyecto que investiga la relación entre la inseguridad percibida por personas mayores en entornos urbanos de Reino Unido, y la forma en que ésta influye sobre el bienestar y la calidad global de sus vidas. Así, tanto la percepción de las vulnerabilidades físicas y sociales como las características del entorno construido y social (ciudades amigables o no) juegan un importante papel en esa calidad de vida, influyendo sobre las conductas, rutinas y hábitos de las personas mayores, y en definitiva en su estilo de vida.
Comprensión del cambio medioambiental y el fomento de estilos de vida sostenibles en las	Por su lado, Barros y Pinheiro exploran las percepciones del cambio climático y su relación con los indicadores de estilo de vida sostenible entre estudiantes adolescentes de Brasil, empleando un enfoque multimétodo basado en cuestionarios y grupos de discusión, y mostrando que los adolescentes

² Según la teoría de las Representaciones Sociales, a pesar de que cada persona tiene su propia manera de pensar, dentro de una sociedad se comparte un entramado de creencias, estereotipos, afirmaciones y normas sociales que se convierten en universales y generan una conciencia colectiva con códigos, principios y juicios clasificatorios compartidos. Una representación social hace referencia a un aspecto concreto, fenómeno o evento social que afecta a la comunidad, resulta simplificadora y entendible para el conjunto porque parten del sentido común, tienen una dimensión afectiva y están en constante evolución.

Estrategia psicológica		Aportación científica
generaciones más jóvenes		expresan un optimismo espacial respecto al cambio climático, ya que están más preocupados por la situación mundial que por la de su propia ciudad.

Fuente: Elaboración propia a partir de Carrus et al. 2020.

Ansiedad climática o Ecoansiedad

Otro enfoque dentro de la perspectiva psicológica procede de algunos estudios que muestran que las emociones negativas que se generan debido a las situaciones de emergencia climática, en muchos casos derivan en una conducta denominada ansiedad climática o “ecoansiedad” y que dependiendo del grado en que afecten al individuo pueden actuar como factores paralizantes sobre la conducta o servir de espita para reaccionar.

En la revisión de evidencias científicas que hace la periodista Noemí López (2021) destaca el análisis que fue publicado en la revista científica The Lancet en 2020 que muestra que la emergencia climática afecta a la salud mental al motivar emociones negativas sobre un futuro de desastres naturales y lugares hostiles para la vida. Las reacciones pueden ir desde el aumento del riesgo de padecer preocupación y angustia, hasta ansiedad, insomnio, depresión, ataques de pánico, estrés postraumático y también sentimientos de culpa.

Si bien la ecoansiedad puede ser un factor paralizante, también puede ser un detonante de convencimiento a las personas por actuar haciendo referencia a las consecuencias del cambio climático. Tal como lo muestran diversos estudios de la Asociación Americana de Psicología (APA, 2017), ante las emociones y alteraciones mentales originados por la crisis climática pueden surgir respuestas de resiliencia y adaptación de las personas para hacer frente a los efectos del cambio climático sobre la salud mental, e incluso acercarle a la naturaleza.

PUNTOS CLAVE:

- ▶ La conducta ecológica, proambiental o sostenible se define como el conjunto de acciones que tienen el propósito de garantizar la integridad de los recursos socio- físicos presentes y futuros del planeta.
- ▶ Diversos factores psicológicos influyen en la mayor/ menor conducta proambiental como es la motivación, la concienciación, los valores, las actitudes, la emoción, el sentido de control y de autoeficacia u otros rasgos de la personalidad. También se destaca el tipo de aspiraciones del individuo y la identidad ambiental, que tiene un genera un efecto “circulo virtuoso” al conducir a más comportamientos proambientales.
- ▶ Se identifican diversas dimensiones psicológicas que guardan relación con la mayor / menor conducta ambiental (altruismo, austeridad, afinidad por la diversidad y aprecio por la natural, conciencia de las normas ambientales, aceptación de los valores de la comunidad, conductas conservacionistas o sentimientos de indignación por el daño ambiental)
- ▶ Progresivamente se ha adoptado un enfoque multifactorial en la interacción entre persona y medioambiente donde distintas variables psicosociales influyen en las conductas y en el compromiso ambiental. Estas variables pueden ser demográficas y culturales, pero también influyen las experiencias vitales o las emociones en la toma de decisiones que afectan a la calidad y al estilo de vida
- ▶ Los diferentes estilos de vida (estilo de responsabilidad ecológica en el hogar; estilo derrochador, estilo reciclador) tienen un mayor poder predictivo sobre las conductas ambientales que se desarrollan que las actitudes ante el medio ambiente
- ▶ Las emociones negativas que se generan debido a las situaciones de emergencia climática, en muchos casos derivan en una conducta denominada ansiedad climática o “ecoansiedad.

6. FACTORES SOCIOCULTURALES

La preocupación medioambiental ha crecido exponencialmente en el debate público y en la sociedad en los últimos años, situándose en importantes lugares de las preocupaciones generales medidas en encuestas como el CIS, Eurobarómetros, European Values Surveys, World Values Surveys, ASEPT, entre otros (Junta Andalucía, 2006). Asimismo, cada vez son más las publicaciones e investigaciones sobre la crisis climática y los comportamientos de la población, con un importante foco de interés desde la psicología y la sociología ambiental (Zhu, Tong & Song, 2021).

Como ya se ha indicado, uno de los factores que inciden en los comportamientos proambientales se relacionan con las **normas sociales**. Estas pueden funcionar a partir de la culpa o el compromiso ambiental, como la medida en que las creencias morales de las personas influyen en su comportamiento ambiental y en las propias normas sociales, entendidas como el grado en que la presión del grupo social de las personas les guía en su comportamiento (ver Bamberg y Möser, 2007; Grasmick et al., 1991; en Wiernik, Ones y Dilchert, 2013).

Existen distintas aproximaciones y enfoques teóricos para entender la influencia de las normas sociales en los comportamientos. Una de ellas separa la conceptualización de la conciencia ambiental en dimensiones como la sensibilidad ambiental, el conocimiento de los problemas ambientales, la disposición a aceptar prohibiciones, limitaciones o penalizaciones de las políticas públicas para incentivar prácticas favorables al medioambiente, la acción individual o el propio comportamiento a favor del medioambiente, y la acción colectiva ocasional o en organizaciones proambientales (Gómez Benito et al., 1999; en Báez y Gómez, 2016). Así, el comportamiento ambiental estaría influenciado, entre otros, por normas sociales imperantes y el propio entorno social de la población.

En cuanto al modo en que la norma social influye en el comportamiento, hay diversos enfoques. Stern, Dietz y Guagnano (1995) proponen un **Modelo Causal de Interés Medioambiental** que iría desde la relación entre la cosmovisión del entorno social y el contexto socioeconómico, hacia el sistema de valores, la visión general ecológica, las creencias concretas y actitudes, las intenciones de comportamiento, y el comportamiento mismo. Todas estas se retroalimentarían entre sí. Desde este enfoque, los autores apuntan a que en muchas ocasiones puede existir una brecha en la “bajada” de esas normas hacia la conciencia medioambiental de la sociedad y los comportamientos concretos.

Desde otras perspectivas, la conducta proambiental estaría determinada por una combinación de factores normativos, situacionales y sociales. La conducta está determinada por las circunstancias, situaciones, lugares, y tiempos donde se ejecutan las acciones, todo ello programado por el marco cultural (Díaz-Guerrero, 1994; Mercado et al., 2006; en Palacios, Bustos y Soler, 2015). Asimismo, las normas o actitudes, diferentes según cada contexto, impactan en la forma de percibir y por lo tanto actuar

de las personas, determinando las emociones, motivaciones e inclinaciones desde una mirada psicológica abordadas en el capítulo anterior.

Desde estos enfoques, siguiendo a diversos autores y autoras (Bamberg y Möser, 2007; Ocea y Salgado, 2013; Gómez y Gaviria, 2007; Tabernero y Hernández, 2011; en Palacios, Bustos y Soler, 2015), se diferencia entre la **conducta prosocial y proambiental**.

- La conducta prosocial es la que refiere a los comportamientos orientados a beneficiar a las demás personas del entorno, incluyendo conductas cooperativas, de ayuda, o acciones de apoyo para mejorar el bienestar de otras personas.
- La conducta proambiental sería la que está guiada por factores normativos, situacionales y sociales, y hay debate en si esta es un tipo específico de conducta prosocial de ayuda al entorno; o si es una acción de “orden mayor” donde habría una motivación por incrementar el bienestar del planeta en términos globales.

Por otro lado, en el marco de la **Teoría de la Acción Planificada** (Corral-Verdugo, 2019), las normas subjetivas son uno de los factores que influyen en la conducta, y se relacionarían con el comportamiento que las personas del entorno podrían esperar sobre la propia persona. En ese sentido, la norma tiene un componente social importante ya desde el entorno, lo que siempre dependerá de la importancia que los sujetos dan a este (Sevillano y Olivos, 2019).

La **Teoría del Foco Normativo** (Cialdini, Reno y Kallgren, 1990), por su parte, diferencia entre las normas descriptivas (comportamientos que realizan las personas), y normas prescriptivas (comportamientos que deberían realizarse). En ese sentido, hay una interacción entre ambos tipos de normas, donde las descriptivas apuntarían al comportamiento de la “mayoría” y por lo tanto serían una fuente de gratificación y reconocimiento social; y las prescriptivas implicarían las reglas de esos comportamientos, las que pueden ser aprobadas y desaprobadas socialmente. En ese marco, y si bien se nutren mutuamente, las normas prescriptivas serían un marco en el que se desarrollan las acciones individuales, y son relevantes como uno de los factores que determinan el desarrollo de comportamientos favorables al medioambiente (Sevillano y Olivos, 2019).

En ese sentido, las normas sociales y el contexto cultural determinan la **cultura ambiental**, entendida como la forma en que los seres humanos se relacionan con el medioambiente. Así, el estudio de las normas y la cultura se vuelve fundamental gracias a su potencial, pues mientras el sistema de valores materiales y espirituales se construya considerando un uso racional y sustentable de recursos naturales, se podrá sostener una sociedad orientada al desarrollo sostenible (Roque, 2003; en Miranda, 2013). Si bien ser parte de una cultura ambiental no garantiza un cambio efectivo en el comportamiento, son múltiples las evidencias que explican la relación positiva entre la cultura ambiental de una persona y la probabilidad de que realice comportamientos favorables al medioambiente (Miranda, 2013).

A pesar de estas tendencias, y como ya se ha mencionado, la influencia de las normas sociales sobre el comportamiento también difiere según las características sociodemográficas de la población.

Las personas de mayor edad podrían estar más influenciadas y motivadas a desarrollar un comportamiento favorable al medioambiente guiadas por las normas sociales, su deseo de mantener una armonía, un mayor compromiso cívico, entre otros (Wiernik, Ones y Dilchert, 2013). Sin embargo, Wiernik et al. (2013) enfatizan en que ciertos grupos jóvenes podrían caracterizarse por una tendencia de desafío a las normas establecidas, en sociedades industriales, y por lo tanto desarrollar comportamientos más sostenibles y amigables con el medioambiente. En ese sentido, es importante tener en cuenta que las diferencias entre grupos mayores y menores dependerán en gran medida del marco normativo imperante en dicha sociedad.

LA IMITACIÓN EN EL ENTORNO SOCIAL LOCAL

Desde luego, y a pesar de las distintas aproximaciones a la relación entre normas sociales y comportamiento, la gran pregunta que subyace en estos estudios es el buscar cómo aprovechar la “naturaleza prosocial” de las personas para alentarlas a reducir sus huellas de carbono y orientarse a estilos de vida más sostenibles.

Como indican Stern, Dietz y Guagnano (1995), pueden existir “fallos” o limitaciones en la bajada de las normas sociales hacia los comportamientos. Desde otras perspectivas, estos fallos son entendidos como una “brecha climática valor-acción”, en tanto las personas pueden expresar preocupación por el medio ambiente y aun así no comprometerse a cambiar sus conductas (Barr, 2006; Flynn et al., 2009; Gifford, 2011; Productivity Commission, 2013; Markowitz y Shariff, 2012; en Babutsidze y Chai, 2018). En esta dinámica el entorno social se vuelve fundamental, pues es el espacio donde pueden existir pautas de imitación a los comportamientos visibles en el entorno, y donde se vuelve posible trasladar las valoraciones al comportamiento (Janssen y Jager, 2002; Welsch y Kuhling, 2009; Schwarz y Ernst, 2009; en Babutsidze y Chai, 2018). En ese sentido, existen estudios que evidencian formas en que las normas sociales o la cultura ambiental puede colaborar en el paso hacia comportamientos proambientales.

Una tendencia importante tiene que ver con las prácticas de mitigación de gases de efectivo invernadero y las pautas de movilidad. Babutsidze y Chai (2018) realizan un análisis de la tendencia de las personas a imitar este tipo de prácticas y comportamientos proambientales que sean visibles en sus entornos locales. Se estudian los procesos de aprendizaje de imitación de comportamientos ecológicos de los pares, es decir, de personas con las que se puede interactuar u observar en el entorno local.

Los hallazgos indican que existe una propensión importante a comenzar a incorporar conductas proambientales como la reducción de carbono similares a las de las

personas del entorno práctico (como vecinos y vecinas), donde hay una relación significativa entre la cantidad de prácticas proambientales realizadas y la cantidad de prácticas visibles en el entorno.

Además, estas pautas de imitación no solo responden a la preocupación y valoración previa por el cuidado al medioambiente, sino que existe un fuerte componente de estatus y comparación con el entorno, tal como evidencian múltiples estudios (Griskevicius et al., 2010; Mazar y Zhong, 2010; Sexton y Sexton, 2014; Brick et al., 2017; en Babutsidze y Chai, 2018). Se precisa además que el tipo de comportamiento adoptado varía según la zona geográfica, lo que podría relacionarse con el efecto que las normativas legales existentes en cada región.

Otro hallazgo interesante del estudio se relaciona con el tipo de prácticas de mitigación de gases de efecto invernadero adoptadas: en muchas ocasiones el proceso de imitación no se traduce en el mismo comportamiento, sino que puede derivar a acciones más adaptadas a las capacidades y estilos de vida propios. Ejemplos de esto son que, si algunas personas del vecindario comenzaban a utilizar coches más pequeños y ecológicos, algunos hogares comenzaban a utilizar el transporte público o a reciclar y separar residuos. Además, se concluye que las prácticas imitables son las visibles, mientras que las que se originan dentro del hogar, como la reducción de la cuenta de electricidad, no tendrían un efecto de masificación e imitación importante (Babutsidze y Chai, 2018).

CAMBIOS HACIA ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES

El proyecto GLAMURS³ (Estilos de Vida Verdes, Modelos Alternativos y Escalamiento de la Sostenibilidad Regional) resalta como fruto de su investigación la influencia de las siguientes cuestiones en los cambios de vida hacia estilos más sostenibles:

1-Cambios en los modelos de uso del tiempo y cambios en el consumo: disponer de tiempo “abundante” para poder optar por opciones sostenibles; comprar y consumir sólo lo necesario llevar un ritmo de vida más lento, incluso si esto implica disponer de menos ganancias, y poder emplear este tiempo para disfrutarlo en familia o actividades comunitarias, estar en contacto con la naturaleza o lograr la satisfacción, la comodidad y el confort no a través de un mayor consumo sino de la disponibilidad de más tiempo.

2-Mayor compromiso y participación en actividades comunitarias: la investigación desarrollada por el equipo de GLAMURS concluye que los cambios hacia EVS están principalmente relacionados con aspiraciones (objetivos que motivan el comportamiento) intrínsecas y autotranscendencia, es decir, aquellas orientadas a la comunidad, filiación, autoaceptación o espiritualidad. En este sentido el mayor compromiso regular en actividades sostenibles de la comunidad local

³ Ver nota al pie 1

(voluntariados, actividades colectivas...) comprende una fuente de bienestar relacional y está vinculada a la elección de prácticas y modos de vida sostenibles.

3- La influencia de la calidad del vecindario: el barrio se configura como el nivel óptimo para las intervenciones políticas hacia estilos de vida sostenibles: el deseo de pasar más tiempo en la comunidad local puede conducir a un mayor compromiso social, a favorecer la cohesión social y a estrechar lazos y esto ayuda a su vez a reducir comportamientos dañinos con la sostenibilidad o al contrario a estimular los favorables, habiendo una relación directa entre las cantidad de prácticas proambientales realizadas por el individuo y las visibles en su entorno directo, el vecindario

4. La alimentación como eje de transformación: las actividades vinculadas a la comida y a los alimentos, incluida su producción, están ligadas a la naturaleza y a compartir tiempo y espacio con otras personas, promueven los vínculos interpersonales y pueden ser un punto de partida de especial interés para promover la transición hacia sistemas más sostenibles.

5. La conexión social y participación en iniciativas, motor de cambio: la adhesión y participación en iniciativas sostenibles aumentan el bienestar de sus participantes a través de factores sociales (conocer y relacionarse con personas afines) o sentimientos de crecimiento personal. Aunque también puedan ser fuente de frustración por el limitado impacto de las mismas el balance es positivo e inciden de forma favorable en la transición hacia EVS.

Percepción social sobre el Medio Ambiente

Para conocer mejor cómo propiciar ese cambio en los estilos de vida, se considera imprescindible contar con instrumentos eficientes de investigación social de la sostenibilidad que ayuden a avanzar de forma integrada, contemplando todas esas dimensiones. Algunas técnicas de recogida de información hasta ahora han sido las encuestas de percepción de los problemas ambientales o Ecobarómetros.

En las últimas décadas se han producido cambios en las percepciones de las personas sobre la sostenibilidad y el medioambiente. Los datos de “The Global Commons Alliance” (2021), que reflejan la opinión de los habitantes de 16 a 75 años de países del G20, muestran que hay una preocupación creciente por la naturaleza con un 58% de acuerdo, y un 61% que refleja preocuparse por el futuro del planeta.

En esa línea, el 83% indica que es necesario hacer esfuerzos por proteger el planeta, sin embargo, hay un desconocimiento de los mecanismos para realizar estos cambios a partir de los estilos de vida individuales.

A nivel UE, según el Eurobarómetro especial sobre Cambio Climático (Comisión Europea, 2019) se observan algunas tendencias que demuestran que el 64% de las personas de 40 a 54 años de edad ha realizado acciones de lucha contra el cambio climático, y el 69% de quienes tienen más educación.

También es interesante el estudio de Chen, et al. (2016), donde se demuestra que las actitudes ambientales pueden predecir el “consumismo verde”, más no necesariamente el consumo de electricidad o el tipo de uso de combustible para vehículos. Se precisa, por lo mismo, en la necesidad de comenzar a fomentar la conciencia sobre el consumo de energía responsable (más que el consumismo verde), puesto que se trata de prácticas con un mayor poder de mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero. En ese marco, las políticas deberían apuntar a cambiar las limitaciones estructurales que influyen en las decisiones sobre el transporte y la energía de los hogares.

Otro efecto importante puede estar relacionado con la creciente participación ciudadana en movimientos ecologistas. La cultura occidental se ha visto caracterizada por tensiones y conflictos relacionados con la ecología y el medioambiente, donde se vislumbran choques de intereses entre grupos que utilizan bienes y servicios en entornos naturales, o causan problemas ambientales; y aquellos grupos que se ven afectados por los anteriores (CIP-Ecosocial, 2019). Estos podrían tener un efecto importante en el cambio de comportamientos de la sociedad, ya sea por la visibilización de los problemas ambientales y sus efectos, como por la difusión de la responsabilidad humana en dicha situación.

PUNTOS CLAVE:

- ▶ La **conducta proambiental** está determinada por una combinación de factores normativos, situacionales y sociales. La norma social y su efecto sobre el comportamiento funciona desde la culpa, o el compromiso medioambiental, así como por la presión de grupo, el estatus y la imitación.
- ▶ Las normas sociales y el contexto cultural determinan la **cultura ambiental**, entendida como la forma en que los seres humanos se relacionan con el medioambiente. Esto es fundamental pues construye el “sistema de valores materiales y espirituales” que va a incidir sobre el comportamiento y la conducta individual.
- ▶ **Brecha climática valor-acción**: A pesar de que exista una relación positiva entre una profunda cultura ambiental y los comportamientos proambientales, esta relación no siempre está dada, y depende de manera importante del comportamiento del entorno social local (normalmente el vecindario).
- ▶ Hay evidencia que indica que la imitación funciona con comportamientos favorables al medioambiente que sean visibles al entorno (como llevar residuos a reciclar en la vía pública), más no necesariamente aquellos no visibles (como el ahorro energético).
- ▶ Los principales factores que pueden influir en la transición hacia estilos de vida más sostenibles son los cambios en los modelos de uso del tiempo y el consumo, un mayor compromiso y participación en actividades comunitarias, los hábitos del vecindario, la conexión social y la participación.

7. FACTORES CONTEXTUALES

Ya analizados los factores sociodemográficos y psicológicos que influyen en el comportamiento proambiental, así como la influencia de las normas sociales en las conductas, se revisa en este capítulo el [EFECTO DE LOS FACTORES CONTEXTUALES](#), entre los que se encuentra:

- El marco normativo e institucional (estrategias vigentes, reglamentos, normas, restricciones, organizaciones...)
- El contexto socioeconómico y en concreto el modelo de consumo imperante y “la disponibilidad de tiempo” en nuestra sociedad. En este sentido, es también importante considerar el efecto de la crisis de la COVID-19 en la que estamos inmersos.

Otros factores contextuales relevantes son la acción de los medios de comunicación y el marketing, el avance de las nuevas tecnologías o la incidencia de la crisis climática, elementos que serán abordados de forma específica en el análisis por sectores.

MARCO REGULATORIO Y ESTRATÉGICO LOS CAMBIOS DE LOS ESTILOS DE VIDA

Hay distintas iniciativas normativas y estrategias a distintas escalas que buscan fomentar el desarrollo de estilos de vida sostenibles para combatir el cambio climático.

Entre las estrategias enmarcadas en el ámbito internacional se encuentran: el

- Pacto Verde Europeo (de la Comisión Europea, 2019); que tiene como propósito que Europa sea el primer continente con neutralidad climática hacia 2050, basándose principalmente en la descarbonización del sector de la energía, la construcción de viviendas energéticamente eficientes, el apoyo a la innovación industrial dentro de la economía verde, y la movilidad limpia y saludable.
- Estrategia “de la Granja a la Mesa: nuestros alimentos, nuestra salud, nuestro planeta, nuestro futuro” (Comisión Europea, 2020); que busca impulsar un cambio de los estilos de vida en lo concerniente a alimentación más saludable y sostenible.
- Estrategia Europea sobre la Biodiversidad para 2030 (Comisión Europea, 2019); que funciona como un marco con objetivos y compromisos europeos para lograr ecosistemas sanos y resilientes.
- Octavo Programa de Acción en materia de Medioambiente de Europa (2021), que proporciona una visión estratégica a largo plazo y orientaciones para lograr una economía climáticamente neutra, eficiente en el uso de recursos y sostenible, hacia 2050.

Por otro lado, también existen iniciativas de ámbito nacional orientadas al mismo propósito:

- Estrategia Nacional contra la Pobreza Energética (2019-2024), que entre las distintas líneas de actuación busca actuar sobre los hábitos de consumo, ahorro energético y mejora de la eficiencia energética, así como la mejora de la información y formación de los consumidores.
- Estrategia española de Economía Circular (2020), que dentro de las estrategias para avanzar hacia una economía circular contempla cambios estructurales en los modelos de producción y de consumo
- Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático 2021-2030, que hace referencia a los cambios de conducta y estilos de vida resilientes y adaptados al clima como reto social, y como complementarios con los necesarios para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Se enfatiza en estrategias basadas en la educación y la comunicación.
- Estrategia de Transición Justa (2020), que marca las metas en materia de consumo de energías renovables sobre el consumo energético final
- Ley 7/2021 de 20 de mayo, cambio climático y transición energética (2021), que busca promover hábitos de vida saludable, específicamente con la movilidad sin emisiones y en el transporte público.
- Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030, que pone como base el conocimiento y la información para que la ciudadanía se implique en el ámbito de energético, enfatizando en la necesidad de cambiar los hábitos de consumo

Asimismo, existen diversas publicaciones y noticias que buscan alertar y difundir sobre la crisis climática. Así ha sido el informe de IPCC-Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático 2021, que buscó llamar la atención posicionando la “alerta roja” en cuanto al desastre climático actual que está viviendo nuestro planeta. Dentro de España también es posible encontrar iniciativas en esa línea, entre ellas la Declaración de Emergencia Climática en España (del Consejo de Ministros 2020), que alerta sobre los efectos del cambio climático en el país y enfatiza en la prioridad que otorga ese gobierno a la agenda de transición ecológica para hacer frente a la emergencia climática y medioambiental.

En ese marco, se espera que dichas estrategias, normativas y alertas comunicativas y de difusión sean estratégicas para concienciar a la población sobre la importancia de los cambios de comportamiento y avanzar hacia estilos de vida sostenibles. Common Cause (2019) constata la importancia del “Cambio de Narrativas” en tanto sea necesario realizar un profundo trabajo de modificación de los valores y las percepciones sobre el medio ambiente y la sostenibilidad, de manera que sea posible una transformación de los estilos de vida a largo plazo.

El contexto global y económico es fundamental para entender los estilos de vida de la población y cómo pueden adaptarse y avanzar hacia la sostenibilidad. Estos determinan y marcan el pensamiento de la población y las sociedades, sus sentimientos de pertenencia, sus preocupaciones, y sus sistemas de valores; y han marcado en las últimas décadas el desarrollo del pensamiento ecológico.

Como menciona Inglehart (1977, 1990), hacia finales del siglo XX se produjo un aumento sostenido de la conciencia ecológica, especialmente gracias al contexto sociohistórico de una época posguerra y de mayor cobertura a necesidades básicas; cuestiones que permiten a las poblaciones comenzar a preocuparse de “valores post-materialistas” como sería la protección del medioambiente (Báez y Gómez, 2016). Se trataría de un traspaso hacia valores de autoexpresión, y a la mayor información.

La sociedad actual está caracterizada por el exceso de información, a la vez que mayor educación y tiempo. En esa línea, puede existir una mayor conciencia sobre los riesgos de la tecnología para la naturaleza y el ser humano; pero de manera opuesta a los riesgos del pasado, la amenaza al medioambiente se caracteriza por ser intangible, a largo plazo, y sin culpables claros y palpables (Inglehart y Welzel, 2006). Asimismo, se trata de un riesgo global, que no atañe solo a una localidad en específico, por lo que en muchas ocasiones pueden ser ignorados o ser considerado hipotéticos (Beck, 2002; en Báez y Gómez, 2016). En ese sentido, la sociedad actual está caracterizada por una mayor proyección de las personas hacia el futuro, lo que permite que estos riesgos a largo plazo e intangibles, permanezcan en las preocupaciones sociales.

Sin embargo, y la línea de la tesis postmaterialista de Inglehart, es necesario tener en cuenta que una crisis económica y social como la de 2008 y la del COVID-19, puede tener consecuencias importantes sobre la preocupación por valores como el cuidado del medioambiente. Como indican Báez y Gómez (2016), tras la crisis española de 2008 disminuyó la preocupación por el medioambiente, especialmente desde lo valorativo y al priorizar con otras preocupaciones más inmediatas y materiales, como el paro y la economía.

LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19

La pandemia por COVID-19 ha generado una rica emisión de análisis y publicaciones acerca de los efectos de la misma sobre la población mundial desde muy diversas ópticas.

El artículo de The Lancet Countdown (2021), que analiza los efectos de la crisis climática sobre la salud poblacional, identifica la desigualdad detrás de la pandemia, entre países y dentro de los mismos. En ese marco, dicha publicación insiste en la necesidad de avanzar hacia una mayor cooperación internacional frente a las crisis globales, invirtiendo en un futuro de sostenibilidad económica y ambiental, mejora de la salud y reducción de las inequidades.

Desde otro punto de vista, también se ha insistido en el “efecto positivo”, aunque corto, de la “Anthropause” (pausa de la huella humana) que permitió la pandemia, debido a las restricciones de la actividad social y económica en las ciudades, y que se observó de inmediato en las notables disminuciones de la polución del aire, del agua, y la reducción de la presión de la actividad humana sobre los ecosistemas naturales y la vida silvestre (Young et al., 2021). Desde esta línea, se considera que el impacto positivo sobre el medioambiente ha sido fugaz, pero que la “parada” podría tener un efecto simbólico de mayor duración en la sociedad, donde se han generado múltiples metáforas en el discurso medioambiental que podrían perdurar en el tiempo. De todas formas, Young et al. (2021) insisten en que este posible cambio social debe ir acompañado de políticas ambientales alineadas.

TIEMPO DISPONIBLE – MODELOS DE CONSUMO

La mayor/ menor disponibilidad de tiempo en la vida cotidiana y de forma particular la autonomía y control personal en su organización es una cuestión clave en la transición hacia Estilos de Vida Sostenibles, tal y como muestran los resultados del proyecto de investigación GLAMUR⁴ (Estilos de Vida Verdes, Modelos Alternativos y Escalamiento de la Sostenibilidad Regional), en el que las elecciones referidas al uso del tiempo ocupan un lugar central en la investigación.

Las formas en la que se organiza el tiempo en la vida cotidiana (hogar, trabajo, ocio...) puede favorecer, o al contrario obstaculizar la adopción de Estilos de Vida Sostenibles. En este sentido nos encontramos con dos posibilidades, la experiencia de “aceleración de la experiencia”, que conduce a determinados ajustes específicos de la conducta como puede ser: comer fuera de casa por falta de tiempo para cocinar, coger el coche para dejar a los niños, etc. O en el lado opuesto “la abundancia del tiempo”, experiencia subjetiva de tener suficiente tiempo para hacer las cosas que son importantes a nivel personal. La sensación de disponer del tiempo adecuado y la percepción de tener el control sobre su organización y el tiempo libre aumenta la probabilidad de que los individuos busquen la opción más sostenible a la hora de tomar decisiones. (GLAMURS, 2017)

De este modo, la organización y el sistema dominante en la sociedad actual presenta importantes barreras contextuales para la adopción de comportamientos individuales vinculados a la sostenibilidad, empezando por la escasez de tiempo y el complejo equilibrio entre el tiempo de trabajo y el ocio o los valores culturales y las políticas destinadas a favorecer el consumo material intensivo, la super producción, el difícil acceso a determinadas opciones más sostenibles o la falta de efectividad de las mismas (por ejemplo, falta de puntualidad o déficit de servicios públicos de transportes) son otras de las principales barreras en su adopción.

Los análisis en base a distintos tipos de modelos implementados en el marco del proyecto GLAMURS concluyen que las persona pueden incrementar su bienestar

⁴ Ver nota al pie 1.

subjetivo al disponer de más tiempo para poder dedicar a actividades comunitarias o a sus amigos, en detrimento del consumo material. Se produce no obstante un dilema entre la elección individual (que se dirige al bienestar- prosperidad) y el contexto macroeconómico en el que ésta se desenvuelve: una sociedad hedonista, conectada con un sistema económico que promueve el consumo intensivo. Es decir, la adopción de estilos de vida centrados en la disponibilidad de tiempo y el consumo limitado se tornan complejos en una estructura que va en dirección opuesta. En este sentido, el cambio en las elecciones individuales difícilmente puede prosperar si no se producen asimismo cambios colectivos, en definitiva, en el modo en que se organiza la economía. A nivel macroeconómico estos cambios implican necesariamente la reducción del consumo total de la economía y un traslado de los esfuerzos en producción y posterior consumo a la inversión. Inversión en tecnología ecológica para adaptarnos amortiguar los efectos del cambio climático en el futuro. (GLAMURS, 2017).

DECRECIMIENTO Y CULTURA DE LA SUFICIENCIA

Los espacios y recursos naturales se encuentran sometidos a una triple presión: el progresivo aumento de la población, el consumo intensivo y el tipo de tecnologías empleadas que comprometen su sostenibilidad. Transitar hacia modelos de vida más sostenibles implica necesariamente alcanzar un nuevo equilibrio en relación a estos tres elementos: control demográfico, uso de tecnologías menos contaminantes y más eficientes en la utilización de recursos y regulación del consumo, dirigiéndonos hacia una norma cultural que regule la satisfacción de necesidades y que abandone la lógica de la “expansión ilimitada” a favor de la “suficiencia” (García, 2004). En esta línea la “Cultura de la suficiencia” término acuñado por el sociólogo Ernest García es el sistema de valores, normas y estilos de vida capaz de regular el equilibrio entre las tres cuestiones mencionadas. En este marco cultural se produce una renuncia al a posesión y consumo de bienes y servicios a cambio de obtener una mayor satisfacción en términos de intercambios no mercantiles con otros seres humanos o de los servicios que ofrece el medio ambiente

El crecimiento económico inducido por el capitalismo intensifica el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos a un ritmo superior al que el medio es capaz de asimilar. A esto se une el progresivo aumento de la población y el aumento de las personas con aspiraciones de estilos de vida con un elevado impacto ecológico. Esta progresión se plantea en un medio biofísico con límites definidos. El acercamiento a esos límites supondrá necesariamente un nuevo equilibrio entre recursos y población, es decir, conducirá inevitablemente a abandonar la lógica del crecimiento ilimitado y conllevará un inevitable decrecimiento que puede producirse de una forma ordenada y planificada, acordando la distribución de los costes, o al contrario de forma caótica y desordenada y mediado por conflictos redistributivos por los recursos existentes (Sempere, 2008).

Una apuesta por el primero de estos escenarios de decrecimiento planificado implica necesariamente, en línea con la adopción de estilos de vida más sostenibles, la

aceptación de reducciones de consumo, mayores cuanto mayor sea el exceso o despilfarro de los niveles de partida. Lo que más allá de la cuestión individual trae consigo cambios estructurales y macroeconómicos que modifiquen el actual sistema de producción expansivo, basado en la ampliación constante de la producción en venta – y por tanto del estímulo a los potenciales compradores para que consuman los productos en el mercado– con el objetivo de ampliar la acumulación de capital. Consumo y producción intensiva se presentan por tanto como dos caras de la misma problemática (Sempere, 2008).

En respuesta a esta situación se hace preciso encaminarse a la “suficiencia”: abstenerse de los consumos excesivos y los despilfarros, lo que requiere no sólo de la autocontención individual, sino también medidas coercitivas impuestas desde las instituciones que imponga el interés general al particular: a media que aumenta la masa crítica de personas con conciencia de sostenibilidad este tipo de medidas (por ejemplo restricciones a la circulación de automóviles) son apreciadas como una “auto imposición de la sociedad”

PUNTOS CLAVE

- ▶ Diversos factores contextuales como el marco normativo e institucional, el contexto socioeconómico, la acción de los medios de comunicación y el marketing, el avance de las nuevas tecnologías o la incidencia de la crisis climática inciden en los Estilos de Vida.
- ▶ En el marco normativo e institucional actual, a nivel nacional y europeo, se destacan distintas iniciativas normativas y estrategias que buscan fomentar el desarrollo de estilos de vida sostenibles para combatir el cambio climático
- ▶ El contexto global y económico es fundamental para entender los estilos de vida de la población y cómo pueden adaptarse y avanzar hacia la sostenibilidad, ya que determina y marca el pensamiento de la población y las sociedades, sus sentimientos de pertenencia, sus preocupaciones, y sus sistemas de valores;
- ▶ Se ha producido un aumento sostenido de la conciencia ecológica, tras la mayor cobertura de las necesidades básicas y la mayor preocupación por los “valores post-materialistas”
- ▶ El posible impacto positivo de la crisis del COVID 19 sobre el medioambiente ha sido fugaz, pero la “parada” podría tener un efecto simbólico de mayor duración en la sociedad.
- ▶ La mayor/ menor disponibilidad de tiempo en la vida cotidiana y de forma particular la autonomía y control personal en su organización es una cuestión clave en la transición hacia Estilos de Vida Sostenibles
- ▶ La organización del tiempo en la sociedad actual es una barrera contextual importante para la adopción de comportamientos individuales vinculados a la sostenibilidad
- ▶ Transitar hacia modelos de vida más sostenibles implica necesariamente alcanzar un nuevo equilibrio en relación al control demográfico, al uso de tecnologías menos contaminantes y más eficientes en la utilización de recursos y regulación del consumo, dirigiéndonos hacia una norma cultural que regule la satisfacción de necesidades y que abandone la lógica de la “expansión ilimitada” a favor de la “suficiencia
- ▶ El cambio en las elecciones individuales difícilmente puede prosperar si no se producen asimismo cambios colectivos, en definitiva, en el modo en que se organiza la economía y que modifiquen el actual sistema de producción expansivo.

8. ANÁLISIS POR SECTORES

A continuación, nos detenemos a analizar de forma particular los siguientes cuatro sectores:



Sistemas Alimentarios



Salud



Textil- Moda



Turismo

8.1. Sistemas alimentarios

El fomento de sistemas alimentarios sostenibles es, por sus múltiples interacciones con el medio natural y cultural en el que se desarrolla, un punto de acción especialmente interesante para promover el cambio social y en concreto la transición hacia estilos de vida sostenibles. Por un lado, el sistema alimentario queda directamente vinculado al medio natural a través de la actividad productiva primaria. Por otro, las actividades vinculadas a la comida constituyen un espacio en el que se manifiesta la cultura, las relaciones interpersonales y en comunidad.

EL ENFOQUE DE SISTEMAS ALIMENTARIOS

Los Sistemas Alimentarios están compuestos por todas las personas, instituciones, infraestructuras y actividades relacionadas con la producción, transformación, distribución, comercialización, preparación y consumo de alimentos y con el entorno económico, social y natural más amplio en el que están integrados. Estos sistemas implican también las preferencias alimentarias y están intrínsecamente relacionados con la salud, el medio ambiente, la cultura, la política y la economía.

El enfoque de Sistemas alimentarios trata de considerar todos los elementos del sistema sus relaciones, interconexiones y efectos cruzados, con el fin de promover actuaciones que generen cambios sistémicos transformadores.

La evolución de los Sistemas Alimentarios en un contexto como el actual, marcado por el rápido crecimiento de la población, la urbanización, la globalización, el aumento de la riqueza y el cambio de las pautas de consumo, así como el cambio climático y el agotamiento de los recursos naturales, trae consigo importantes desafíos. En primer lugar, garantizar la seguridad alimentaria y la nutrición, limitando también el consumo de alimentos altamente procesados, con alto contenido calórico y bajo poder nutricional que traen consigo problemas de salud humana y animal. Cuestiones como los altos niveles de desperdicios alimentarios, las dificultades específicas de los pequeños productores para acceder al mercado y mantener su viabilidad o el incremento de la intensidad energética y la huella ecológica vinculada a la prolongación de las cadenas de suministro y progresiva industrialización (FAO, 2018).

La transición hacia “Sistemas Alimentarios Sostenibles” está en el centro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas adoptados en 2015, para cuyo cumplimiento se hace necesario avanzar hacia sistemas alimentarios más productivos, inclusivos y ecológicos.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR SISTEMAS ALIMENTARIOS SOSTENIBLES?

Siguiendo la definición empleada por la [FAO](#) un Sistema Alimentario Sostenible es el que garantiza la seguridad alimentaria y nutricional de forma que no se vean comprometidas las bases económicas, sociales y medioambientales para generar esa misma seguridad alimentaria y nutricional para las generaciones futuras. Es decir, para

transitar hacia Sistemas Alimentarios Sostenibles es preciso garantizar la sostenibilidad desde una triple perspectiva:

- ✓ **Sostenibilidad económica:** el sistema es rentable para los actores de la cadena de valor. Las actividades del sistema generan beneficios, o valor económico añadido, para todas las categorías de partes interesadas: salarios para los trabajadores, impuestos para los gobiernos, beneficios para las empresas y mejoras en el suministro de alimentos para los consumidores.
- ✓ **Sostenibilidad social:** el sistema beneficia al conjunto de la sociedad, es decir, hay equidad en la distribución del valor económico añadido, teniendo en cuenta los grupos vulnerables clasificados por género, edad, raza, etc. El sistema contribuye a mejorar los resultados socioculturales, como como la nutrición y la salud, las tradiciones, las condiciones laborales y el bienestar de los animales
- ✓ **Sostenibilidad ambiental:** el sistema tiene un impacto neutro o positivo en el medio natural, teniendo en cuenta la biodiversidad, el agua, el suelo, la salud de los animales y las plantas, la huella de carbono y la salud animal y vegetal, la huella de carbono, la huella hídrica, la pérdida y el desperdicio de alimentos y la toxicidad.

RETOS DE SOSTENIBILIDAD DE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS ACTUALES

El informe [CFP_FullReportES.pdf \(ipes-food.org\)](#) *Hacia una política alimentaria común para la unión europea. La reforma y el reajuste político necesarios para construir sistemas alimentarios sostenibles en Europa*, elaborado por el IPES Food, International Panel of experts on Sustainable Food Systems presenta de forma resumida los retos a los que se enfrentan los sistemas alimentarios europeos para transitar hacia la sostenibilidad.

En el plano ambiental se destacan cuestiones como la pérdida de suelo (970 millones de toneladas de suelo cada año) con más de un 11% del territorio de la UE afectada por niveles de erosión medios o altas. La pérdida de la biodiversidad, que pone en peligro toda una serie de servicios medioambientales y que se estima tiene un coste anual del 3% del PIB mundial, y el peso que las emisiones procedentes del sector agrario y alimentario tiene en el total (según el informe, un 30% del total de GEI a nivel mundial). Por otro lado, la pérdida o desperdicio^[1] alcanza aproximadamente un 20% de los alimentos producidos en la UE y la progresiva externalización de la huella ambiental de los sistemas alimentarios de la UE (el 31% de la superficie para satisfacer la demanda alimentaria de la UE se encuentra fuera del continente)^[2]. Otra de las cuestiones que destaca el informe es el impacto sobre la salud, a través de elementos como la resistencia a antibióticos, la contaminación de reservas de aguas, las emisiones generadas o de los cambios que se están produciendo en la dieta, que

^[1] Según la FAO, Iniciativa SAVE food, se pierden o desperdician 1,3 billones de toneladas de alimentos al año, lo que equivale a 1/3 del total producido, alcanzando prácticamente la mitad de las frutas y hortalizas producidas.

conducen a que más del 50 % de la población europea tiene sobrepeso y más del 20 % es obesa.

En relación al impacto socioeconómico de los sistemas alimentarios vigentes se destacan los desequilibrios de poder y las malas condiciones de trabajo observadas en todos los eslabones de las cadenas de suministro, condiciones que, en un contexto de mantenimiento a la baja de los precios e incremento de los costes de los insumos se ven progresivamente dañadas. En conjunto se pone de manifiesto los problemas de viabilidad, especialmente de los pequeños productores y la progresiva concentración en la tierra (alrededor del 3 % de las explotaciones representan hoy el 52 % de las tierras agrarias de la UE30, y el 20 % de las explotaciones reciben el 80 % de los pagos en el marco de la PAC).

Por último, cobra relevancia el progresivo avance de los estilos de vida urbanos, que transforma los hábitos de consumo y cocinado, propicia la desconexión con los procesos de producción de alimentos y con conceptos como son las frutas y verduras de temporada.

Como resumen esquemático de los retos ambientales vinculados al consumo y compra de alimentos, el proyecto Valumics: Food Systems Dynamics señala que las pautas de consumo y de compra de alimentos representan al menos el 25% de la ya huella de carbono media de un europeo.



Desde el punto de vista de las emisiones de carbono las actuales pautas alimentarias en Europa se basan, debido al consumo diario de productos de origen animal, en comportamientos muy intensivos en carbono. Tal y como apunta la iniciativa de la ONU “ACTÚA AHORA” en relación al ámbito de la comida, una dieta rica en alimentos de origen vegetal como verduras, frutas, cereales, legumbres, frutos secos y semillas, y baja en alimentos de origen animal, tiene un impacto medioambiental menor (emisiones de gases de efecto invernadero y energía, tierra y uso del agua).

En España, la gestión de los recursos naturales por parte de la actividad agraria se enfrenta a problemáticas aún pendientes de resolver como: el elevado consumo de agua, la contaminación por nitratos, la erosión y degradación del suelo, la pérdida de la biodiversidad, la salinización de los acuíferos y las elevadas emisiones de amoníaco por proteína producida. Por otro lado, y a pesar de las campañas realizadas se aprecia un aumento del desperdicio alimentario en los hogares españoles.

FACTORES INFLUYENTES PARA TRANSITAR HACIA SISTEMAS ALIMENTARIOS SOSTENIBLES

El *Food Systems Dashboard*, panel de control o [Tablero de Sistemas Alimentarios](#) desarrollado por Johns Hopkins University y The Global Alliance for Improved Nutrition, en colaboración con diversas organizaciones es una herramienta con especial interés para visualizar y comprender la complejidad de los sistemas alimentarios y los múltiples factores que inciden en su mayor/ menor sostenibilidad.

Este Tablero de Sistemas Alimentarios presenta de forma esquemática los componentes del sistema alimentario:

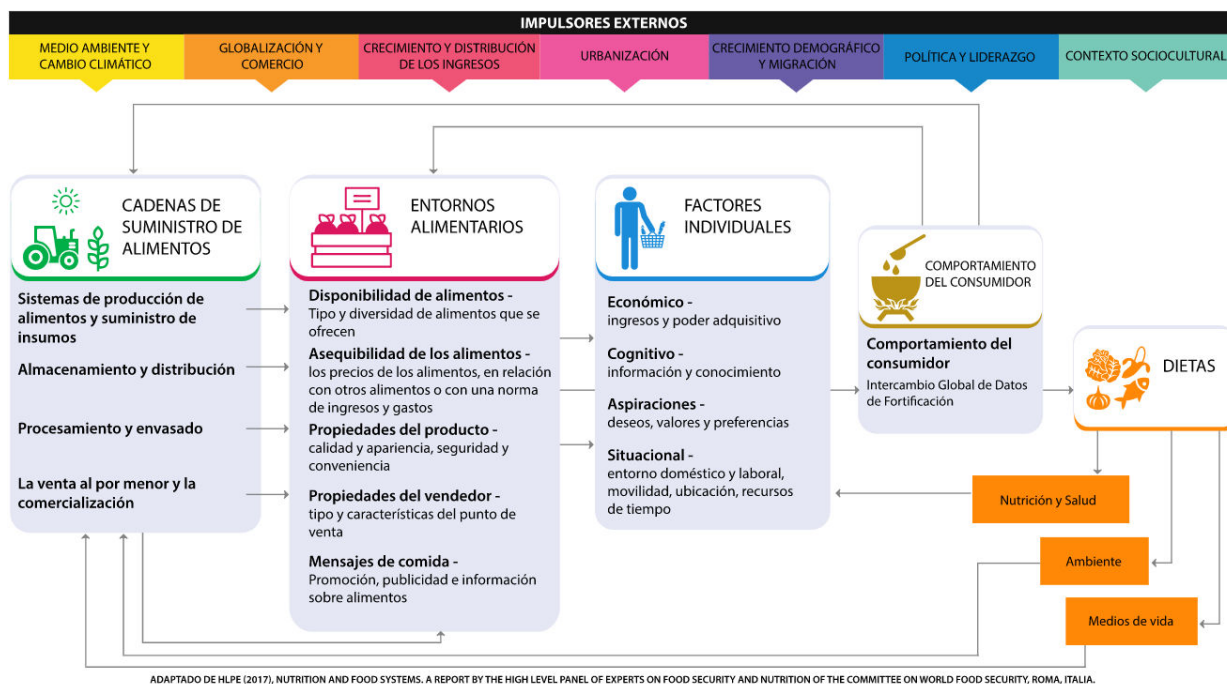
- ▶ La cadena de suministros de alimentos, que incluye todos los pasos necesarios ya interconectados- producción, almacenamiento, distribución, elaboración, envasado y venta- para producir los alimentos y trasladarlos hasta el consumidor. El modo en que se producen estas actividades afectará a la calidad nutricional final de los alimentos y a su asequibilidad.
- ▶ Los entornos alimentarios: en los que los consumidores interactúan con el fin de adquirir y consumir alimentos y que influyen en su elección final. Incluyen tanto los lugares físicos (tiendas, mercados...) como factores sociales, económicos y culturales.

Entre los factores que van a incidir en el consumo final de alimentos se encuentran la disponibilidad de alimentos (tipos y diversidad); la asequibilidad (precios en relación a los ingresos), los tipos y características de los puntos de venta y la publicidad e información relativa a los alimentos.

- ▶ Factores individuales que afectan a la forma en que cada persona interactúa con su entorno alimentario y en lo que finalmente decide comprar y comer.

Entre estos factores destacamos los ingresos y el poder adquisitivo. El aumento de los ingresos también puede dar lugar a una mayor demanda de alimentos de origen animal, lo que puede estresar los sistemas alimentarios al exigir más recursos de tierra y agua, y aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero.

La información y conocimiento (por ejemplo: conocimiento nutricional o conciencia ambiental); las aspiraciones (deseos, valores y preferencias) o elementos vinculados con su entorno laboral o doméstico, que determinan por ejemplo el tiempo disponible para comprar y preparar alimentos.



Fuente: El tablero de sistemas alimentarios. Alianza Global para la Mejora de la Nutrición (GAIN) y la Universidad Johns Hopkins. 2020. Ginebra, Suiza. " <https://www.foodsystemsdashboard.org>. DOI: <https://doi.org/10.36072/db>

A la hora de analizar el comportamiento del consumidor, en materia de alimentación, es importante considerarlo dentro del “Sistema Alimentario” y en interacción con el conjunto de agentes, esto permite entender, por un lado, que el consumidor desempeña un papel en el impulso de la sostenibilidad en las cadenas de valor alimentarias, pero también que el comportamiento del consumidor queda determinado por las normas sociales, el entorno físico, las oportunidades y las capacidades, factores en los que los responsables políticos, los productores de alimentos, los minoristas, las asociaciones de agricultores y otros pueden desempeñar un papel importante

El comportamiento del consumidor queda por tanto determinado por los citados factores individuales, así como por los entornos alimentarios que influyen en los tipos de alimentos que las personas deciden comer, así como en la forma en la que los preparan, almacenan y comparten.

Los factores culturales son asimismo determinantes. Las tradiciones y costumbres ejercen una importante influencia sobre los alimentos que son deseables, cuándo y cómo; siendo los alimentos una parte central de fiestas y celebraciones.

Entre los distintos elementos del sistema alimentario se produce una doble interrelación: el comportamiento del consumidor determina los alimentos que se producen y a la inversa, las cadenas de suministro, el modo en que se producen los alimentos define lo que las personas desean comer y los alimentos a los que puedan acceder.

El Sistema Alimentario está a su vez determinado por un conjunto de factores influyentes externos como son el cambio climático: que está modificando las

producciones y la asequibilidad de los alimentos o la globalización y el comercio internacional que genera una interconexión e interdependencia entre zonas productoras/ consumidoras y determina la disponibilidad y el costo de determinados alimentos.

Otros factores, como el grado de urbanización inciden en la generación de cadenas alimentarias más largas y limitan la disponibilidad de tierras agrarias. Tienen una influencia en el entorno alimentario y el acceso a alimentos frescos y se vinculan con cuestiones como el incremento de alimentos precocinados y a la alimentación fuera del hogar.

Por último, entre los factores determinantes del sistema alimentario se encuentra las políticas vigentes, en relación a la producción agroalimentaria y a la alimentación en su conjunto, la nutrición o el comercio. Así, por ejemplo, las políticas agrarias determinan, como es caso de la Política Agraria Común, el volumen y precio de puesta en mercado de los alimentos y por tanto la asequibilidad de los mismos. Por otro lado, propuestas dirigidas a promover dietas saludables o políticas fiscales dirigidas a gravar los alimentos altamente procesados o no saludables pueden incidir en el precio de venta y por tanto en el consumo.

El panel de control *Food Systems Dashboard* reúne datos existentes de fuentes públicas y privadas para ayudar a los responsables de la toma de decisiones a comprender sus sistemas alimentarios, identificar sus palancas de cambio y decidir cuáles deben extraerse (Fanzo, J et al, 2020). Permite por tanto ofrecer una visión completa de los sistemas alimentarios, comparar componentes entre países y regiones e identificar y priorizar las formas de mejorar las dietas y la nutrición, así como la sostenibilidad de los sistemas alimentarios.

LA RUEDA DE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS DE LA FAO

La complejidad de los sistemas alimentarios requiere un enfoque más holístico y coordinado, entre distintas escalas de la local a la mundial y también distintas disciplinas no sólo en la agricultura, sino también en el comercio, la política, la salud, el medio ambiente, las normas de género, la educación transporte e infraestructuras, etc.

El análisis que realiza la FAO y que se visualiza en la “rueda del sistema alimentario” (ver siguiente figura) permite también entender la interrelación entre factores. Diferencia, por un lado, el comportamiento y conducta de los diferentes actores que se interrelacionan en el sistema. Y por otro, la estructura del sistema, distinguiendo a su vez:

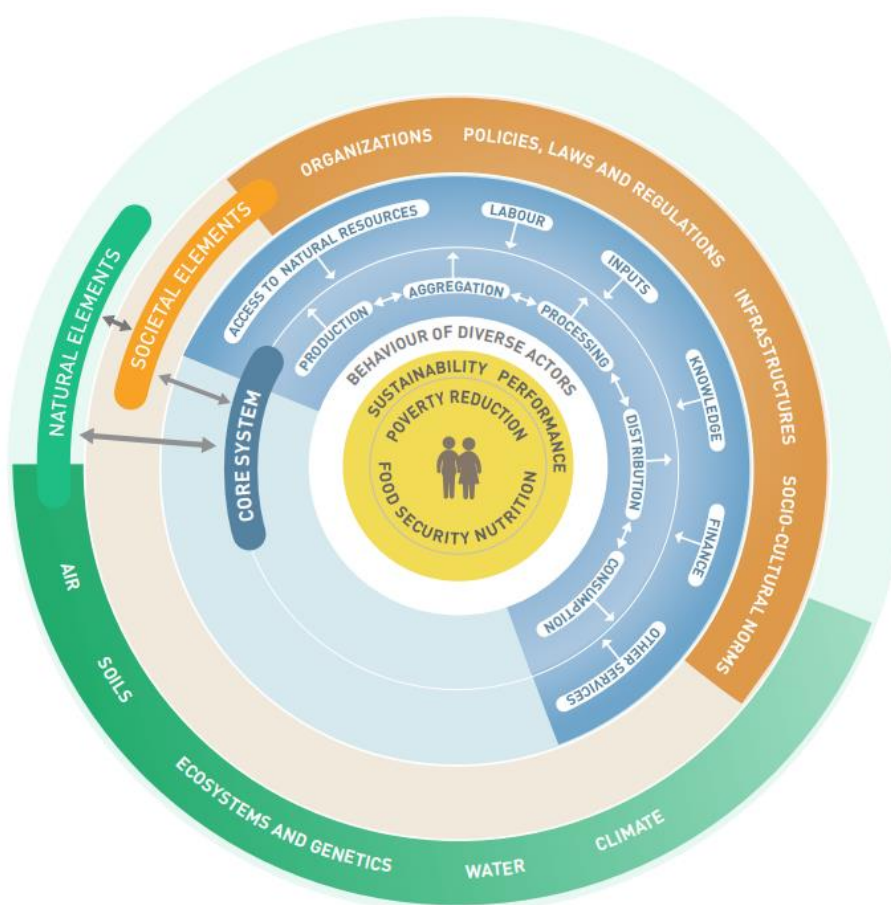
- El contexto social (políticas, leyes y reglamentos relacionados, normas socioculturales, infraestructuras y organizaciones.)
- Y el contexto natural: el agua, los suelos, el aire, el clima y los ecosistemas y la genética

La estructura del Sistema Alimentario es dinámica y está impulsada por diversas tendencias como son: el cambio climático, el cambio político, tecnológico, el proceso de urbanización. La teoría del cambio basada en el paradigma: estructura-conducta-rendimiento (S-C-P) permite explicar que:

- La estructura, genera incentivos para los actores e influye en sus capacidades. Determina en última instancia su conducta.
- Los actores del sistema alimentario también son interdependientes entre sí y pueden influir en los incentivos y capacidades de actuación de los demás.
- El rendimiento global del sistema alimentario, medido en términos de sostenibilidad, es el resultado de la conducta entrelazada de todos los actores del sistema.

Así, las empresas, las explotaciones agrarias y los consumidores, por ejemplo, pueden influir en el rendimiento del sistema alimentario e iniciar el cambio. A su vez, este rendimiento generará una retroalimentación positiva y/o negativa que influirá en la conducta de los actores y la estructura del sistema en un proceso evolutivo (cambio de comportamiento en sistemas alimentarios dinámicos).

Rueda del sistema alimentario: elaborada por la FAO



Fuente: FAO [Sustainable food systems: Concept and framework \(fao.org\)](https://www.fao.org/sustainable-food-systems-concept-and-framework/)

El cambio de hábitos alimentarios tras el COVID

Diversos trabajos concluyen que durante el periodo de confinamiento de la población por la pandemia del COVID-19 se han producido cambios en la tendencia a la alimentación, así como en otros estilos de vida.

En el estudio [Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España](#), se concluye que el periodo de confinamiento en España ha inducido cambios en la alimentación con tendencia hacia un mayor consumo de frutas, verduras, legumbres y pescados y un menor consumo de productos bollería, dulces, aperitivos salados, bebidas azucaradas y bebidas con alto contenido alcohólico. También se ha puesto en evidencia la práctica de cocinar en casa en mayor medida.

Los nuevos hábitos adquiridos en los hogares, tanto positivos como negativos, y sus posibles consecuencias, podrían no solo ser hechos puntuales debido a la situación vivida, sino que, algunos de ellos podrían consolidarse y mantenerse a lo largo del tiempo. En esta nueva etapa de apertura a la normalidad es necesario reforzar los cambios positivos en consonancia con una alimentación más saludable y estimular la compra de productos frescos, de temporada y en la medida de lo posible, locales o de proximidad y preferentemente en comercios y mercados locales y de cercanía, las denominadas tiendas de barrio y mercados municipales.

SISTEMA ALIMENTARIO Y CAMBIO CLIMÁTICO

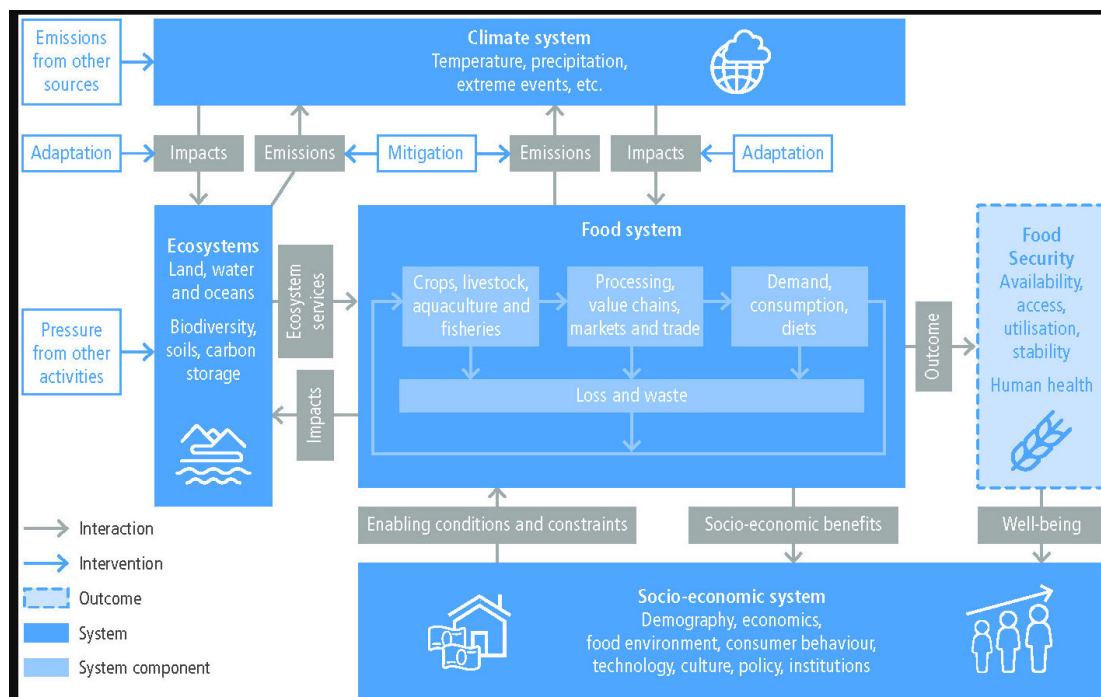
Entre los factores contextuales que determinan el sistema alimentario se encuentra el cambio climático con el que el Sistema Alimentario establece una doble relación.

Por un lado, el cambio climático está afectando junto con otros factores de estrés, como el crecimiento de la población y de los ingresos o la demanda de productos de origen animal a los pilares de la seguridad alimentaria (disponibilidad, acceso, utilización y estabilidad de los alimentos). El informe especial del [IPCC en Cambio climático y tierra: seguridad alimentaria](#) señala que el cambio climático, a través del aumento de las temperaturas, el cambio de patrones de precipitación y la mayor frecuencia de fenómenos extremos que generan mayores riesgos de perturbación del sistema alimentario está afectando a la seguridad alimentaria, disminuyendo en algunas zonas el rendimiento de los cultivos. De forma específica, la vulnerabilidad de los sistemas de pastoreo al cambio climático es muy alta (menor productividad de los pastos y los animales), así como de la producción de frutas y verduras, uno de los componentes clave de las dietas saludables.

Los modelos económicos y de cultivos globales señalan un aumento del coste de los cereales que repercutirá de forma clara en el aumento del coste de los alimentos, con efectos regionales variables, siendo los consumidores de bajos ingresos los que se verán especialmente afectados,

Por otro lado, dicho informe señala que alrededor del 21-37% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero (GEI) son atribuibles al sistema alimentario. Éstas

proceden de la agricultura y el uso de la tierra, el almacenamiento, el transporte, el envasado, la transformación, la venta al por menor y el consumo. Esta estimación incluye las emisiones del 9-14% de las actividades agrícolas y ganaderas dentro de la explotación y del 5-14% del uso de la tierra y del cambio de uso de la tierra, incluyendo la deforestación y la degradación de las turberas y el 5-10% proviene de las actividades de la cadena de suministro.



Fuente: [Chapter 5 : Food Security — Special Report on Climate Change and Land \(ipcc.ch\)](#)

La adaptación del sistema alimentario a los retos que plantea el cambio climático requiere múltiples acciones. Del lado de la demanda, estas se centran especialmente en la adopción de dietas saludables y sostenibles y la reducción de desperdicios. Durante el periodo 2010-2016, la pérdida y el desperdicio de alimentos a nivel mundial equivalen al 8-10% del total de las emisiones antropogénicas de GEI. El potencial total de mitigación técnica de los cambios en la dieta se estima en 0,7-8,0 GtCO₂-eq año⁻¹ para 2050. Se entiende como dietas saludables y sostenibles las que tienen un alto contenido de cereales secundarios, legumbres, frutas y verduras, y frutos secos y semillas; un bajo contenido de alimentos de origen animal y discrecionales de alto consumo energético (como las bebidas azucaradas); y un umbral de carbohidratos.

Del lado de la oferta, la diversificación de las producciones, el control de la erosión y aumento de la materia orgánica del suelo, la mejora de las tierras de cultivo, el ganado, la gestión de los pastos y las mejoras genéticas para la tolerancia al calor y la sequía. A su vez la adaptación de las prácticas puede contribuir a reducir las emisiones de los cultivos y del ganado, secuestrando carbono en los suelos y la biomasa, y disminuyendo la intensidad de las emisiones dentro de los sistemas de producción sostenibles. El potencial total de mitigación técnica de las actividades agrícolas y ganaderas y de la agrosilvicultura se estima en 2,3-9,6 GtCO₂-eq año⁻¹ para 2050.

Para lograr la adaptación y mitigación en todo el sistema alimentario se requiere poner en marcha las condiciones políticas, institucionales, de gobernanza y de mercado precisas (mecanismos de distribución y transferencia de riesgos, mercados de seguros; políticas de salud pública y de nutrición, campañas de concienciación, etc.)

ALGUNAS CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE LA ALIMENTACIÓN

Comprender el comportamiento humano, la toma de decisiones y la adopción de estrategias es un elemento clave para poder definir estrategias de transición hacia estilos de vida más sostenible. Existen al respecto diversas evidencias, recogidas desde distintas disciplinas como son las ciencias sociales, la economía y la psicología, las ciencias cognitivas o las neurociencias. Las nuevas tendencias del pensamiento económico abandonan la idea de la toma de decisiones plenamente racional, motivada por la información, la deliberación y la elección y se esfuerzan en lograr una visión más realista del comportamiento: las personas son sujetos con una racionalidad limitada. (Dörrich, J. et al, REWE, 2021).

El concepto de racionalidad limitada se desarrolló dentro de los estudios de la ciencia cognitiva y la toma de decisiones, para representar la idea de que cuando tomamos decisiones, la racionalidad humana se ve constreñida por una serie de factores: cantidad y calidad de la información, tiempo disponible para tomar una decisión o limitaciones cognitivas de la mente humana, que llevan al uso de heurística crítica y atajos cognitivos. Esta idea aparece incluida, también, en el llamado proceso dual del comportamiento humano, que asume, básicamente, que tanto el comportamiento humano como las elecciones pueden estar guiadas o por un sistema razonado, voluntario, lento y esforzado basado en la cognición (un sistema “frío”), o por un sistema impulsivo, inconsciente, rápido y sin esfuerzo basado en las emociones (sistema “caliente”) (GLAMOURS, 2011).

Así a la hora de elegir los alimentos, los consumidores deben tener en cuenta una gran cantidad de información que va desde el precio, el valor nutricional, el sabor y el origen del producto hasta su sostenibilidad. Debido a la sobrecarga de información y a la incapacidad de procesar toda esta información a la vez, los consumidores optan por procesos de toma de decisiones más sencillos que pueden tener en cuenta sólo unos pocos criterios, como el precio, el sabor y el origen del producto. criterios, como el precio, la apariencia y el sabor

El *informe de Valumics "Comportamiento del consumo de alimentos en Europa"* (CSCP 2021) proporciona información basada en evidencias sobre el comportamiento de consumo de alimentos de los ciudadanos europeos. Si bien estos se ven influidos por múltiples factores es posible definir cuáles son los impulsores que parecen influir más a los consumidores.

En primer lugar, cabe señalar que las consideraciones sobre el precio figuran entre los principales determinantes sobre la decisión de compra. La preocupación por la salud desempeña un papel cada vez más relevante. El contexto social y los hábitos, y de forma específica, los hábitos alimentarios de familia y de la persona encargad de hacer

la compra tienen una influencia considerable en el comportamiento del consumidor de alimentos.

La conciencia ambiental existe, pero no es la más relevante con respecto a otras de las cuestiones citadas, como son el precio, la falta de tiempo o los hábitos de compra. Entre los elementos vinculados a sostenibilidad más relevantes se destacan el consumo de plástico y la procedencia regional de los productos.

Se están produciendo algunas tendencias como son el auge de los productos ecológicos, el vegetarianismo o el veganismo, el consumo local, o los movimientos *slow food*, pero el impacto en el sector agroalimentario en su conjunto es aún limitado; la mayoría de los agentes operan hasta la fecha en un sistema “convencional” de producción y consumo de alimentos; y los incentivos para cambiar de enfoque son todavía limitados.

Ralentizar el estilo de vida: aplicación al ámbito alimentario el movimiento *Slow Food*

El movimiento *Slow Food* fue fundado en los años 1980 por Carlo Petrini y por un grupo de activistas con el objetivo inicial de defender las tradiciones regionales, la buena alimentación, el placer gastronómico, así como un ritmo de vida lento. Tras dos décadas de historia, el movimiento ha evolucionado para dar cabida a una aproximación global sobre la alimentación, que reconozca las fuertes relaciones existentes entre nuestros alimentos, nuestro planeta, las personas, la política y la cultura. Hoy *Slow Food* representa un movimiento global que implica a miles de personas y proyectos en más de 160 países.

La filosofía *Slow Food* aspira a un mundo en el que todos podamos acceder y disfrutar de comida buena para nosotros, para quienes la producen y para el planeta. Es opuesta a la estandarización del gusto y de la cultura y al poder ilimitado de las multinacionales de la industria alimentaria y la agricultura industrial. La noción de calidad de los alimentos se define por tres principios interrelacionados: buenos, limpios y justos.

Así, entre los factores o impulsores que contribuyen a propiciar un comportamiento del consumidor determinado destacamos (CSPC, 2021)

- ▶ Atributos de los alimentos: propiedades y características de los alimentos, incluidos los nutrientes, la fibra, los valores energéticos, las sustancias específicas como el azúcar, su preparación/producción y su aspecto. Los factores de este grupo incluyen la percepción sensorial (sabor, olor, aspecto), el envase, la calidad, los aspectos sanitarios, país de origen, conveniencia y atributos de sostenibilidad.
- ▶ Factores personales: características psicológicas y relacionales del individuo que influyen en la elección de alimentos. Los factores de este grupo incluyen

los valores hábitos, educación, confianza, emociones, identidad, estilos de vida y habilidades/capacidades.

- ▶ Contexto social: Las relaciones en las que las personas están inmersas y que influyen en las elecciones alimentarias. Los factores de este grupo incluyen la estructura familiar, la cultura y las tradiciones, la identidad social y las normas sociales.
- ▶ Medio ambiente y contexto físico: el entorno físico y las formas en que de elegir los alimentos dentro de un entorno concreto dentro de determinados entornos: el lugar de compra, la infraestructura, el espacio la prestación de servicios, la seguridad, la exposición de los productos y la accesibilidad.
- ▶ Factores económicos y de marketing: El proceso global de promoción, venta y estrategias relacionadas. Los factores de este grupo incluyen el precio, el marketing y la publicidad la información, la colocación del producto, la edición de la elección y las promociones.
- ▶ Medidas políticas: El área de la política pública política pública relativa a cómo se producen, procesan, distribuyen y compra. Los impulsores de este grupo incluyen la legislación y los reglamentos, medidas fiscales, impuestos, directrices y acuerdos voluntarios.

Algunas diferencias por género

Las conclusiones del diagnóstico de Red2Red (2020)⁵ para el Instituto de la Mujer de España, sobre género y cambio climático apunta que según la EHMA (INE, 2008) no aparecen diferencias significativas entre mujeres y hombres en cuanto al consumo de proximidad y la importancia otorgada a la proximidad de la producción y el producto local (las mujeres un 52,5% y los hombres 51,6%). Tampoco se apreciaban diferencias en la consideración de que la etiqueta ecológica es un aspecto importante hombres 82% y mujeres 81,3%. Sin embargo, existen evidencias de que se ha producido una evolución de estas consideraciones con el paso de los años.

Por otro lado, y de acuerdo a los resultados de un reciente estudio sobre “Alimentación, sociedad y decisión alimentaria en la España del siglo XXI” realizado por Fundación Mapfre (2015), las mujeres otorgan una importancia mayor que los hombres a la compra de productos sostenibles. De manera concreta, el 86,2% de las mujeres considera totalmente o bastante importante la sostenibilidad de los productos que compra, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje desciende 17,1 puntos porcentuales. Además, hasta un 84,3% de las mujeres estarían dispuestas a pagar más por productos que han sido producidos de manera sostenibles, 4,1 puntos porcentuales por encima de los hombres. En cuanto a la reducción del consumo de carne, un reciente estudio realizado por el Real Instituto Elcano (2019) “Los españoles ante el cambio

⁵ https://www.inmujeres.gob.es/disenov/novedades/Informe_GeneroyCambioClimatico2020.pdf

climático”, señala que un 72% de las mujeres encuestadas disminuyeron el consumo de carne, 12 puntos porcentuales más que los hombres.

PRINCIPALES OBSTÁCULOS PARA UNA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

Los principales obstáculos para llevar a cabo un consumo de alimentos más sostenible son la falta de conocimiento, los precios excesivamente altos y la falta de acceso a determinados productos alimenticios. En relación al conocimiento, el estudio *informe de Valumics "Comportamiento del consumo de alimentos en Europa"* (CSCP 2021) concluye que la información relativa al consumo sostenible es hasta ahora demasiado compleja como para que los consumidores la tengan en cuenta en las compras cotidianas. Con respecto al precio se evidencia que si los productos sostenibles son significativamente más caros pierden atractivo. Se considera asimismo relevante divulgar información acerca de los “costes reales”, es decir, sumar al precio de los productos cuál es su contexto en términos de externalidades negativas emisiones de CO2, etc.). La accesibilidad de los productos y la compatibilidad e integración de la compra en el día a día es otro aspecto relevante.

Se destaca así mismo que la presencia de algunas marcas consolidadas, que cuentan ya con la confianza de los consumidores, y que apuesten por la sostenibilidad puede ser un aspecto clave, ya que ejercen como “embajadoras” y refuerzan la idea de sostenibilidad como “norma social”

El fomento de un estímulo personal para el cambio de comportamiento está entre los factores cruciales que permiten un consumo alimentario más sostenible comportamiento, a su vez las razones culturales dominantes pueden representar puntos de partida para dichos desencadenantes personales.

El estudio realizado examina cuatro países: Reino Unido, Alemania, Francia e Italia y pone de manifiesto las diferencias culturales que determinan el comportamiento del consumidor. Así, mientras que en Inglaterra es decisiva la combinación de hábitos familiares, precio y fidelidad a determinadas marcas; en Francia prima la salud, y en Italia la preocupación está principalmente orientada por el sabor y por los alimentos tradicionales, de temporada y regionales, siendo nostalgia y tradición dos palabras clave. Por último, en Alemania, la disponibilidad y las estructuras locales de venta son muy importantes, primando la compra en comercio local por razones de comodidad.

En la misma línea el estudio [De la intención a la acción Recomendaciones de múltiples partes interesadas para hacer el consumo sostenible de alimentos una realidad](#), traza las *principales barreras existentes* entre los consumidores y el consumo sostenible de alimentos, en base a modelos de comportamiento definidos por tres determinantes principales: capacidad, oportunidad y motivación (Xhelili, A. y Nicolau, M., 2021).

Cuadro 4. Principales barreras existentes entre consumidores y consumo sostenible de alimentos

Capacidad psicológica	✓ <u>Falta de conocimiento</u> sobre sostenibilidad y equidad en el consumo de alimentos entre los consumidores europeos. ✓ Creencia de que la responsabilidad de promover la sostenibilidad en el sector alimentario debería asignarse más a otras partes interesadas involucradas en los sistemas alimentarios, como las autoridades públicas. ✓ <u>Subestimación</u> por parte de los consumidores del <u>impacto</u> de sus propios hábitos alimentarios sobre el medio ambiente. ✓ <u>Falta de confianza</u> en los productos orgánicos y las etiquetas de certificación orgánica
Motivación automática	Las elecciones alimentarias suelen ser habituales y en muchos casos, bastante irreflexivas. Esto puede ser una barrera para la eficacia de las intervenciones basadas en la información.
Oportunidad física	✓ Los <u>precios</u> pueden ser una barrera importante para la alimentación sostenible. ✓ Falta de <u>opciones alimentarias</u> más sostenibles para elegir. ✓ Falta de <u>tiempo</u> para hacer la compra, cocinar y comer.
Oportunidad social	Las <u>normas sociales</u> ejercen una gran influencia en los patrones de consumo de alimentos y los hábitos alimentarios generales están influenciados en gran medida por la familia o las personas convivientes.

Fuente: Xhelili, A. y Nicolau, M. (2021)

La **brecha intención-comportamiento** se refiere a las discrepancias "entre lo que los consumidores dicen que van a hacer y lo que realmente hacen en el momento de compra". Sintetizando la literatura existente, se evidencian cinco razones principales en la brecha de intención-comportamiento:

- Obstáculos encontrados: no se comprará un alimento si la fuerza total para comprarlo es menos que el poder de las fuerzas opuestas, y si los obstáculos encontrados superan el atractivo.
 - ✓ La disponibilidad física de ofertas más respetuosas con el medio ambiente, así como con la posibilidad de compra es menor que en el caso de las opciones convencionales.
 - ✓ Las soluciones alimentarias más sostenibles suelen ser más caras que los productos convencionales comparables. Esto puede ser un obstáculo importante especialmente para los consumidores de ingresos bajos
 - ✓ El conocimiento entre los consumidores de cómo reducir su huella de carbono puede ser limitado.
 - ✓ Dificultades a la hora de interpretar los logotipos de alimentos y las etiquetas de calidad alimentaria.

- ✓ Barreras psicológicas en términos de alimentos más sostenibles considerado como "no para ellos".
- Falta de hábitos y planificación: La ausencia de planes lleva a los consumidores a depender de los hábitos en su toma de decisiones.

Ceñirse a una lista de compras basada en investigaciones previas implica que los consumidores pueden atender sus preocupaciones con respecto a los alimentos y el consumo sostenible, sin embargo, sin un plan claro, las intenciones a menudo se olvidan.
- Señales ambientales: Los consumidores pueden ser conscientes de la influencia del entorno en su toma de decisiones, pero a menudo esto ocurre de forma subconsciente. Determinadas señales como la música, o mensajes subliminales, pueden conducir a los consumidores a comprar o rechazar alimentos sostenibles.
- Priorización de otros objetivos: Los consumidores pueden querer que su cesta de alimentos sea ambientalmente sostenible, pero también buscan que sea sabroso, conveniente y dentro del presupuesto que están dispuestos a gastar.
 - ✓ Los consumidores suelen considerar productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente menos eficaces que las versiones normales.
 - ✓ Los productos con objetivos ambientales y sociales, como la alimentación orgánica y el comercio justo, tienden a ser más caras que las alternativas convencionales y están en conflicto con el objetivo de ahorrar dinero.
- Hipocresía moral: La hipocresía moral se refiere a una "motivación para parecer moral" pero, si es posible, evitar el costo de ser realmente moral. La evidencia empírica sugiere que la hipocresía del consumidor debilita el compromiso con los productos del comercio justo.

ANÁLISIS ESPECÍFICO POR PRODUCTOS ALIMENTARIOS

En el análisis específico por tipo de producto se destacan las siguientes cuestiones (CSCP 2021):

- En relación a la carne, los consumidores dan una creciente importancia al origen y a la forma en la que se produce (bienestar animal, producción ecológica) produciéndose una tendencia al alza a preferir calidad frente a cantidad. Los consumidores reclaman más información, educación y un mejor etiquetado, que incluya el país de origen y la forma de cría de los animales. país de origen y cómo se crían los animales. Los comportamientos habituales de elección de alimentos y el fuerte cultural y personal de la carne son barreras potenciales para el cambio.
- Con respecto al consumo de leche se observa una tendencia creciente a emplear alternativas lácteas de origen vegetal. Otras tendencias son la conciencia de la salud y la mayor valoración del origen de los productos lácteos, incluyendo cuestiones como la equidad con el ganadero la producción extensiva, local, etc.

Entre los principales obstáculos para modificar los actuales patrones de consumo se encuentra, por un lado, el mayor precio de los productos vegetales; por otro la falta de conocimiento de los consumidores sobre los productos lácteos de la cadena de valor de los productos lácteos, así como la falta de motivación dentro de la industria para revisar el funcionamiento actual del sistema y los patrones de producción habituales.

- En relación al consumo de pescado y marisco, y a pesar de los avances tecnológicos, se sigue constatando un déficit de trazabilidad.
- En productos hortícolas como puede ser el tomate se aprecia una tendencia al alza del consumo de productos locales y ecológicos, así como un viraje, de la búsqueda de la apariencia al sabor, incremento de la aceptación de “tomates feos”. El preciso se sitúa como uno de principales factores que influyen en el consumidor, especialmente en el caso del tomate procesado. Se aprecia todavía falta de información y desconfianza con respecto a los etiquetados relacionados con el carácter sostenible de los productos.

La mayoría de los agricultores y fabricantes siguen operando con una forma convencional de producir alimentos, lo que pone de manifiesto el carácter estructural de los retos de la sostenibilidad. Una relación más estrecha entre productores y consumidores como el camino a seguir hacia una mayor resiliencia en las cadenas de valor de los alimentos.

8.2.Ámbito de la Salud

Otro ámbito de interés a recoger en este informe tiene que ver con la relación con la salud. La Organización Mundial de la Salud –OMS– (WHO, 1986) define los [estilos de vida saludables](#) como una *Forma general de vida basada en la interacción entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales*".

Existen distintos determinantes de la salud, entre los que se encuentran los estilos de vida y la conducta, y el propio medio ambiente. Ambos aspectos están interrelacionados entre sí, y determinan la salud en conjunto con la propia genética de las personas, los medios sociales y el tipo de sistema de salud.

En ese sentido, los estilos de vida de la población condicionan el medioambiente, y este a su vez condiciona la salud de las personas:

“Un estilo de vida no saludable, hiperconsumista, con alimentación muy rica en carnes y grasas animales, sedentarismo con alta utilización del vehículo privado, provoca más deterioro del medio ambiente: contaminación atmosférica, mayor impacto en emisiones de CO2 generadoras de cambio climático, mayor agotamiento de recursos naturales, producción de residuos y contaminación por sustancias tóxicas (...) Los estilos de vida saludables en un medio ambiente promotor de la salud reducen la carga de la enfermedad y la presión sobre el sistema sanitario, que puede proporcionar mejor atención y más salud a sus usuarios” (Observatorio de Salud y Medio Ambiente, 2013:12).

La Estrategia española de Promoción de la Salud 2013 contempla un enfoque basado en los [estilos de vida saludables](#) y su conexión con el cuidado del medio ambiente. En ese sentido, presenta la importancia de mantener hábitos para acabar con el sedentarismo, prevención del consumo de alcohol y tabaco, la realización de deportes, así como una alimentación saludable y el cuidado en el embarazo.

La [Agenda 2030 española y los ODS](#) para el país también reconoce que se trata de uno de los ámbitos donde se mezclan distintos factores, como la contaminación urbana y su efecto en la salud, y cómo el deporte y los estilos de vida saludables pueden ayudar a palear esa misma contaminación.

RELACIÓN ENTRE CAMBIO CLIMÁTICO Y SALUD DE LA POBLACIÓN

El cambio climático y el calentamiento global están teniendo repercusiones importantes en la salud de la población, puesto que influye en los determinantes sociales y medioambientales del bienestar de las personas, principalmente en relación con el aire limpio, el agua potable, alimentos suficientes y viviendas seguras.

Según datos de la OMS (2021), se prevé que entre 2030 y 2050 el cambio climático causará alrededor de 250 mil muertes adicionales por año, originadas por el paludismo (malaria), la malnutrición, el estrés calórico y la diarrea. Son las zonas con malas

infraestructuras sanitarias las que se verán más afectadas en tanto tienen menor capacidad para prepararse ante dichos cambios.

En ese sentido, la OMS (2021) recuerda la importancia de avanzar en la reducción de gases de efecto invernadero, por medio del desarrollo de infraestructura de transportes sostenibles, mejoras en la producción de alimentos, y uso de energías favorables a la salud, reduciendo la contaminación atmosférica.

Uno de los principales efectos de la crisis climática se relaciona con la salud de la población. El sistema productivo no sostenible puede afectar la salud de las personas; entre ellos, los efectos contaminantes de CO₂, la contaminación de aguas, el uso de pesticidas de la industria del algodón (que se estima causa la muerte de 200 mil personas al año), entre otros (Carrera, 2017).

The Lancet Countdown es un reporte anual realizado en alianza entre más de 43 instituciones académicas y agencias de la ONU, que busca estudiar y crear indicadores para el estudio de las consecuencias del cambio climático en la salud de la población. Parte de las consecuencias directas del cambio climático en la salud de las personas que sintetiza dicha alianza en su última publicación (2021), son:

- Récords de temperaturas altas, que afectan especialmente a población infantil, adulta mayor, de escasos recursos y a los trabajadores agrícolas expuestos a las altas temperaturas.
- El aumento sostenido en los últimos años de los incendios forestales, que ha afectado a el 72% de países y expuesto a sus habitantes a sus efectos.
- La sequía extrema, que alcanzó hasta el 19% de la superficie terrestre mundial en 2020, y está poniendo en riesgo alimentario e hídrico a las poblaciones habitantes de dichos espacios, a raíz de la escasez de agua y los cultivos básicos.
- Estas condiciones ambientales están aumentando la idoneidad para la transmisión de muchos patógenos transmitidos por el agua, el aire, los alimentos y los vectores, como la malaria, el cólera, entre otros. A esto hay que sumar las diarreas y el problema de la escasez de agua en algunos territorios.

Asimismo, otro de los efectos del cambio climático se relaciona con los desastres naturales y la variación de la pluviosidad, cuya frecuencia se ha triplicado desde los años sesenta al presente, y que anualmente se estima que causan más de 60 mil muertes en todo el mundo (OMS 2021). Estos fenómenos están causados por el aumento del nivel del mar y otros eventos meteorológicos intensos que afectan a la salud física y también psicológica de las personas. Se estima además que el aumento de precipitaciones exageradas podría afectar la disponibilidad de aguas dulces, relacionado también con el desarrollo de enfermedades infecciosas (OMS, 2021).

CRISIS CLIMÁTICA Y CAMBIOS DE HÁBITOS DE ALIMENTACIÓN Y SALUD DE LA POBLACIÓN

Por otro lado, existe una estrecha relación entre la crisis climática, los hábitos alimenticios y la salud de la población. Entre esta relación, también existe un efecto

importante del modelo productivo y la industria alimentaria. The Lancet Countdown (2021) estima que el excesivo consumo de carnes rojas, industria altamente contaminadora, causa 842.000 muertes anuales.

En línea con la OMS⁶, la nutrición y la alimentación se relaciona bidireccionalmente con el bienestar físico, psíquico y social, es decir que los hábitos de alimentación de la población condicionan el estado de salud, así como el estado de salud puede, en ocasiones, condicionar dichos hábitos.

Los cambios globales y el medioambiente tienen una influencia importante sobre los estados de salud de la población. Pueden definir cambios en los modelos de producción, la industria agroalimentaria, y el modelo dietético de las localidades (Popkin & Adair, 2012; Popkin, 2015). La FAO (2010) identifica que una dieta sostenible también debe ser protectora y respetuosa de la biodiversidad y los ecosistemas, además de socialmente justa.

En las últimas décadas los países de ingresos medios y altos se han caracterizado por un proceso de “transición nutricional”, en tanto los hábitos alimentarios han pasado de basarse en la desnutrición y carencia de nutrientes (dados por la pobreza y la falta de alimentos), a un mayor consumo de alimentos hipercalóricos y procesados, con bajo contenido de fibra y nutrientes (FAO et al, 2018). En ese sentido, los hábitos alimentarios de estas sociedades están marcados por problemas de salud como el sobrepeso, la obesidad, y todas las enfermedades provocadas por estas⁷.

El consumo de dichos alimentos, hipercalóricos y ultra elaborados, está dado por su menor precio y rapidez, cuestiones que se adaptan con mayor facilidad a la vida en países como España. La sustitución de productos sanos por aquellos de menor precio se puede ver acrecentada en periodos de crisis económica, como el que se está viviendo actualmente a raíz de la pandemia del COVID-19 (FAO et al., 2019). El Banco Mundial ha predicho que puede haber un aumento en el mundo de 71 a 100 millones de personas que caigan en la pobreza extrema como una consecuencia directa de la pandemia (FAO et al., 2020).

La pobreza y la crisis climática, asociada al consumo de productos alimenticios que son poco sostenibles y favorables al medio ambiente, tienen consecuencias serias sobre la salud de la población. Como recupera Morilla (2019), las dietas basadas en productos de origen animal y ultraprocesados, están asociadas a mayores riesgos de enfermedades cardiovasculares; y el consumo de carnes rojas y procesadas está asociado a mayor riesgo de cáncer de estómago, esófago, colon, de mama, entre otros.

Asimismo, la obesidad y el sobrepeso, que han aumentado a la par que el crecimiento de dichas industrias, influyen directamente en la esperanza de vida de la población,

⁶ Organización mundial de la salud (OMS). Official Records of the World Health Organization, N° 2, p. 100 (1948). Disponible en: [Enlace](#)

⁷ Como explica la FAO et al. (2018) esto no significa que ha desaparecido la desnutrición en el mundo, sino que, en muchas regiones, hay un problema de “doble carga” de la malnutrición, con una coexistencia de problemas de desnutrición y sobrepeso, a la vez.

aumentan la probabilidad de sufrir enfermedades crónicas, hipertensión, diabetes, entre otros; además de influir en el rendimiento escolar de los niños y niñas, en la capacidad laboral de las personas adultas, así como en la salud mental, traducida en problemas de autoestima, depresión, ansiedad, estrés, etc. (Jaramillo Mantilla, 2013; FAO et al., 2018; FAO et al., 2019).

Hay diversos estudios que analizan los vínculos existentes entre la salud y el medioambiente y su relación con la decisión de los consumidores de llevar una dieta sostenible (Yip, Crane, y Karnon, 2013). Dichos estudios han demostrado una asociación importante entre la disminución del consumo de carnes y las mejoras en la salud y en las emisiones de gases de efecto invernadero (Yip, Crane, y Karnon, 2013), y hay otras evidencias que sugieren que las dietas basadas en alimentos vegetales están asociadas a una reducción de las presiones medioambientales a la vez que una mejora en el estado nutricional de las personas (Springman et al., 2018; en Morrilla, 2019). Además, Fresán et al (2018) realizan un estudio situado en España a grupos universitarios (20.363 participantes), a partir del autoreporte de dietas, identificando que el consumo de productos de origen animal, especialmente la carne y los productos lácteos, son uno de los factores que más influyen negativamente en el medioambiente.

Morrilla (2019) en el estudio “Dieta sostenible: efectos en el binomio salud-medioambiente”, realiza una sistematización de algunos estudios en distintos países, entre ellos España, que han analizado la relación entre salud y medioambiente a partir del consumo nutricional de alimentos (ver siguiente Cuadro). A partir de eso se concluye que *el alimento de origen animal tiene mayor impacto medioambiental, por lo que recomendar una limitación de su consumo mejoraría la cantidad y calidad de recursos naturales disponibles y, además, supondría un descenso del número de calorías y grasas saturadas en la dieta (especialmente la ternera). Su calidad podría mejorar si se avanza en la producción más ecológica de las carnes.*

Cuadro 5. Estudios sobre la relación entre salud y medioambiente

Referencia	País	Objetivo	Principales Resultados
Baroni et al. (2007)	Italia	Analizar el impacto ambiental generado por la dieta actual italiana vs diferentes asociaciones entre tres patrones dietéticos (omnívoro, vegetariano y vegano) y métodos de producción (convencional u orgánico)	La dieta normal italiana y las ricas en carne fueron menos sostenibles. Para cada patrón dietético la producción no orgánica supuso mayor impacto. Alimentos con más impacto: ternera, queso, pescado y leche.

Vieux et al (2012)	Francia	Identificar alimentos más frecuentes de la dieta y modificarla estimado la reducción de emisión de GEI asociada al cambio	La reducción de ingesta calórica hasta alcanzar las recomendaciones disminuyó en un 10,7% (si baja actividad física) o 2,4% (si moderada actividad física). Alimento que más emisiones produce son cárnicos, pero la reducción en consumo (reemplazados por otros o no) no supuso gran impacto en la emisión.
Capone et al (2013)	Italia, Finlandia , EEUU	Compara el patrón dietético de tres países y la huella hídrica asociada. Estima beneficios de adherencia a Dieta Mediterránea (DM)	Más de la mitad de la huella hídrica debida a carnes y lácteos. DM aportaría beneficios para la salud y disminuiría la huella hídrica
Germani et al (2014)	Italia	Evaluar el impacto ambiental y el costo del DM en comparación con el consumo real de alimentos de la población italiana	DM supone menor impacto (huellas de C, hídrica y ecológica). Menor gasto al debido en frutas, verduras y huevos y leche y mayor en carnes, pescado. Gasto en dulces es casi el doble al esperado en una DM. En global no hay diferencias entre costes
Cobiac et al (2019)	UK, Francia, Finlandia , Italia, Suecia	Evalúamos las implicaciones para la salud de la población de cambiar a dietas más sostenibles	Las dietas saludables mejoran sustancialmente la salud de la población (años de vida ajustados por discapacidad), desde 0.19 por persona en Italia hasta 0.89 (0.80–0.98) por persona en Finlandia. La reducción simultánea de las emisiones de GEI no reduce el tamaño de este impacto, y en algunos casos produce beneficios adicionales para la salud.
Fresán et al (2018)	España	Evaluar el impacto en el uso de recursos (tierra, agua y energía) y las emisiones de GEI de una mejor adhesión a MedDiet	Significativa asociación lineal negativa (Más adherencia a DM menos impacto ambiental): menor uso de la tierra (–0,71 m ² / d), consumo de agua (–58,88 litros / d), consumo de energía (–0,86 MJ / d) y emisiones de GEI (–0,73 kg CO ₂ e / d).
Sáez-Almendros et al (2013)	España	Comparar sostenibilidad de dietas mediterránea propuesta, la dieta de población española actual y dieta global occidental.	Mayor adherencia PMD en España reduciría las emisiones GEI (72%), el uso del suelo (58%), el consumo de energía (52%), y el consumo de agua (33%)

Fuente: Morilla, 2019.

Los cambios de estilos de vida relacionados a hábitos alimenticios pueden encontrar ciertas barreras en su desarrollo. Siguiendo la línea de Backhaus (2012) en la línea del proyecto SPREAD, hay variables que son obstaculizadoras y que suponen un reto para avanzar en una relación positiva entre medioambiente y salud.

Una de estas se relaciona con el estilo de vida, asociado a hábitos alimenticios poco saludables, aumentando la obesidad y por ende el posible desarrollo de enfermedades crónicas.

Asimismo, el mercado alimenticio desigual, donde los productos más sanos y orgánicos tienden a tener mayores precios, y existe por el contrario una mayor disponibilidad y acceso económico de alimentos ultraprocesados e hipercalóricos, que tienen un menor precio, y que afectan negativamente la salud de las personas.

Otro factor se relaciona con las malas condiciones de viviendas, que podrían asociarse al incremento de enfermedades crónicas y cardíacas, así como a la falta de capacidad para pelear olas de calor en algunos sectores.

Indica Backhaus (2012) que todos estos factores tienen como base la desigualdad estructural, en tanto los impactos de las políticas ambientales podrían tener efectos especialmente en los grupos de ingresos altos; mientras que aquellos más desfavorecidos se ven más afectados por los efectos adversos de la sostenibilidad.

The Lancet Countdown (2021) también reconoce que en todas estas situaciones son juntamente los grupos más vulnerables quienes se ven más afectados, y que, de hecho, el cambio climático está acrecentando las desigualdades en todo el planeta.

8.3.Ámbito del Textil-Moda

La industria de textil y de la moda se considera una de las más contaminantes del planeta, y por lo mismo, ha comenzado a causar preocupación mundial en las últimas décadas. La Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa se reunió en Ginebra en 2018 para poner en común las preocupaciones sobre la industria de la moda, y allí se expusieron datos relacionados con el consumo excesivo de aguas, condiciones deplorables del empleo, cadenas de suministros inseguras, trabajo infantil, trabajo en desigualdad para las mujeres, entre otros (Castro, 2021).

En ese marco, resulta imprescindible que las empresas integren en sus prácticas la responsabilidad social, integrando las normativas vigentes, tomando en consideración a las personas, las comunidades y el medio ambiente, así como la cadena de valor que generan (Castro, 2021). Parte de los trabajos que buscan avanzar en cómo paliar sus efectos y mejorar sus condiciones, se han centrado especialmente en los ODS 6, de Aseguramiento y gestión sostenible del agua, el 12 de Producción y Consumo Responsables, y el 13, de Acción por el Clima (Seampedia, 2020)⁸.

Asimismo, [otras iniciativas](#) apuestan por la “moda sostenible”, industria que podría mejorar en Garantizar que las aguas no serán contaminadas, minimizar el gasto energético, apoyar la innovación, fomentar igualdad de género y empoderar a las mujeres, sostener el trabajo digno, e incentivar la producción y el consumo responsables.

A continuación, se presenta una breve revisión sobre las consecuencias medioambientales y sociales de la industria mundial de la moda, los nuevos enfoques de consumo “slow” y sostenibles, y los factores o limitantes a los cambios hacia un consumo de moda sostenible.

CONSECUENCIAS MEDIOAMBIENTALES Y SOCIALES DE LA INDUSTRIA DE LA MODA MUNDIAL

Las características y efectos de la industria de moda y textil mundial podrían ser agrupadas en las áreas de las emisiones y el impacto al medioambiente, el área del trabajo y el sistema productivo, y una tercera dimensión relacionada con las desigualdades sociales y económicas.

En primer lugar, la industria textil tiene una importancia mayúscula a nivel mundial. Se estima que emplea a 1,7 millones de personas en el planeta, con una facturación en Europa de cerca de 166 billones de euros anuales (UN Alliance for Sustainable Fashion, 2021); y con una importancia importante de España en ese mercado, principalmente gracias a Inditex y Mango (Rodríguez y Martín, 2019).

En ese sentido, la cadena de valor de la industria de la moda y el textil tiene una gran importancia a nivel mundial, generando millones de trabajos, exportaciones entre múltiples países, y que cuenta con una compleja trama de actores y sectores involucrados. Por ejemplo, un mapa global de abastecimiento de minoristas de moda rápida incluye aproximadamente 750 proveedores que fabrican productos para 8 marcas globales en alrededor de 1.400 fábricas en 41 países, que se venden a su vez en

⁸ <https://seampedia.com/moda-y-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

5.000 tiendas en 75 mercados, y otros 52 mercados a partir de las tiendas en línea (UN Alliance for Sustainable Fashion, 2021).

En ese sentido, uno de los desafíos que se desprenden a raíz de todo este entramado se relaciona con la capacidad de trazar esta cadena de valor mundial, posicionando estándares legales, éticos y comerciales muy complejos de detectar y cumplir entre toda la red de compradores y minoristas.

Mientras los mayores mercados de compra, concentrando el 75% del mercado, se encuentran entre USA, la EU-27, China y Japón, los principales procesos de la industria manufacturera, ya sea en la extracción de materias primas como en la producción, están situados en países con economías en transición (UNEP, 2020). Se estima por ejemplo que las economías de países como Bangladesh, Haití y Camboya dependen en más de un 80% de este tipo de exportaciones (Sánchez, Gago y Alló, 2020).

Las industrias textiles, desde un punto de vista de condiciones laborales y sociales, se han caracterizado por el incumplimiento de normas laborales y de legislación, la falta de protección a sus trabajadores, bajos salarios, trabajo infantil, entre otros (Sánchez, Gago, y Alló, 2020; UN Alliance for Sustainable Fashion, 2021). Se estima que el uso de pesticidas en la industria del algodón causa la muerte de 200 mil personas al año (Carrera, 2017).

Además de las diferencias geográficas, existen diferencias importantes de género: las mujeres son el 80% de la fuerza laboral del sector textil (OIT, 2019), ubicándose en puestos de trabajo en niveles inferiores, contando con mayores lesiones ocupacionales, y exposición a sustancias químicas (PNUMA, 2016)⁹. Esto sin contar que tras la pandemia del COVID-19 han sido las mujeres en estas empresas las que se han visto más afectadas por pérdidas de trabajo y bajas salariales (OIT, 2020).

En ese sentido, a pesar de que muchos países cumplan las normativas vigentes, se vuelve complejo exigir las, medirlas y cumplirlas cuando se trata de productos que han pasado por múltiples otras regiones del mundo.

No menos importantes son las consecuencias del sector del textil y moda al medioambiente. Según estimaciones recabadas por la Alianza para la Moda Sostenible de Naciones Unidas (2021), la industria de la ropa y el calzado generan hasta un 8% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero mundiales, las que se estiman aumentarán en más de un 60% hacia 2030 (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Según los datos de World Wildlife Fund (2017), dicha industria emite entre 1.7 billones de toneladas de CO2 produciendo más de 90 millones de toneladas de gasto anual.

Asimismo, el 25% de los productos químicos generados a nivel mundial están destinados a la fabricación textil, con un gran porcentaje de las emisiones de carbón, y siendo la mayor consumidora de agua después de la agricultura, y la segunda mayor contaminante del agua, después de la industria petrolera, contaminación provocada principalmente por el tintado y acabados de la ropa (datos recopilados por Rodríguez y Martín, 2019; en base a Conca, 2015; Global Fashion Agenda y BCG, 2017; Rehman, 2015).

Todas estas consecuencias de dicha industria están relacionadas con el ciclo productivo y la lógica detrás de la industria de la moda. Como resumen la Comisión

⁹ Ambas referencias de UN Alliances for Sustainable Fashion (2021)

Europea en el Modelo Life Cycle Assessment (LCA), señala que las prendas de ropa circulan en cuatro etapas: 1. Producción y procesamiento (incluyendo extracción de materias primas); 2. Distribución y transporte; 3. Uso según comportamientos de consumidores y patrones de uso; 4. y el Final de la Vida útil, incluyendo reutilización, reciclado, incineración y vertederos. Todas estas etapas del ciclo de vida de la moda tienen un impacto medioambiental negativo, especialmente la producción y la utilización, donde se estima que solo un 1 de cada 5 prendas de ropa son recicladas o reutilizadas (Global Fashion Agenda y BCG, 2017; Rodríguez y Martín, 2019). Los mismos datos entrega Greenpeace, quienes estiman que en el caso de Europa, un 95% de la ropa desechada está en óptimas condiciones para ser reutilizada (Rodríguez, 2018), lo que equivaldría a 6 millones de toneladas de ropa desechadas por año (Sánchez, Gago y Alló, 2020).

EL FAST FASHION Y NUEVOS ENFOQUES DE CONSUMO

Detrás de todas estas lógicas de la industria de la moda, existe un enfoque de consumo acelerado, principalmente de países europeos y EEUU. Un estudio en 2009 indicaba que una de cada cinco jóvenes reconoce adquirir ropa nueva cada semana (Morgan y Birtwistle, 2009), lo que podría tener consecuencias devastadoras para el medioambiente en un plazo de diez años (Rodríguez y Martín, 2019).

Según UNECE, el modelo de *fast fashion* actual genera 52 micro-temporadas anuales en la industria de la moda, donde cada vez más, la población compra más prendas de vestir, con una conservación, duración y uso cada vez menor, con un porcentaje importante de prendas que nunca se utilizan, y donde alrededor de un 85% de estas terminan en un periodo corto de tiempo en vertederos o incinerados (Rodríguez, 2019).

En este marco, hay que reconocer que el impulso de la población por el fast fashion no solo se relaciona con la inmediatez de la moda y el consumo acelerado, sino que se trata de prendas de vestir baratas, accesibles a las distintas capas de la sociedad.

Ante dicho panorama, en las últimas décadas se ha estado replanteando el concepto y enfoque de la moda, entendiendo que debe comprender desde el modelo de producción y el mercado textil, hasta los comportamientos de los consumidores, a partir de los que habría potencial de cambio.

Un enfoque apunta a la “moda sostenible” (Goworek et al., 2012), o la “moda ética” (Joergens, 2006), como aquellas prendas que incorporan al menos uno de los aspectos de sostenibilidad social o medioambiental, como el comercio justo, los derechos laborales, el cuidado del medioambiente y el uso de algodones orgánicos y biodegradables (Rodríguez y Martín, 2019).

Sánchez, Gago y Alló (2020), recuperan los conceptos de Moda Rápida (MR) y Moda Lenta (ML). La Moda Rápida sería la centrada en ofrecer diseños de manera acelerada y barata a grandes grupos de consumidores, quienes podrían disfrutar de múltiples tendencias en cortas temporadas de tiempo; con una producción rápida y flexible, sistemas de transporte rápidos y eficientes; lo que genera numerosas temporadas de una moda de escasa calidad, propiciando un consumo rápido y constante (Fletcher, 2015; en Sánchez, Gago y Alló, 2020). La obsolescencia de las prendas de vestir, en esa línea, es clave, y no se trata solo de la calidad de la vestimenta sino de la durabilidad de las modas y tendencias, donde las grandes firmas han logrado generar un número

elevado de temporadas anuales, múltiples colecciones anuales, y reducir el tiempo de envío de las compras online, fomentando y extendiendo la cultura del usar y tirar (Sánchez, Gago y Alló, 2020).

La Moda Lenta, por su parte, se trataría de la producción y consumo de la moda en una velocidad inferior, apuntando a la calidad y no a la cantidad, tanto en diseño como en durabilidad. La perspectiva se basa en el “enfoque lento”, donde se defiende el consumo de productos de calidad, valorando el proceso de producción, el producto en sí mismo y su relación y efecto al medioambiente. El enfoque tras la Moda Lenta se centra en la necesidad de volver a tomarse el tiempo de apreciar la calidad del producto (Novo, 2006; Jung y Jin, 2004; Fletcher, 2018; en Sánchez, Gago, y Alló, 2020).

Los diversos estudios revisados indican que es posible avanzar hacia una industria de la moda más sostenible, cambiando un enfoque de todo el sistema que apunte a la forma en que se diseña, se produce, se consume y se eliminan los textiles (PNUMA, 2020). En ese sentido, el consumo es clave, y hay estimaciones que calculan que sólo alargando la vida útil de prendas de vestir a 3 años se podría reducir la mitad de las emisiones de CO₂ a la atmósfera provocados por esta industria (Soler, Ruano, Arroyo, 2012; en Sánchez, Gago y Alló, 2020).

FACTORES QUE INCIDEN O LIMITAN LOS CAMBIOS HACIA UNA INDUSTRIA DE LA MODA MÁS SOSTENIBLE

Como se indicaba, y dado que la industria de la moda tiene una importancia mundial asociada a millones de puestos de trabajos, empresas de diversos tamaños y distintos sectores de mercados, abordar dicha área se vuelve complejo y desafiante (UN Alliance for Sustainable Fashion, 2021).

Rodríguez y Martín (2019) revisan distintos estudios sobre el comportamiento de las personas en el consumo de la moda, indicando que parte de los obstaculizadores tiene que ver con el escaso conocimiento de los efectos de la fabricación y venta de prendas de vestir, poco conocimiento sobre la sostenibilidad y opciones de moda sostenible, y apertura a disponer de mayor información.

Sánchez, Gago y Alló (20), retomando los estudios de Ozdamar y Atik (2015) y de Jacobs et al. (2018), agrupan las barreras o limitaciones para avanzar hacia un modelo de consumo de modas sostenibles. Estos son:

- La falta de transparencia de la industria, las firmas y las cadenas de producción, que tienen como efecto que exista una distancia importante entre la producción y la población consumidora.
- La preferencia por prendas “low cost” que aquellas de mayor calidad, tanto por el precio (accesibilidad), como por la rapidez de cambio, temporadas y modas
- Brecha entre el conocimiento y las actitudes y comportamientos proambientales, tal como se abordaban anteriormente en los factores que influyen en el cambio hacia estilos de vida sostenibles.
- La asociación de ciertos sectores de la población sobre la “moda sostenible” con prendas de vestir no atractivas o fuera de la moda.

8.4.Ámbito del Turismo

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible incluye el turismo como uno de sus pilares fundamentales: se trata de un sector que ha demostrado un importante potencial para generar bienestar humano en muchos países y regiones del mundo y que se presenta como uno de los principales motores de desarrollo. De forma particular España es líder mundial en el sector turístico que constituye una de las principales fuentes de empleo e ingresos, aportando el 11,7% del PIB y el 12,2% de los afiliados. No obstante, este potencial está condicionado a su efectiva sostenibilidad no sólo económica, sino también social y ambiental. Sin una adecuada planificación el turismo puede ser fuente de degradación.

El turismo es por tanto un instrumento para la conservación del importantísimo patrimonio natural y cultural, pero es imprescindible abordar el reto de la transición ecológica e impulsar a la industria turística hacia un modelo que preserve y recupere los valores ambientales del espacio turístico, valores en los que se fundamenta su competitividad y el atractivo frente al mercado.

El turismo es a su vez uno de los mecanismos a través de los cuáles las personas pueden expresar su identidad a otros: las opciones y prácticas de turismo se ajustan a la narrativa de la vida de un individuo para que pueda presentar una identidad coherente. No obstante, al tratarse de una actividad que se desarrolla “fuera de la vida cotidiana” puede también emplearse para construir una identidad alternativa; siendo frecuente, en el caso de las prácticas proambientales que se produzca un desajuste entre las prácticas en el hogar y las prácticas en el consumo turístico. Si se quiere transitar hacia estilos de vida más sostenibles será necesario que surja y se fortalezca una nueva forma de identidad turística (Dickinson y Lumsdon, 2010).

RETOS DE SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

El turismo es un sector que produce multitud de impactos ambientales en el entorno, tales como contaminación, falta de tratamiento de las aguas residuales, utilización de productos tóxicos, ruidos, olores, escaso reciclaje, sobrecarga de los espacios, o vertidos de toda naturaleza que provocan pérdida de vida en el agua o en los entornos¹⁰.

Según el [Programa de la ONU para el Medio Ambiente](#), el turismo es responsable del 12,5% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) si tenemos en cuenta la energía que se usa en los hoteles, el transporte de comida o en productos de higiene. De acuerdo con la OMT, el 4% corresponden al transporte, casi un 2% al alojamiento y un pequeño porcentaje al resto de actividades turísticas. Entre 2009 y 2013, la huella de carbono global del turismo aumentó de 3,9 a 4,5 GtCO₂, cuatro veces más de lo estimado inicialmente (Lenzen et al., 2018).

¹⁰ Informe sobre Sostenibilidad en España 2017: Cambio de rumbo, tiempo de acción. [Enlace](#)

El turismo es una de las actividades más directamente afectadas por el cambio climático y determinados destinos ya perciben los efectos de una evolución del clima, acelerar la acción por el clima en el turismo (medir y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y reforzar la capacidad de adaptación a los impactos inducidos por el clima) es por lo tanto, sumamente importante para garantizar la resiliencia del sector. El informe *“Las emisiones de CO₂ del sector turístico correspondientes al transporte. Modelización de resultados”*¹¹ publicado en diciembre de 2019, aporta un análisis de la evolución de la demanda turística en las distintas regiones del mundo entre 2016 y 2030. Presenta además una previsión de las emisiones de CO₂ del turismo correspondientes al transporte en relación con el escenario de ambición actual (2019) para la descarbonización del transporte, concluyendo que, en 2016, las emisiones del turismo correspondientes al transporte representaron el 5% del total de las emisiones antropogénicas, y que llegarían al 5,3% en 2030 si se mantenía ese escenario. Las emisiones de CO₂ del turismo correspondientes al transporte representan el 22% del total de las emisiones del transporte y, por lo tanto, resulta esencial potenciar la cooperación con el sector del transporte para impulsar la implementación de un escenario de alta ambición.

La media de consumo de agua de un turista es de 450 - 800 litros diarios — en Europa, un turista consume más agua cuando está de vacaciones que en casa, y los que optan por hoteles de lujo gastan hasta tres veces más agua por el uso de piscinas o campos de golf—.

La basura generada en resorts y cruceros genera de media alrededor de 3,5 kilogramos de residuos sólidos por pasajero y tripulante al día. Se ha descubierto que una gran proporción de la basura plástica marina proviene del turismo y otras cadenas de valor relacionadas con el turismo en las zonas costeras. Según el informe de WWF "Out of the Plastic Trap" (2018), solo en la región mediterránea, el turismo es responsable de hasta un 40 por ciento de aumento de la oleada de basura marina que ingresa al mar Mediterráneo. La basura incontrolada y, en general, la mala gestión de los destinos, están generando cada vez más una percepción negativa de los consumidores. Esto a su vez puede ocasionar una disminución en las llegadas de turistas e incluso el cierre de determinados destinos¹².

La pérdida de fauna y flora para construir hoteles, la sobrepesca en arrecifes coralinos dirigida a los turistas, y los impactos generados en la cultura de las comunidades locales, son otros de los retos a los que tiene que hacer frente el sector del turismo a nivel mundial. Los ecosistemas más amenazados por la degradación son las zonas ecológicamente frágiles, y las presiones sobre estos ecosistemas a menudo son graves porque esos lugares son muy atractivos para las turistas y para la infraestructura que el turismo trae consigo. Los impactos físicos pueden ser causados por la construcción y los movimientos de tierras relacionados con la incidencia del turismo, y también por

¹¹ [Cambio Climático | Nuevo informe | OMT \(unwto.org\)](#)

¹² One Planet STP Strategic Plan 2020-2022. [Enlace](#)

las actividades que ello conlleva, junto a los cambios a largo plazo en la economía y la ecología local.

España es líder mundial en el sector turístico, y constituye uno de los principales pilares de nuestra economía, fuente de ingresos y de generación de empleo. El crecimiento del sector se ha visto impulsado desde hace más de 40 años. A lo largo de estas décadas las estrategias han ido evolucionando, del turismo de “sol y playa” a unas estrategias más centradas en la calidad. Sin embargo, el sector afronta ahora nuevos retos, profundos cambios sociales y en los sectores productivos, que requieren una nueva visión y la adopción de nuevas fórmulas que permitan a este sector mantener e incrementar sus resultados. Al mismo tiempo, este crecimiento sostenible debe superar los problemas que le acechan como, por ejemplo, la pérdida de identidad de los destinos, la saturación de los espacios, la contaminación ambiental, o la distribución desigual de los beneficios que acompaña al crecimiento turístico actual¹³.

El [Informe sobre Sostenibilidad en España 2017](#) de la Fundación Alternativas ofrece algunas cifras¹⁴ que reflejan el reto ambiental que supone la actividad turística en España: cada millón de turistas que recibe España consume y genera 11 millones de litros de combustible; 300 millones de litros de agua; 2 millones de kilos de alimentos; 300 millones de litros de aguas residuales; 25 millones de kilos de CO₂ y 1,5 millones de residuos. Para comprender la magnitud de estos efectos basta multiplicar por el número de turistas, en concreto, en el 2018 España recibió 87 millones de turistas extranjeros.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR TURISMO SOSTENIBLE?

El turismo sostenible es, según la [Organización Mundial del Turismo \(OMT\)](#): *“el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”*.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible de la OMT se sustentan en los siguientes tres principios:

¹³ Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. [Enlace](#)

¹⁴ Cifras basadas en: Turismo en España: No es oro todo lo que reluce. Alfredo Amestoy periódico El Mundo, suplemento Cronica. Agosto 2013.

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) [Desarrollo sostenible | OMT \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/es/Desarrollo-sostenible)

Se trata por tanto desarrollar la actividad generando un mínimo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, generando a su vez empleo e ingresos en la población autóctona.

[La OMT define una serie de indicadores](#) que permiten entender los principales aspectos sobre los que pivota la mayor sostenibilidad del sistema turístico:

- Consumo de electricidad y energía en kilovatios hora (kWh) por metro cuadrado de espacio atendido.
- Consumo de agua dulce en litros o metros cúbicos (m³) por huésped por noche.
- Producción de residuos (kg. por huésped por noche y/o litros por huésped por noche).

La promoción del turismo sostenible guarda una estrecha relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y específicamente con los objetivos 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 12 (producción y consumos responsables), 13 (acción por el clima) 14 (vida submarina) y 15 (protección de ecosistemas terrestres).

El [Programa de Turismo Sostenible](#) de One Planet pretende acelerar la producción y el consumo sostenibles en las políticas y prácticas turísticas para abordar los retos de la contaminación, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático. En concreto, la estrategia se articula en torno a tres áreas: acelerar la acción por el clima en el turismo; integrar la producción y el consumo sostenible en las cadenas de valor de los productos alimentarios del turismo y construir una economía circular para los plásticos en el turismo. En el contexto nacional, la Secretaría de Estado de Turismo está elaborando la [Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030](#), que pretende sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo.

En los últimos años el interés por el turismo que respete el medio ambiente ha crecido, así, tal y como presenta el [Informe sobre Sostenibilidad en España 2017](#) de la Fundación Alternativas analizado, y en base a datos de Turismo Responsable (ITR), Global Sustainable Tourism Council y TripAdvisor, la encuesta internacional del portal de reservas de hoteles Booking.com y el Informe del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) la demanda de destinos sostenibles se multiplicó por cinco entre 2014 y 2015; el 90% de los viajeros elegiría un hotel sostenible y el 34% estaría dispuesto a pagar más por alojarse en ellos.

La problemática del Greenwashing: el concepto “desarrollo sostenible” se ha convertido por tanto en una tendencia en el mercado turístico proliferando de este modo numerosas Certificaciones de Turismo Sostenible por las cuales se pretende facilitar la identificación por parte de los turistas de los alojamientos, empresas y destinos que apuestan por la sostenibilidad del sector y que a su vez permiten posicionar a las empresas en el mercado. Este fenómeno viene a su vez ligado al conocido fenómeno de “Greenwashing” a través del cual se pretende llevar a cabo un lavado de imagen paliando los impactos negativos que generan las empresas a través de pequeños gestos de sostenibilidad (Vierk, 2020).

NUEVAS TENDENCIAS DE TURISMO QUE SE ACERCAN A LOS VALORES DE LA SOSTENIBILIDAD

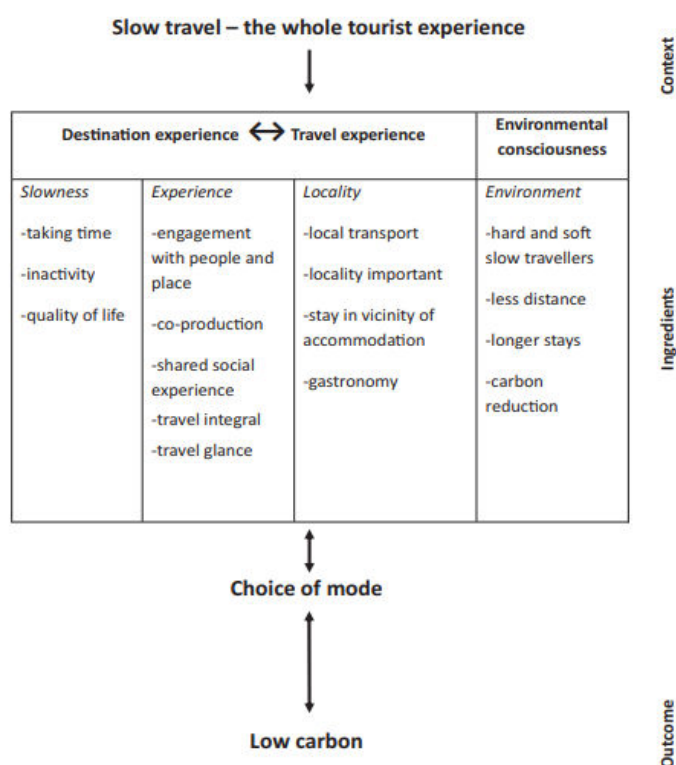
- El [Movimiento Slow](#) que apoya un cambio cultural en el que se promueva la desaceleración. Tiene su derivada en el ámbito del turismo el “Slow Travel” que conduce a nuevas opciones y alternativas de turismo en las que, en lugar del transporte aéreo y en automóvil predominantes, se prima otras alternativas como caminar, la bici, el tren o el bus. Se trata de un antídoto a los ritmos de vida y de turismo acelerados en la que se prima las experiencias centradas en el paisaje, la cultura y la interacción con otros turistas y con la población local.

Entre los principales elementos de esta propuesta se encuentra (Dickinson y Lumsdon, 2010):

- ✓ La importancia de la experiencia de viaje hacia y dentro de un destino.
- ✓ El compromiso con los medios de transporte utilizados.
- ✓ La relación con la *Slow Food*.
- ✓ Explorar el patrimonio y la cultura de los lugares a un ritmo más lento.
- ✓ Apoyo al medio ambiente mediante la elección del modo de transporte.

Aunque no es su enfoque principal, existe un potencial considerable del *slow travel* como estrategia para la mitigación del cambio climático y de adaptación para el turismo.

Diagrama conceptual de slow travel. Fuente: Dickinson y Lumsdon, 2010.



- ▶ Por otro lado, y en línea con las ideas postmaterialistas cobra peso la idea de que *“lo mejor es vivir de la vida propia al más alto nivel de disfrute que se pueda y el realizar un viaje turístico se considera que es lo más deseable en la vida para alcanzar esta felicidad”* (Álvarez Sousa, 2004).

En el marco de las ideas de la postmodernidad y como perspectiva sustituta de la sociedad de la información se detecta el avance de la denominada teoría de la “dream society” o sociedad del ensueño, tal y como presenta Rolf Jensen, que se traduce en la búsqueda de las “emociones”, las sensaciones, el confort espiritual, y en el ámbito del turismo genera que los turistas demanden una mayor actividad en el lugar de destino, una mayor participación y experiencias vivenciales. En este marco puede prosperar un tipo de turismo verde que incluya componentes relacionados con la simpatía por la naturaleza y el “romanticismo rústico” (Álvarez Sousa, 2004).

- ▶ En la misma línea, algunos de los trabajos analizados (Osti, L y Goffii, G, 2021; Lehto y Lehto, 2019; señalan como las nuevas tendencias de turismo se orientan a la búsqueda de experiencias más auténticas y satisfactorias, que benefician al cuerpo, la mente y el alma, segmento de mercado que se conoce como “Estilos de vida saludables y sostenibles” con el acrónimo LOHAS (*Lifestyles of Health and Sustainability*), en el que los consumidores prestan especial atención a su salud física y mental y valoran todos aquellos comportamientos que promueven y apoyan el desarrollo sostenible tanto del medio ambiente como de la sociedad. Según el “Natural Marketing Institute” más del 20% de la población de Europa y Estados

Unidos podría adscribirse a este segmento (Osti, L y Goffii, G, 2021) y se trata de un mercado en crecimiento.

¿TURISMO SOSTENIBLE SIN DECRECIMIENTO?

Ante las consecuencias negativas sobre las poblaciones locales o sobre el medio ambiente en su conjunto que el continuado crecimiento del sector turístico tiene, diversas voces del mundo académico o de los movimientos sociales reclaman que se frene su crecimiento e incluso que se fomente el decrecimiento (Gascón, 2017). Esta perspectiva considera que la ideología del crecimiento es de algún modo incompatible con la sostenibilidad a largo plazo y que por tanto el turismo sostenible está estrechamente ligado a un turismo decreciente: promoviendo vacaciones en o más cerca de casa y el fomento del consumo consciente (Vierk, 2020).

CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA COMO CONSUMIDOR

El turista como consumidor tiene un papel esencial en la adopción de decisiones de consumo más responsables y sostenibles que induzcan a su vez, por parte de las organizaciones turísticas, cambios para adaptarse a esta demanda. No obstante, el turismo, como industria hedonista en la que el principal objetivo es la “búsqueda del placer” no presenta suficientes incentivos para promover un comportamiento más sostenible (Araña y León, 2017).

El turismo representa el espacio de ocio por excelencia que, a diferencia del ocio cotidiano, se práctica fuera del ambiente social habitual. Supone por tanto un espacio en el que las personas pueden olvidar la conciencia colectiva, de este modo ante el control de la vida cotidiana el turismo se presenta como un momento de “des-control” que en todo caso está constreñido por el sistema- capitalista en nuestro caso- en el que se desenvuelve (Álvarez Sousa, 2004).

Así, cuando el turista se desplaza de su residencia habitual tiene la tentación de permitirse comportamientos despilfarradores y tiende a llevar a cabo en el destino compartimentos disonantes con sus actitudes o valores ambientales, descuidando el ahorro de recursos ambientales como el agua o la energía. Corregir este desfase es uno de los retos más importantes que se plantea la búsqueda de la sostenibilidad turística (Araña y León, 2017).

En esta dirección es importante entender que el comportamiento del consumidor turístico no se ajusta a las predicciones trazadas por la teoría económica del consumidor racional, al contrario, está influenciado por sesgos cognitivos y tendencias de carácter irracional.

Por otro lado, los consumidores turísticos tienden a argumentar que *no se pueden realizar comportamientos ambientalmente sostenibles debido a que no hay opciones para ello, o debido a que el contexto turístico invita un hedonismo de grupo que limita el efecto de la acción individual sobre el resultado ambiental* (Araña y León, 2017).

Con el fin de reconducir el comportamiento del turista hacia otros más sostenibles y responsables es preciso incidir sobre los distintos aspectos que influyen en la toma de decisiones, teniendo en cuenta su naturaleza racional y emocional, como son: los factores económicos, aspectos cognitivos y emocionales, la concienciación e información y el contexto social y normas sociales. En este sentido, las evidencias aportadas por diversos experimentos realizados, como es el caso de los que presentan Araña y León (2017), permiten concluir que más que los impuestos o políticas de precios¹⁵, pueden ser eficaces otras medidas de sensibilización, provisión e información o inducción de estados emocionales proclives a la adopción de decisiones responsables con el medio ambiente y la sostenibilidad.

Cambio climático y vuelos turísticos: un caso paradigmático de disonancia cognitiva

El rápido crecimiento de las compañías “low cost” ha extendido las vacaciones internacionales al conjunto de la sociedad. La expansión del mercado de la aviación ha hecho realidad las aspiraciones sociales y culturales de la gente en relación a la movilidad convirtiendo a gran parte de la sociedad en “turistas hipermóviles”. A su vez las evidencias científicas colocan al transporte aéreo como la principal fuente de emisiones de gases efecto invernadero de la industria turística internacional.

El aumento de los desplazamientos en transporte aéreo con motivo vacacional, a pesar de las evidencias en materia de cambio climático, son un caso paradigmático de disonancia cognitiva en el turismo. La teoría de la disonancia cognitiva explica la contracción entre lo que los individuos consideran que tiene valor y es importante y lo que realmente hacen en base a unas condiciones sociales, es decir, explica la inconsistencia que se produce entre aspectos cognitivos (creencias, valores, actitudes, conocimiento...) y el comportamiento en la práctica.

Varios de los trabajos analizados profundizan en el análisis de esta cuestión (Gossling, 2007; Barr, 2010; Hares, 2013).

En la encuesta que realiza en el marco de su estudio Hares (2013) concluye que, aunque el nivel de concienciación sobre el impacto de los viajes aéreos en el cambio climático es elevado esto no se refleja en la práctica: el impacto del cambio climático en las decisiones de los viajeros a la hora de planificar sus vacaciones es muy limitado. El cambio de comportamiento al respecto se enfrenta a toda una serie de limitaciones internas y externas y estructurales.

En los análisis realizados por Gossling (2007) se muestra que incluso en aquellos individuos que parecen estar muy comprometidos con la acción medioambiental tienen dificultades para trasladar estos comportamientos a contextos más problemáticos e interpretan las vacaciones como un mal menor; consideran que es preciso encontrar formas innovadoras para que los vuelos sean más aceptables desde el punto de vista

¹⁵ Al respecto los autores señalan que la utilización de tasas o impuestos puede ser incluso contraproducente porque podría conducir a legitimizar estos comportamientos e incentivar un mayor impacto ambiental reduciendo los incentivos intrínsecos hacia un comportamiento puramente altruista.

medioambiental o introducir sistemas de compensación mejores y más fiables, impuestos significativos o el uso eficaz de las tecnologías. En todo caso, e incluso en el grupo de personas participantes en el estudio con mayor conciencia ambiental se aprecia que son capaces de gestionar un posible conflicto de identidad en este tema e incluso las buenas prácticas al respecto en el ambiente doméstico sirven de justificación para compensar la “falta de compromiso” durante las vacaciones. En definitiva, los viajes en avión se han integrado en las aspiraciones de estilos de vida y será un hábito muy difícil de romper.

Por último, el estudio realizado por Barr (2010) analiza los discursos en torno al transporte aéreo identificando cuatro discursos principales del sector, sobre los que se asienta la “psicología de la negación” con la que los individuos racionalizan la inacción: el transporte aéreo es eficiente desde el punto de vista energético y sólo representa emisiones marginales de CO₂; el transporte aéreo es demasiado importante desde el punto de vista económico y social como para restringirlo; el uso de combustible se minimiza constantemente y las nuevas tecnologías resolverán el problema, y el transporte aéreo recibe un trato injusto en comparación con otros medios de transporte.

Gossling (2017) presenta en el siguiente esquema donde muestra que el aprendizaje puede tener resultados muy positivos para la transición hacia estilos de vida más sostenibles. El aprendizaje es un elemento central del turismo. Los turistas aprenden tanto activamente (como propósito específico) como de forma pasiva, es decir, a través de la comparación de normas, valores y costumbres.

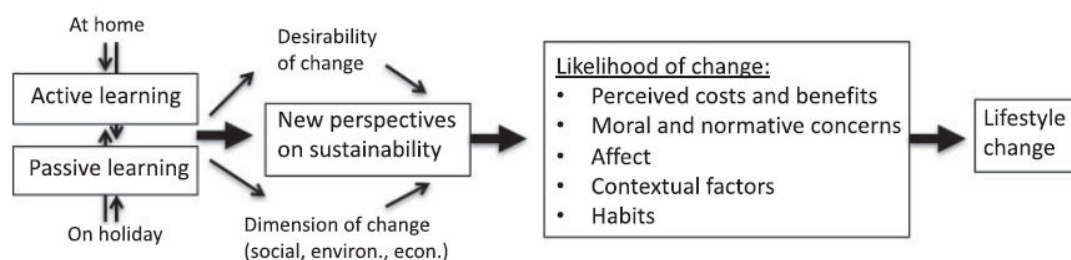


Figure 2. Learning and lifestyle change.
Source: Author.

A través del aprendizaje activo y pasivo, en casa o en vacaciones, se adquieren conocimientos que aportan nuevas perspectivas sobre la sostenibilidad. Esto incluye perspectivas sobre la conveniencia del cambio y las diferentes dimensiones del mismo, que pueden ser ambientales, sociales o económicas. En función de la identidad y las normas sociales, el cambio real en los estilos de vida puede ser el resultado de los procesos de aprendizaje. Los resultados sugieren que el aprendizaje “deseable” (definido como aprendizaje desarrollo sostenible) en el turismo puede ser muy limitado, mientras que, en particular, los procesos de aprendizaje pasivo que redefinen las normas sociales suelen tener resultados muy perjudiciales para estilos de vida sostenibles. Entre ellos se encuentran las formas de concesión de licencias morales,

la difusión de responsabilidades, así como la atenuación de las consecuencias negativas de los viajes.

FACTORES SOCIALES Y CONTEXTUALES

Para entender los factores que afectan al comportamiento de los turistas es preciso entender que el “ecosistema turístico” forma parte, como opuesto-complementario a la “vida cotidiana” del “sistema de la vida” que produce y reproduce los sistemas económico, sociocultural, político-ideológico, tecnológico y ecológico. Son diversos los factores contextuales que inciden en el ecosistema turístico generando nuevas tendencias o determinando la posible oferta de destinos y servicios, entre ellos cabe destacar (Álvarez Sousa, 2004; Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030):

- Las condiciones económico- financieras: crisis o momentos de expansión) que pueden derivar en aumentos del consumo turístico.
- La globalización y los procesos de liberalización que afectaron de forma notoria al sector aéreo y con ello a los traslados que se producen.
- El aumento de la adopción de tecnologías y la conectividad, que posibilita nuevas herramientas y servicios y está produciendo importantes cambios en la estructura del sector, influyendo en la relación entre actores y en su organización.
- El crecimiento de la población y con ello de una la clase media que se espera alcance los 5.000 millones de personas para el 2030 o en el caso de Europa el progresivo envejecimiento de la sociedad, que traen consigo nuevas demandas y estilos de vida.
- Los cambios en la estructura de la familia y los nuevos hábitos de turismo de la familia post- nuclear.
- La progresiva centralidad en los medios de comunicación de las cuestiones vinculadas a cambio climático y otras preocupaciones ambientales determina cambios en los servicios ofertados, en los que cada vez están más presentes determinadas prácticas relacionadas con la disminución de uso de recursos o disminución de residuos.
- El mayor estrés al que se verán sometidos los recursos y espacios naturales debido a la mayor presión demográfica y también a la crisis climática. En concreto el cambio climático podrá tener consecuencias muy relevantes en los destinos turísticos modificando algunas de las características por las que son atractivos.
- Acontecimientos y riesgos de distinto tipo como puede ser la pandemia de COVID-19 pueden afectar profundamente a la actividad, que es en un sector especialmente sensible. Además, cabe destacar los riesgos provocados por la propia actividad como puede ser la contaminación o los daños provocados a la naturaleza.

El **período de crisis del COVID-19** se muestra como una oportunidad para reconsiderar una transformación del sistema turístico global hacia uno más alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2030 (ODS) de las Naciones Unidas. Algunos de los rasgos característicos del turismo sostenible suponen una mejor predisposición a cumplir los protocolos sanitarios necesarios tras retomar las actividades en el sector turístico tras la Crisis del COVID-19. Se considera la coyuntura actual como un punto de inflexión a partir del cual el turismo sostenible va a ir en aumento en el mercado (Rivera y Pastor, 2020).

Se ha observado como los criterios éticos y medio ambientales han ganado peso en las decisiones de los consumidores y constatado que existe un cliente preocupado por un tipo de producto menos masificado, con ciertas actitudes positivas en relación con los hoteles ecológicos, con los productos de cercanía o con los transportes menos contaminantes.

COVID-19 y el sector turístico. El turismo antes de la pandemia. Organización Mundial del Turismo. [Enlace](#)

¿QUÉ HA CAMBIADO?

CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL VIAJERO EN TIEMPOS DE COVID-19

-¿tendencias de corto o de largo plazo?-

Cercanía

El turismo doméstico ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas. Los viajeros prefieren las '*staycations*' o '*vacaciones en casa*'.

Escapada

La naturaleza, el turismo rural y los '*road trip*' se han convertido en elecciones populares debido a las limitaciones de viaje y la búsqueda de experiencias al aire libre.

Viajeros jóvenes más resilientes

Cambio demográfico:

la recuperación del viajar ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes. Los viajeros '*senior*' y los jubilados son los segmentos más afectados en esta reactivación.

Nuevas inquietudes

Las medidas de salud y seguridad, así como las políticas de cancelación en las reservas, se han convertido en las principales preocupaciones de los consumidores.

Last minute

Las reservas de última hora han aumentado debido a las restricciones de movilidad y a la inestabilidad de los acontecimientos ligados a la situación de pandemia.

Mayor responsabilidad

Sostenibilidad, autenticidad y descubrimiento de lo local:

los viajeros han priorizado crear un impacto positivo en las comunidades locales a través de una creciente búsqueda de lo auténtico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar-Luzón, M. del Carmen y Benitez, Isabel (2018): Avances de la psicología ambiental ante la promoción del bienestar y la calidad de vida. *Psychology*, 9:2, 113-117, [Enlace](#)
- Aledo, A. y Domínguez, Jose A. (2001) Sociología ambiental. Grupo Editorial Universitario.
- APA- American Psychological Association (2017): Mental Health and our changing climate: Impacts, Implications, and Guidance. [Enlace](#)
- Babutsidze, Z., & Chai, A. (2018). Look at me Saving the Planet! The Imitation of Visible Green Behavior and its Impact on the Climate Value-Action Gap. *Ecological Economics*, 290-303.
- Backhaus, Julia et al. para la Comisión Europea (2012): Sustainable Lifestyles: Today's Facts & Tomorrow's Trends. SPREAD Project. [Enlace](#)
- Báez Gómez, J. (2016). La conciencia ambiental en España a principios del siglo XXI y el impacto de la crisis económica sobre la misma. 363-388: *Papers*.
- Barros, Hellen y Pinheiro, José (2020). Climate change perception by adolescents: reflections on sustainable lifestyle, local impacts and optimism bias. *PsyEcology*, Volume 11, 2020 - Issue 2. [Enlace](#)
- Bertoldo, Raquel; Tanga, Rocco; Dias, Pierre; Guignard, Séverin y Schleyer-Lindenmann, Alexandra (2020). Calculative and relational trust in the management of coastal floods and earthquakes: a comparative study. *PsyEcology*. *Revista Bilingüe de Psicología Ambiental / Bilingual Journal of Environmental Psychology*, Taylor & Francis, pp.1-21. [Enlace](#)
- Blackenberg, A. y Alhusen, H. (2019) On the Determinants of Pro-Environmental Behavior: A Literature Review and Guide for the Empirical Economist. *Discussion Papers*, No. 350.
- Brown, Z. (2014). Greening Household Behaviour: Cross-domain Comparisons in Environmental Attitudes and Behaviours Using Spatial Effects. *OECD Environment Working Papers*.
- Bruderer-Enzler, H., & Diekmann, A. (2015). Environmental Impact and Pro-Environmental Behavior: Correlations to Income and Environmental Concern. *ETH Zurich Sociology Working Papers*.
- Carrus, Giuseppe; Pirchio, Sabine y Tiberio, Lorenza (2020) Transitions to sustainability, lifestyles changes and human well-being: cultural, environmental and political challenges, *PsyEcology*, 11:2, 163-169, [Enlace](#)
- Chen, X., De la Rosa, J., Peterson, N., Zhong, Y., & Lu, C. (2016). Sympathy for the environment predicts green consumerism but not more important environmental behaviours related to domestic energy use. *Environmental Conservation*, 140-147.
- Cheng, J., & Monroe, M. (2012). Connection to Nature: Children's Affective Attitude Toward Nature. *Environment and Behavior*, 31-49.

- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026.
- CIP-Ecosocial. (2009). *Cultura y Ambiente. Una Propuesta Teórica*. Culturambiente.
- Common Cause. (2013). *Common Cause for Nature: Finding values and frames in the conservation sector*. London: Public Interest Research Centre.
- Coreil, J., Levin, J., & Gartly, J. (1992). Estilo de vida. Un concepto emergente en las ciencias sociomédicas. *Clínica y Salud*.
- Corraliza, J., & Martín, R. (2000). Estilos de vida, actitudes y comportamientos ambientales. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 31-56.
- Corral-Verdugo, Víctor. (2001). *Comportamiento proambiental: una introducción al estudio de las conductas protectoras del ambiente*. Santa Cruz de Tenerife: Editorial Resma
- Corral-Verdugo, Víctor; Aguilar-Luzón, M del Carmen y Hernández, Bernardo (2019). Bases teóricas que guían a la psicología de la conservación ambiental. *Enlace*
- Corral-Verdugo, Víctor; Tapia, César; Frías, Martha; Fraijo, Blanca y González, Daniel (2009): Orientación a la Sostenibilidad como base para el Comportamiento Pro-Social y Pro-Ecológico. *Revista de Medio ambiente y Comportamiento Humano*, 2009,10(3), 195-215. [Enlace](#)
- De Silva, D., & Pownall, R. (2014). Going green: does it depend on education, gender or income? *Applied Economics*, 573-586.
- Dunlap, Riley E. y Van Liere, Kent D. (2014): The "New Environmental Paradigm". Previamente publicado en (1978) *Journal of Environmental Education*, 9, 10-19. doi: 10.3200/JOEE.40.1.19-28 [Enlace](#)
- EIGE- European Institute for Gender Equality (2017). *Gender in environment and climate change*. [Enlace](#)
- Esteban, M., & Amador, L. (2017). La educación ambiental como ámbito emergente de la educación social. Un nuevo campo socioambiental global. *Revisata de Educación Social (RES)*, 134-147.
- Fielding, K., & Head, B. (2012). Determinants of young Australians' environmental actions: the role of responsibility attributions, locus of control, knowledge and attitudes. *Environmental Education Research*, 171-186.
- García Ernest. (2004). *Medio ambiente y Sociedad: la civilización industrial y los límites del planeta*. Anaya-Spain.
- García Mira, R. (2016). Estilos de vida que desafían nuestro modelo económico. Artículo de El País 4 de marzo [Enlace](#)
- Gifford, R., y Nilsson, A. (2014). Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review. *International Journal of Pshychology*, 141-157.
- Gomera, Antonio; Villamandos, Francisco y Vaquero, Manuel (2013): Construcción de indicadores de creencias ambientales a partir de la escala NEP. [Enlace](#)

- Grönhoj, A., y Thögersen, J. (2017). Why young people do things for the environment: The role of parenting for adolescents' motivation to engage in pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 11-19.
- Grupo Internacional CSCP (Centro Colaborador en Producción y Consumo Sostenible): Publicaciones con la etiqueta "Estilos de Vida y Comportamiento". [Enlace](#)
- Heidbreder, Lea Marie y Schdmitt, Manfred (2020). Fasting plastic: an intervention study to break habits of plastic consumption. *PsyEcology* 11:2, 170-192. [Enlace](#)
- Inglehart, Ronald y Welzel, Christian (2006). Modernización, cambio cultural y democracia: La secuencia del desarrollo humano. Madrid: CIS.
- IPCC- Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (2021): Cambio Climático 2021: La base de la ciencia física. Informe completo. [Enlace](#)
- Jareño, L., Montoro, F., Sánchez, J., & Rey, J. (2012). Personal Values as an Antecedent of Environmental Behaviour. *Advance Research in Scientific Areas Section 9: Ecology*, 1.341.
- Junta de Andalucía (2018): Ecobarómetro. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. [Enlace](#)
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behaviour? *Environmental Education Research*, 239-260.
- Kuittinen, Outi et al. para la Comisión Europea (2013). iFuture- The diversity of sustainable Lifestyles. SPREAD Project . [Enlace](#)
- Longhi, S. (2013). Individual pro-environmental behaviour. Essex: Institute For Social & Economic Research.
- López, N. (2021): Ansiedad climática: "Me aterra que mi hijo tenga que vivir en un mundo sin agua y me da miedo mi vejez". Reportaje de Newtral. [Enlace](#)
- Lynn, P., & Longhi, S. (2011). Environmental attitudes and behaviour: who cares about climate change? *Understanding Society*.
- Makita, M., Woolrych, R., Sixsmith, J., Murray, M. y col. (2020). (In) seguridades de lugar. Percepciones de las personas mayores en distintos entornos urbanos del Reino Unido. *PsyEcology*, 11 (2), pp .214-231 [Enlace](#)
- Martín, Rocío. y Berenguer, Jaime. (2003). Estilo de vida y medio ambiente. En C. San Juan, J. Berenguer, J.A. Corraliza e I. Olaizola (eds.), *Medio ambiente y Participación: una perspectiva desde la Psicología Ambiental y el Derecho*. San Sebastián, Universidad del País Vasco. [Enlace](#)
- Melo, P., Ge, J., Craig, T., Brewer, M., & Thronicker, I. (2018). Does Work-life Balance Affect Pro-environmental Behaviour? Evidence for the UK Using Longitudinal Microdata. *Ecological Economics*, 170-181.
- Michie, S., Atkins, L., & West, R. (2014). *The Behaviour Change Wheel: A Guide to Designing Interventions*. London: Silverback Publishing.
- Miranda, L. (2013). Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales. 94-105: *Producción + Limpia*.

- Movement, S. (2021). The Slow Movement: making a connection. [Enlace](#)
- OMS (1999). Glosario de Promoción de la Salud.
- Palacios, J., Bustos, J., y Soler, F. (2015) Factores socioculturales vinculados al comportamiento proambiental en jóvenes. *Revista de Psicología*, 1-16.
- Red2Red. (2020). Género y Cambio Climático. Un diagnóstico de situación. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Rivera, P., & Garcés, C. (2018). Desarrollo del comportamiento proambiental en los individuos y sus determinantes. *Revista Española de Investigación Social (REIS)*, 59-78.
- Sempere, Joaquim (2008). *Mejor con menos: Necesidades, explosión consumista y crisis ecológica*. Barcelona: Crítica. 264 p
- Sevillano, V., & Olivos, P. (2019). COMPORTAMIENTO SOCIAL Y AMBIENTE: Influencia de las normas sociales en la conducta. 182-189: *Psychologist Papers*.
- Sharlamanov, K., & Petreska, J. (2019). The conceptualization of lifestyle in sociological Theory. *Sociological Review*, 25-42.
- Steg, L. y Vlek, C. (2009). Encouraging Pro-Environmental Behavior: An Integrative Review and Research Agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309-317.
- Stern, P.C, Dietz, L, Kalof y G.A Guagnano (1995) Values, beliefs, and proenvironmental action: Attitude formation toward emergent attitude objects. *Journal of Applied Social Psychology*, 1611-1636
- Sustainable Lifestyles Education Hub. (2021). Why sustainable lifestyles?. [Enlace](#).
- The Global Commons Alliance. (2021). [Enlace](#).
- The Lancet Countdown. (2021). The 2021 report of the Lancet Countdown on health and climate change: code red for a healthy future. *The Lancet*, 1619-1662.
- UNEP. (2011). VISIONS FOR CHANGE. Recommendations for Effective Policies on Sustainable Lifestyles. Kenya: UNEP.
- UNEP. (2016). A framework for shaping sustainable lifestyles. Nairobi: United Nations Environment Programme.
- UNEP-10YFP. (2014). Programa de Estilos de Vida Sostenibles y Educación, en el marco de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible (Río +20). La definición viene en el Marco Decenal de Programas sobre Patrones de Consumo y Producción Sostenibles (10YFP). Río de Janeiro.
- UNWTO. (2020). Covid-19 y el sector turístico. [Enlace](#)
- Vozmediano, Laura y San Juan, César (2005): Escala Nuevo Paradigma Ecológico: propiedades psicométricas con una muestra española obtenida a través de Internet. [Enlace](#)
- Wells, N., & Lekies, K. (2006). Nature and the Life Course: Pathways from Childhood Nature Experiences to Adult Environmentalism. *Children, Youth and Environments*, 1-24.

- White, K., Habib, R., & Hardsity, D. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83.
- Wiernik, B., Ones, D., & Dilchert, S. (2013). Age and environmental sustainability: A meta-analysis. *Journal of Managerial Psychology*, 7.
- Young, Nathan; Kadykalo, A.N.; Beaudoin, Ch.; Hackernburg, D.M. y Cooke, S. (2021): Is the Anthropause a useful symbol and metaphor for raising environmental awareness and promoting reform? Cambridge University Press. [Enlace](#)
- Zhu, C., Tong, P., & Song, Z. (2021). A Bibliometric and Visual Analysis of Environmental Behavior Research. *Sustainability*, 13.

Referencias por sectores

SISTEMAS ALIMENTARIOS

- Benito, C. G., y Cabedo, C. L. (2021). La Covid-19. efectos y desafíos para la agricultura y la alimentación. *Temas para el debate*, (316), 35-37. [Enlace](#)
- CSCP, UNEW, UoI, UNIBO, Markmar, y IDDRI. (2021). From intention to action. Multi-stakeholder recommendations for making sustainable food consumption a reality. Wuppertal. [Enlace](#).
- CSCP, UNIBO, UoI, IDDRI, UNEW, y CZU. (2021). Food consumption behaviours in Europe. Mapping drivers, trends and pathways towards sustainability. VALUMICS project. [Enlace](#).
- CSCP. (2021). Putting solutions on the table: A review of successful interventions to support more sustainable food consumption behaviours. [Enlace](#)
- Dörrich, J., Kastenhofer, K, Gorton, M., Lemke, F., Nicolau, M., Bethge Jan. (2021). Behaviour changes interventions for more sustainable food consumption. A review of three REWE International cases studies. VALUMICS Horizon 2020 G.A. No 727243. [Enlace](#).
- Fanzo, J., L. et al. (2020). El Panel de Control de sistemas alimentarios es una nueva herramienta para informar una mejor política alimentaria. *Nature food*, 1(5) 243-246. [Enlace](#).
- FAO. (2014). Sustainable food systems: concept and framework. [Enlace](#).
- GAIN, y Universidad Johns Hopkins. (2020). Food Systems Dashboard: About food systems. [Enlace](#).
- IPCC. (2020). Chapter 5: Food Security- Special Report on Climate Change and Land. [Enlace](#).
- Moranta, J. (2019) La sostenibilidad de la pesca y la acuicultura en el sistema agroalimentario español. *Alimentta*. [Enlace](#).
- Moreiras, G., Krug, A., Aperte, E., González, Á., y Tuñón, M. (2018). Alimentación, sociedad y decisión alimentaria en la España del siglo XXI. Fundación Mapfre. [Enlace](#).
- ONU. Iniciativa de la ONU "ACTÚA AHORA" en relación al ámbito de la comida. [Enlace](#).
- Pact, M. U. (2021). Pacto de Milán. [Enlace](#).

- Pérez-Rodrigo, C., Gianzo Citores, M., Hervás Bárbara, G., Ruiz Litago, F., Casis Sáenz, L., y Aranceta-Bartrina, J. (2020). Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España. *Revista española de nutrición comunitaria*, 26(2):0-0. [Enlace.](#)
- Real Instituto Elcano. (2019). Los españoles ante el cambio climático. [Enlace.](#)
- Rodríguez, N. (2021). Rediseño de la cadena de suministro cárnica en base a la economía circular. El papel del consumidor en la transición ecológica. Universidad de Zaragoza. [Enlace.](#)
- Schutter, O. D. (2019). Hacia una política alimentaria común para la Unión Europea. [Enlace.](#)

SALUD

- Backhaus, J., Breukers, S., Mont, O., Paukovic, M., & Mourik, R. (2012). Sustainable lifestyles: Today's facts & tomorrow's trends. SPREAD Sustainable lifestyles baseline report. [Enlace.](#)
- Carrera, E. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. *Revista de Química e Industria Textil*, (220), 20-32. [Enlace.](#)
- FAO (2010) Sustainable diets and biodiversity. Directions and solutions for policy, research and action. [Enlace.](#)
- FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. (2019). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2019. Protegerse frente a la desaceleración y el debilitamiento de la economía. Roma: FAO. [Enlace.](#)
- FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. (2020). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2020. Transformación de los sistemas alimentarios para que promuevan dietas asequibles y saludables. Roma: FAO. [Enlace.](#)
- FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS. (2018). El estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición en el Mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición. Roma: FAO. [Enlace.](#)
- Fresán, U., Martínez-Gonzalez, M. A., Sabaté, J., y Bes-Rastrollo, M. (2018). The Mediterranean diet, an environmentally friendly option: Evidence from the Seguimiento Universidad de Navarra (SUN) cohort. *Public health nutrition*, 21(8), 1573-1582. [Enlace.](#)
- Jaramillo Mantilla, M. (2013). El trabajo infantil. El caso de "El Prado" en Bogotá, D.C. (Colombia). Salamanca: Universidad de Salamanca. [Enlace.](#)
- Morilla, R. (2019). Dieta sostenible: efectos en el binomio salud-medioambiente. Explorando las opciones para llevar un patrón alimenticio saludable y respetuoso con el medioambiente. *Alimentta*. [Enlace.](#)
- Observatorio Salud y Medio Ambiente (2013). Una guía para una vida más saludable y sostenible. Bueno para ti, bueno para el planeta. ECODES y DVK Seguros. [Enlace.](#)
- OMS. (1948). Official Records of the World Health Organization, N° 2, p. 100. [Enlace.](#)
- OMS. (1986). Life-Styles and Health. *Social Science & Medicine*, 22(2), 117-124.
- OMS. (2021). Cambio climático y salud. [Enlace.](#)

- Popkin, B. M. (2015). Nutrition transition and the global diabetes epidemic. Current diabetes reports, 15(9), 1-8. [Enlace.](#)
- Popkin, B. M., Adair, L. S., y Ng, S. W. (2012). Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries. Nutrition reviews, 70(1), 3-21. [Enlace.](#)
- Romanello, M., et al. (2021). The 2021 report of the Lancet Countdown on health and climate change: code red for a healthy future. The Lancet, 398(10311), 1619-1662. [Enlace.](#)
- Yip, C., Crane, G., y Karnon, J. (2013). Systematic review of reducing population meat consumption to reduce greenhouse gas emissions and obtain health benefits: effectiveness and models assessments. International journal of public health, 58(5), 683-693. [Enlace.](#)
- Gobierno de España (2013). La Estrategia española de Promoción de la Salud. Estilos de Vida Saludables. [Enlace.](#)

TEXTIL – MODA

- Carrera Gallissà, E. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. Revista de Química e Industria Textil, (220), 20-32. [Enlace.](#)
- Castro, J. (2021). La Industria Textil y de la Moda. Responsabilidad Social y Agenda 2030. Cuaderno 100. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Enlace.](#)
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. [Enlace.](#)
- Global Fashion Agenda. (2017). Pulse of the Fashion Industry Agenda. Extraído el 15 de mayo de 2017. [Enlace.](#)
- Joergens, C. (2006). Ethical fashion: myth or future trend?. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. 10, 360-371. [Enlace.](#)
- Morgan, Louise R. y Birtwistle, Grete. (2009). An Investigation of Young Fashion Consumers' Disposal Habits. International Journal of Consumer Studies, 33 (2), 190-198. [Enlace.](#)
- Rodríguez, B. y Martín, E. (2019). Actitudes ante la sostenibilidad y la moda: una exploración por grupos de edad. aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación. 20, 20-35. [Enlace.](#)
- Rodríguez, M. (2018). Consumo responsable de prendas de vestir. Necesidad de consenso social en la industria y el comercio textil. Distribución y Consumo, 28(153), 111. [Enlace.](#)
- Sánchez, P., Gago-Cortés, C., y Alló, M. (2020). Moda sostenible y preferencias del consumidor. 3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico, 9(3), 39-57. [Enlace.](#)
- UN Alliance for Sustainable Fashion (2021) Synthesis Report on United Nations System-wide Initiatives related to Fashion. UNASF.
- UNEP (2020). Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain. Paris: Economic Division.

TURISMO

- Alternativas, F., y Ecoembes. (2017). Informe sobre sostenibilidad en España 2017. [Enlace.](#)
- Álvarez-Sousa, A. (2004). Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI. Turismo, ocio y deporte. Transformaciones globales: confianza y riesgo, grupo: VIII Congreso Español de Sociología. Universidade da Coruña, pp. 15-41. [Enlace](#)
- Araña Padilla, J., y León González, C. J. (2017). Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. Cuadernos económicos de ICE. (93), págs. 45-68. [Enlace.](#)
- BBVA. (2021). ¿Qué es el turismo sostenible y cómo puede salvar al planeta?. [Enlace.](#)
- Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., y Scarles, C. (2009). Research Perspectives on Responsible Tourism. Journal of Sustainable Tourism, 16(3). [Enlace.](#)
- Dickinson, J. E. y Lumsdon, L. M. (2010). Slow Travel and Tourism. London. Washington Earthscan. [Enlace.](#)
- European Travel Commission. (2016). Lifestyle trends & Tourism: How changing consumer behavior impacts travel to Europe. Brussels: European Travel Commission. [Enlace.](#)
- Rivera, J. y Pastor, R. (2020). ¿Hacia un turismo más sostenible tras el covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. Gran tour, revista de investigaciones turísticas, (21). [Enlace.](#)
- Gössling, S., y Peeters, P. (2007). 'It does not harm the environment!'. An analysis of industry discourses on tourism, air travel and the environment. Journal of Sustainable Tourism, 15(4), 402-417. [Enlace.](#)
- Informe sobre Sostenibilidad en España 2017: Cambio de rumbo, tiempo de acción. [Enlace.](#)
- Kollmuss, A., y Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to proenvironmental behaviour?. Environmental Education Research, 8(3), 239-260. [Enlace.](#)
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., y Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. Nature climate change, 8(6), 522-528. [Enlace.](#)
- Ministerio de Industria, C. y. (2019). Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. [Enlace.](#)
- OMT. (2020). Directrices Globales de la OMT para reiniciar el turismo. [Enlace.](#)
- OMT. (2020). Programa de Turismo Sostenible de One Planet. [Enlace.](#)
- Org, U. (2005). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook - Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica (Versión española). [Enlace.](#)
- Org., U. (2020). Transformar el turismo para la acción por el clima. [Enlace.](#)
- Osti, L., y Goffi, G. (2021). Lifestyle of health & sustainability: The hospitality sector's response to a new market segment. Journal of Hospitality and Tourism Management, 46, 360-363. [Enlace.](#)
- Salazar, S. C. (2020). Impactos socioeconómicos y medioambientales del turismo en España. Observatorio Medioambiental, 23, 243. [Enlace.](#)

- Sánchez, A. B. (2017). El turismo español suspende en sostenibilidad. [Enlace.](#)
- UNWTO. (2019). Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte. Modelización de resultados. [Enlace.](#)
- Vierk, T. M. (2020). Turismo Sostenible en la Generación Millennial. Universidad de Alicante. Departamento de Marketing. [Enlace.](#)
- WWF (2018). Out of the Plastic Trap, saving the Mediterranean from plastic pollution. World Wide Fund. Mediterranean Marine Initiative, Rome, Italy. [Enlace.](#)
- Xinran, L. Y., & R. Lehto, M. (2019). Vacation as a Public Health Resource: Toward a Wellness-Centered Tourism Design Approach. Journal of Hospitality & Tourism Research, 43(7), 935-960. [Enlace.](#)



Fundación Biodiversidad

Peñuelas, 10 (acceso garaje) - 28005 Madrid | fundacion-biodiversidad.es

