

MEMORIA

IV SEMINARIO PUERTA DE LA BIODIVERSIDAD

Jueves 16 de marzo de 2023

Fundación Biodiversidad. Patio de Banderas, 16 - Sevilla

Retos y oportunidades en los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza



IV SEMINARIO
Retos y oportunidades en los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza

Sevilla
Sede de la Fundación Biodiversidad

16 de marzo
10:30 h

#PuertaDeLaBiodiversidad

Puerta de la biodiversidad
CICLO DE CONFERENCIAS

GOBIERNO DE ESPAÑA
VICEPRESIDENCIA TERCERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO
Fundación Biodiversidad

Contenido

1	PROGRAMA DE LA JORNADA.....	2
2	INTRODUCCIÓN	4
3	PRESENTACIÓN DEL INFORME “ANÁLISIS SOCIAL Y PSICOSOCIAL SOBRE FACTORES INFLUYENTES EN LOS CAMBIOS DE ESTILOS DE VIDA”	6
4	RELATORÍA DE LAS MESAS DE TRABAJO Y DEL SEMINARIO.....	9

1 Programa de la Jornada

- 10:30-10:40 **Bienvenida.** Elena Pita. Directora de la Fundación Biodiversidad de MITECO.
- 10:40-11:00 **Presentación del informe** (Link) “Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida”.
María Coto, Directora del Área de Desarrollo Rural. Red2Red, consultora encargada de la elaboración del estudio.
- 11:00-11:45 **Mesa redonda. Las claves para pasar a la acción y avanzar en la transición hacia estilos de vida sostenibles: la visión desde la administración, la academia, la sociedad civil y los medios de comunicación.**
Modera: Víctor Gutiérrez, Coordinador Fundación Biodiversidad.
Eva García Sempere. Asesora Gabinete, Ministerio de Consumo.
Samuel Juárez. Vocal Asesor, Secretaría General de Agricultura y Alimentación, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Ricardo García (Link). Catedrático de Psicología Social de la Universidad de Coruña (UDC) y Coordinador del Proyecto Europeo GLAMURS.
Conchi Piñeiro. Delegada del Patronato de la FUHEM.
Jose Luis Fernández Checa. Agencia EFE.
- 11:45-12:45 **Mesa redonda. Está pasando: iniciativas que inspiran.**
Modera: Sergio Fernández, Coordinador Fundación Biodiversidad.
Impulsando cambios hacia estilos de vida sostenibles en un campus universitario (Link). Javier Carbonero. Oficina Verde de la Universidad de Salamanca.
De la huerta al comedor escolar (Link). Piero Carucci. Programa Horta-Cuina, CERAI.
Empresas implicadas con la transición hacia estilos de vida sostenibles (Link). Lucas Hunter. Head de Estándares B Corp & Programas de Impacto.
Un ejemplo de colaboración público-privado para un turismo sostenible y comprometido (Link). Francisco Contreras. Director del Parador de El Saler.
La participación para la base de los cambios (Link). Lola Bueno. Portavoz de la Asamblea Ciudadana para el Clima (ACC).
Vincular alimentación, naturaleza y mundo rural para un cambio de narrativas. Rosa Castizo. Coordinadora del Observatorio La Rábida de Desarrollo Sostenible y Cambio Climático.
- 12:45-13:00 **Conclusiones.** Ignacio Torres, subdirector de la Fundación Biodiversidad.

15:00-16:30 **Mesa de trabajo de generación de recomendaciones para los cambios de estilos de vida**

Participantes:

- Conchi Piñeiro. Delegada del Patronato de la FUHEM.
- Javier Carbonero. Oficina Verde de la Universidad de Salamanca.
- Piero Carucci. Programa Horta-Cuina, CERAI.
- Lucas Hunter. Head de Estándares B Corp & Programas de Impacto.
- Francisco Contreras. Director del Parador de El Saler.
- Lola Bueno. Portavoz de la Asamblea Ciudadana para el Clima (ACC).
- María Sintés. Oficina Española de Cambio Climático del MITECO.
- Esther Bueno. Sección de Información y Documentación Ambiental CENEAM (OAPN).
- Samuel Juárez. Vocal Asesor, Secretaría General de Agricultura y Alimentación, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Eva García Sempere. Asesora Gabinete, Ministerio de Consumo.
- Jose Luis Fernández Checa. Agencia EFE.
- Amaya Sánchez. WWF/España.
- Lola Hermida. Fundación Vida Sostenible.
- Marina Ortega. Fundación CONAMA.
- Rubén Muñoz. iCatalist.
- Rosa Castizo. Coordinadora del Observatorio La Rábida de Desarrollo Sostenible y Cambio Climático.
- Amaya Apesteguía, especialista área de Sostenibilidad, Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).
- Anabel Bolívar. Técnica de proyectos y comunicación, Asociación de Ecoturismo en España, Club Ecoturismo en España.

16:30-17:00 **Puesta en común, despedida y cierre**

2 Introducción

La Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico tiene como objetivo conservar el patrimonio natural y la biodiversidad de nuestro país con el fin de promover la creación de empleo sostenible, riqueza natural y bienestar para nuestra sociedad. Entre sus actuaciones, trabaja en proyectos transformadores para abordar los retos derivados de la transición ecológica y la reconstrucción verde, con la participación de diversas entidades y unidades ministeriales, que sean innovadores desde todos los ámbitos (tecnológico, social, metodológico o de gestión), y que integren el enfoque de soluciones basadas en la naturaleza.

En este contexto, la Fundación Biodiversidad impulsa dentro de la línea estratégica de lucha contra las causas de pérdida de biodiversidad, **el programa “Cambiar los estilos de vida para recuperar la naturaleza”**, financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU, una iniciativa para promover medidas que integren y fomenten estilos de vida más sostenibles en la ciudadanía. Asimismo, se actúa en dos modelos transversales: el fomento de la compra pública ecológica y acciones desde la educación.

Para la escalabilidad de modelos de producción y consumo transformadores, el programa pretende generar mecanismos de gestión del conocimiento y de intercambio de experiencias y capacitación, para consolidar el impacto a nivel nacional e impulsar cambios en las políticas públicas.

En este marco, se ha elaborado un **análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida**, que identifica, además, comportamientos y patrones de consumo para generar mayor vínculo y conexión entre las personas y la naturaleza, así como hábitos que mejoren la salud de la ciudadanía.

Los resultados del informe se presentan en el encuentro **IV Seminario Puerta de la Biodiversidad: Retos y oportunidades en los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza** el 16 de marzo de 2023 en la sede de la Fundación Biodiversidad en Sevilla.

El acto se inicia con una bienvenida institucional y una presentación del informe “Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida”.

A continuación, tuvieron lugar dos mesas redondas. En la primera de ellas se abordaron **“Las claves para pasar a la acción y avanzar en la transición hacia estilos de vida sostenibles: la visión desde la administración, la academia, la sociedad civil y los medios de comunicación”**. La segunda mesa se centró en distintas experiencias concretas que marcan caminos hacia modelos más sostenibles: **“Está pasando: iniciativas que inspiran.”**

Por la tarde se realizaron **mesas de trabajo** con el objetivo de generar debate y obtener un documento de conclusiones y recomendaciones en torno a dos temas: **Oportunidades, barreras y recomendaciones de los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza** (En relación

a distintas dimensiones: políticas, económicas, sociales, tecnológicas, legales, ecológicas, etc.) y **Propuestas de comunicación para el cambio de estilos de vida para recuperar la naturaleza**, centrando el análisis en los destinatarios, los canales y los mensajes.

En las mesas de trabajo participaron los ponentes de cada una de las mesas redondas de la mañana, los participantes invitados a la jornada y el equipo de la Fundación Biodiversidad.

El presente documento refleja tanto los temas abordados en la presentación del informe y en las mesas redondas de la mañana, como las conclusiones de las mesas de trabajo de la tarde.

Objetivos de la jornada:

- Difundir los resultados del informe **“Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida”**.
- Propiciar **un espacio de reflexión, punto de encuentro y foro de trabajo** sobre diversos ámbitos de actuación relacionados con los estilos de vida sostenibles.
- Identificar **iniciativas ejemplares replicables, escalables y financiables** que permitan promover cambios de comportamiento y fomentar hábitos de consumo más sostenibles.
- Crear una mesa de trabajo a raíz de la cual se genere un **documento de conclusiones y recomendaciones** sobre los temas abordados.

Lugar de celebración y público destinatario:

El seminario se realizó en un formato híbrido. Se desarrolló físicamente en la sede de la Fundación Biodiversidad en Sevilla, y tanto la presentación del informe como las mesas redondas de la mañana se retransmitieron por “streaming”. La emisión *online* se pudo seguir en directo a través de las redes sociales de la Fundación Biodiversidad ([Twitter](#), [Facebook](#), [Instagram](#) y [YouTube](#)). Para fomentar la asistencia, se reforzó la difusión a través de RRSS, tanto en los perfiles de la FB como en la de los intervinientes. Los asistentes a la jornada presencial fueron seleccionados entre entidades representativas del sector de la sostenibilidad, la conservación y la comunicación ambiental.

El vídeo de la jornada puede visualizarse en el siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=oesZBpdp-sM>

3 Presentación del informe “Análisis social y psicosocial sobre factores influyentes en los cambios de estilos de vida”

El trabajo promovido por la Fundación Biodiversidad y desarrollado por el equipo de Red2Red persigue como objetivo final realizar un análisis social y psicosocial para identificar los factores influyentes en los cambios de estilo de vida, comportamientos proambientales y en los patrones de consumo para generar mayor vínculo y conexión entre las personas y la naturaleza y generar hábitos sanos y saludables.

Después de una exhaustiva revisión bibliográfica y haber procesado y sistematizado diversa información sobre los factores influyentes en los cambios de estilos de vida, profundizamos en ello con la participación de una serie de personas expertas, que a través de entrevistas nos sirvió para contrastar, matizar e incluir nuevas apreciaciones. El resultado final es este informe que define diversas propuestas de incidencia en la sociedad para el cambio en los estilos de vida.

Primeramente, nos detenemos en la propia definición de qué son estilos de vida sostenibles; son formas de vida caracterizadas por elecciones y acciones individuales que minimizan el uso de recursos naturales, emisiones, desechos y contaminación que son posibles 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. Esta es la definición que nos proporciona la UNEP y lo importante es que entendamos que estamos hablando de un conjunto de hábitos y pautas de comportamiento que están arraigados en una sociedad y facilitados por las instituciones, las normas y las infraestructuras. De este modo, la creación de nuevos estilos de vida supone repensar nuestra forma de vida, cómo compramos, qué consumimos, pero, no sólo eso, también implica repensar cómo organizamos nuestra vida cotidiana, cómo socializamos, la forma en la que intercambiamos, compartimos, educamos y también construimos identidades.

Se trata, por tanto, de un reto complejo que implica, finalmente, transformar nuestra sociedad y tratar de encaminarnos hacia un mayor equilibrio con nuestro entorno natural.

La primera parte de análisis de los factores que influyen en los cambios de estilo de vida se ha agrupado en cuatro bloques:

- **Factores sociodemográficos** como pueden ser edad, género, las experiencias de la infancia, la estructura del hogar, nivel de ingresos, etc.
- **Factores individuales y psicológicos** que están vinculados a los propios rasgos de la personalidad, la conducta ecológica y proambiental, las emociones, las experiencias vitales.
- **Factores socioculturales**, cómo nos influyen las normas sociales, el contexto cultural en el que nos desarrollamos, las experiencias comunitarias y locales
- **Factores contextuales** como puede ser el marco normativo institucional, los valores de la cultura de la sociedad en la que vivimos, la disponibilidad y el uso del tiempo, entre otros.

Es importante considerar la segmentación socioecológica para diseñar acciones de una forma más exitosa, pues tendremos diferencias en función de las características específicas de los grupos de población, pero también de los esquemas de valores de la población a la que nos dirigimos. Es relevante tratar de analizar y de identificar la posición que la naturaleza ocupa en el sistema de valores y creencias que da sustento a los estilos de vida dominantes. Entender esto es una primera vía de acción.

Las propuestas de incidencia general que emanan del estudio se han agrupado en siete bloques, que son los siguientes:

- El primer bloque, que podría ser transversal a todas las acciones que proponemos, es el **conocimiento científico para la toma de decisiones**. Los estilos de vida son algo muy complejo y en lo que inciden múltiples variables y elementos, por ello nuestra propuesta es que este conocimiento tiene que ser una combinación de áreas o una generación desde un enfoque multidisciplinar en el que pueden intervenir la psicología, la economía, la sociología, etcétera. Posteriormente, tras generar el conocimiento claro, el gran reto es vincular ese conocimiento con las propuestas de acción y con la toma de decisiones y la implementación en las políticas en relación con este bloque.
- Un segundo bloque lo hemos centrado en hablar de los **nudges o pequeños empujones** que es una herramienta que está enmarcada en las ciencias del comportamiento y que se basa en definir que nuestra forma de actuar no es, en gran parte, tan racional como como podemos suponer y en muchos casos utiliza múltiples atajos mentales y sesgos a la hora de tomar decisiones. Esto implica que si conocemos y anticipamos cuáles son esos sesgos y esos atajos, podemos intervenir en ellos y de alguna forma, podemos influir en los comportamientos. De esta forma, cambios sutiles en el contexto pueden inducirnos a actuar de una forma diferente, si nuestro propósito es lograr ese comportamiento más sostenible. Entramos dentro de lo que llamamos los nudges verdes, podemos orientar a las personas a tomar decisiones más sostenibles y ecológicas. Algunos ejemplos podrían ser cuando aquellos pequeños empujones que apelan al comportamiento ecológico generan una imagen positiva en los otros, entonces, por ejemplo, hay experiencias en las que simplemente cambiando la disposición de las comidas en un comedor universitario y poniendo los productos más ecológicos delante se favorece que los estudiantes elijan esos productos.
- En el tercer bloque nos detenemos en los **cambios en los modelos de consumo y producción**, entendiendo estas dos cuestiones como dos caras de la misma moneda. Por un lado, acciones que fortalezcan o que estén encaminadas a lograr un consumidor consciente, un consumidor que cuenta con información, pero que también está concienciado, trabajando a través de canales de la información, de la sensibilización, de la educación. Pero, no es suficiente con trabajar con el consumidor, sino que también hay que generar ciertos cambios en la producción; estamos hablando de reorganizar de

alguna forma nuestro sistema productivo hacia un sistema que utilice menos recursos y que genere menos residuos. El mensaje clave es volvernos más próximos, más pequeños y conectar más con el territorio, relocalizar.

Todo ello no puede suceder si no existe un marco institucional que permita este cambio: políticas públicas, regulaciones e incentivos orientados a ahorrar, pero también reglamentos y prohibiciones y el impulso de la contratación verde.

- En el cuarto bloque nos centramos en la **participación social y el impulso de iniciativas locales**. La idea clave es que el compromiso y la participación en actividades comunitarias es un motor para el cambio social. Se comprueba que aquellas propuestas de cambio que se asientan sobre motivaciones y aspiraciones de las personas, como puede ser estar con otras personas, compartir espacios, compartir tiempo, pueden ser generadoras de satisfacción y pueden impulsar el cambio. Por tanto, la escala local, la escala de barrio se considera un nivel óptimo para promover este tipo de intervenciones. Además, debido al efecto imitación, en el momento en el que un individuo aprecia que en su barrio hay una serie de comportamientos proambientales, es más fácil que pase también a tener este tipo de comportamiento.
- En un quinto punto nos detenemos en la **gestión y disponibilidad del uso del tiempo**. La premisa es que el tiempo es un ingrediente clave para el cambio en los estilos de vida. Al final, los comportamientos que son menos sostenibles están, en gran parte, condicionados por el tiempo que tenemos y la autonomía que tenemos a la hora de organizarnos en la vida cotidiana, como es el caso de la alimentación y la movilidad. La desaceleración y disponer de tiempo son elementos clave en el cambio que proponemos. La aceleración del consumo insta a comportarse de una forma menos sostenible.
- En un sexto punto nos detenemos en la **necesidad de cambios sistémicos desde el contexto global socioeconómico que vivimos**. Es importante conocer la complejidad de la crisis sociológica en la que estamos, la multicausalidad, para tratar de proponer propuestas dirigidas a todos estos factores. Enfatizamos la necesidad de transitar hacia una nueva cultura de la suficiencia, en la que abandonemos la creencia de expansión ilimitada y entendamos el proceso de transición en el que estamos y nos preparemos para él. Es necesario trabajar en propuestas sintéticas que actúen de forma simultánea, tanto en el plano sistémico-institucional como en el individual. Se trata de promover acciones con una mirada a medio y largo plazo que favorezcan la anticipación a los cambios que vamos a vivir, que nos permitan reorganizarnos y hacerlo de una forma cohesionada, solidaria y también creativa.
- El séptimo punto hace referencia al **cambio de narrativas** y el mensaje clave es enfatizar que estamos ante un reto colectivo y que es necesario un nuevo contrato social. Podemos impulsar este proyecto colectivo de una forma atractiva e ilusionante ante

esta propuesta de reorganización. Es importante incidir en cómo estamos comunicando y en lograr hacerlo de una forma más efectiva, desde la empatía y la conexión emocional con la sociedad. Es muy relevante impulsar y reforzar nuevos liderazgos y la ejemplaridad de la Administración ante este reto. Potenciar la influencia de determinados grupos que llevan desarrollando su función durante mucho tiempo y también los nuevos referentes con actitudes solidarias, actitudes sostenibles que pueden emerger de cualquier ámbito de la sociedad y, por último, todo esto requiere nuevas formas de gobernanza, nuevas formas de colaboración público, privada y social, que trabajen de forma coordinada ante este reto.

El estudio contempla propuestas específicas para cuatro sectores:

- **El sistema alimentario:** es un sector que tiene un potencial de transformación muy importante y, por tanto, es un sector muy interesante para trabajar en este cambio que buscamos.
- **La salud:** se detecta que es una puerta de entrada hacia el cambio de estilos de vida.
- **Textil y moda:** enfatizamos la idea de la desaceleración, de pasar del fast fashion a otros modelos de consumo más a largo plazo, pasar de la cantidad a la calidad.
- **Turismo:** es un sector con mucho potencial para introducir cambios en los ámbitos en los que se desarrolla. Hay que trabajar con todas las esferas del mismo, incluidas las comunidades locales de acogida de este turismo.

Como resumen de ideas clave, ponemos énfasis en el enfoque sistémico, en la interrelación de todas estas cuestiones. El reto ante el que estamos es muy complejo y requiere que concretemos y que prioricemos. Es necesario que nuestras acciones se basen en lo que nos está enseñando la ciencia y la investigación. Es necesario actuar con el individuo y con un nivel amplio de instituciones. Es preciso desacelerar y también disminuir el consumo, reforzar lo colectivo y prestar una especial atención a los colectivos vulnerables, y facilitar que este proceso de cambio sea accesible a todos los sectores de la población y, por último, debemos seguir con un aprendizaje continuo, seguimiento y evaluación para ver lo que estamos logrando y lo que no.

4 Relatoría de las mesas de trabajo y del seminario

Mensajes de las mesas de trabajo

En las mesas de trabajo se analizaron las **barreras, oportunidades y recomendaciones de los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza**. El análisis se realizó teniendo en cuenta el esquema de análisis PESTLE; que incluye la dimensión política, económica, social, tecnológica, legal y ecológica. Por otro lado, se **establecieron propuestas de comunicación para el cambio de estilos de vida para recuperar la naturaleza** para distintos sectores sociales.

Barreras de los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza

Se identifica que existen diversas barreras que afectan e influyen en los **factores individuales y psicológicos** para realizar cambios de estilos de vida como la resistencia al cambio: el individualismo, el hiperindividualismo, la gestión y uso del tiempo, malestares como la soledad no deseada y el agotamiento (crisis económicas muy seguidas, pandemia, guerra, etc.).

Desde el punto de vista de los **factores socioculturales**, podemos identificar una falta de educación, información y formación de la ciudadanía en temas de sostenibilidad. En ocasiones, existe un exceso de información, que paradójicamente, resulta contraproducente, ya que produce fatiga informativa y dificultades para distinguir la información relevante y veraz. En algunos casos, se produce desinformación y manipulación de la información, paradojas e incoherencias, la perversión del uso de determinados términos (como sostenibilidad o libertad, que producen que cualquier intención de cambio de hábito se pueda considerar un ataque a tu libertad), lagunas de conocimiento y barreras de información, que generan confusión entre la ciudadanía.

Existen otros factores que dificultan la transición, como la complejidad de hablar de cambios de modelos de vida y la definición actual de bienestar, que está basada en el consumo, y por tanto, es reduccionista y está desacoplada de la realidad. Es necesario cambiar los indicadores en los que basamos el éxito y generar una cultura de la participación y el acercamiento entre la ciudadanía y las instituciones.

En cuanto a los **factores contextuales**, es importante fomentar contextos socioeconómicos facilitadores. Algunos de los factores que dificultan los cambios de estilos de vida en nuestra sociedad son la cultura del hiperconsumo, la falta de tiempo, los precios más elevados de las opciones sostenibles, el decalaje entre producción y consumo y la dependencia del crecimiento de nuestro modelo económico. Por otro lado, existen fuertes intereses de las grandes compañías de persuadir a la población para continuar con el modelo de vida y consumo actual, que tienen un alcance mucho mayor. Para poder afrontar estas barreras contextuales es fundamental contar con una nueva normativa adaptada a los tiempos actuales.

Oportunidades de los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza

En cuanto a los **factores individuales y psicológicos**, el agotamiento de la población a causa de la sucesión de diversas crisis sociales y ambientales de los últimos años puede suponer un empujón o palanca de cambio para la transformación. Otro de los factores que impulsan el cambio es la salud y el bienestar, por lo que es clave evidenciar la relación entre los estilos de vida sostenibles y nuestra salud, la de las personas que nos rodean y la del propio planeta.

Los **factores socioculturales** y educativos suponen una gran oportunidad para los cambios de estilos de vida. Por un lado, la integración de la educación para la sostenibilidad en todas las etapas educativas supone una interesante herramienta para el cambio de hábitos de alumnado, profesorado, y de toda la comunidad educativa en general. Parece relevante centrar los

mensajes en el bienestar y visibilizar las tres dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, económica y social, que permiten una perspectiva más amplia que ayuda a comprender la complejidad de la transición. Es fundamental el cambio conceptual de pasar de una cultura del crecimiento, al desarrollo sostenible y desacoplar la prosperidad de la sociedad de la superación de los límites planetarios.

Los aspectos sociales y relacionales son clave. Necesitamos generar más espacios de encuentro y colaboración, construir objetivos compartidos, planificar estrategias de acción común y colaborar más para escalar propuestas y acciones. Es necesario equilibrar el impacto y propósito de nuestras acciones, para hacerlas más eficientes. El sistema alimentario es un importante motor de cambio. En este sentido, uno de los factores que suponen una oportunidad es poner en valor la dieta mediterránea y normativas como la de reducción del desperdicio alimentario.

Algunos **factores contextuales** que suponen una oportunidad para el cambio son la situación de recesión, escasez de recursos y crisis energética, que nos han abocado a replantearnos nuestro modelo actual de consumo. Es clave aprovechar la nueva normativa europea y los fondos europeos para generar cambios hacia modelos más sostenibles.

Recomendaciones para los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza

Algunas recomendaciones con respecto a los **factores individuales y psicológicos** son recuperar el valor positivo del esfuerzo, convencer de las ventajas del cambio, y centrar los mensajes en la salud y bienestar como motor de cambio. Para promover estos cambios es necesario conocer y conectar más con el análisis de comportamiento y evaluar el impacto de nuestras acciones a nivel individual.

En cuanto a los **factores socioculturales** es necesario repensar las estructuras de ayuda desde un enfoque menos paternalista, potenciar que emerjan nuevos liderazgos y no menospreciar la capacidad de incidencia de la ciudadanía. Las emociones pueden ser una palanca de cambio cultural. Generar comunidad es una llave para el cambio sociocultural; es necesario reforzar las comunidades y el sentimiento colectivo desde pequeños grupos y generar espacios de encuentro que permitan el contacto directo y la construcción colectiva.

Deben comunicarse al ciudadano los beneficios de la transición ecológica, hablar de reequilibrio y prosperidad en lugar de decrecimiento y elevar a las personas de su rol de consumidoras. Los mensajes deben ser concretos y centrados en las soluciones, más que en los problemas, y no poner el peso de la responsabilidad en el eslabón más débil (ej. productores, consumidores...). La formación del profesorado es otro de los aspectos clave que permitirán un cambio de narrativas.

Los cambios deben ser progresivos y deben visibilizarse proyectos piloto ejemplarizantes que puedan escalarse. Por último, es necesaria la evaluación continua de las acciones colectivas.

En cuanto a los **factores contextuales**, es clave la mejora de los contextos socioeconómicos. Deben concretarse propuestas dirigidas a los distintos territorios y segmentos (normativo, productivo y ciudadanía). Se recomienda generar un catálogo de nudges (o pequeños empujones) a todos los niveles.

Las Administraciones y empresas deben evaluar el funcionamiento estructural de la institución para poder mejorarla, para lo cual deben aumentar las auditorías y las inspecciones de forma que se reduzcan los incumplimientos.

Las Administraciones deben tener un papel ejemplarizante, como en el caso de la compra pública y promover acciones de información como las oficinas de asesoramiento energético.

Debe ponerse en valor la importancia de cerrar ciclos, generar transferencia de conocimiento de proyectos ejemplarizantes en curso y elevar estas buenas prácticas a propuestas legislativas. Es clave realizar un acompañamiento a los actores en transición.

Es necesario explorar nuevos modelos de gobernanza y replicar algunas metodologías, como la de las asambleas climáticas.

Algunas propuestas concretas de acciones ejemplarizantes son el fomento del consumo de Km 0 y fomentar algunas plataformas de consumo colaborativo como Wallapop, Blablacar y Too Good to Go.

Propuestas de comunicación para el cambio de estilos de vida para recuperar la naturaleza

Algunas **recomendaciones generales** en cuanto a las **herramientas de comunicación** son, en primer lugar, tener una estrategia clara de comunicación, aprovechar los momentos y contextos en clave de oportunidad y mantener los mensajes en el tiempo.

Las administraciones tienen un papel ejemplarizante, también en la comunicación para el cambio hacia estilos de vida más sostenibles, por lo que deben ser coherentes y las primeras en abrir camino.

Es clave ir más allá de la información, apelar a las emociones, a la seducción que genere el cambio. Para ello debemos ser capaces de trasladar los beneficios de la transición hacia estilos de vida sostenibles.

Hay que tener en cuenta que se está construyendo una visión de sociedad a futuro que requiere de un cambio cultural, que superen la cultura del consumo.

Una herramienta muy interesante podría ser crear un manual de buenas prácticas de comunicación ambiental, y más en concreto, sobre estilos de vida sostenibles.

Es interesante explorar las potencialidades de la inteligencia artificial como herramienta para la comunicación para el cambio a estilos de vida más sostenibles.

En cuanto a los **mensajes**, deben ser sencillos, concisos, comprensibles y adaptados a una diversidad de destinatarios. Es necesario salir del argot científico-técnico. Los conceptos son complejos, pero deben expresarse de forma sencilla, con pedagogía, pero sin renunciar a la complejidad.

Es importante no culpabilizar ni adoctrinar, sino crear un proyecto ilusionante al que se quieran sumar, un escenario con mejor gestión del tiempo y con más peso de lo relacional, lo colectivo.

Los mensajes deben ser equilibrados, basados en la salud y la alimentación y centrados en el ahorro de energía y recursos en tiempos de crisis.

Recomendaciones de comunicación para distintos sectores para los cambios de estilos de vida para recuperar la naturaleza

En el caso de los **jóvenes**, se deben usar sus **canales** (RRSS) y sus **referentes** (influencers, etc.). En el caso de las universidades, pueden usarse espacios como las ferias de bienvenida al inicio de curso para comunicar los proyectos de sostenibilidad en los campus y captar estudiantes con interés. Los **mensajes** deben tener un enfoque positivo.

Para la **ciudadanía** y el **público en general**, es recomendable usar todos los **canales** posibles, especialmente campañas de concienciación y marketing tradicional. En cuanto a los **mensajes**, es relevante comunicar la crisis mediante mensajes positivos, que incorporen la oportunidad de cambio. Los mensajes deben ser claros, evitar las contradicciones, con información e invitación a la reflexión personal. Deben apelar a la emoción y al individuo (¿Qué quieres dejar a tus hijos? ¿Dónde quieres vivir?). Es importante identificar las ventajas sobre la salud y mostrar que otras formas de vivir son posibles. Es necesario enfocar el reto colectivo como oportunidad y las ventajas de la interdependencia y la fuerza de la colaboración.

Puede ser interesante establecer un catálogo con ventajas, elecciones de consumo más económicas y de impacto más positivo.

Los mensajes deben enfocarse a su papel como ciudadanos, no únicamente como consumidores y aprovechar el momento adecuado para enviar los mensajes.

En el caso de la **población local**, para la ciudadanía de barrios y pueblos es importante utilizar como referentes a los “influencers” de barrios y pueblos a nivel local. En cuanto a los **mensajes**, es importante convencer de la ventaja en su contexto.

En el caso de la **Administración local** es interesante crear un catálogo de impulsos y buenas prácticas municipales.

Un público destinatario importante son los **funcionarios y personal de la administración pública**, ya que tienen un papel fundamental en la implantación de los cambios normativos. Como canales, se recomienda usar las herramientas de información propias de la administración.

En el caso de los **gobiernos y partidos políticos**, las propuestas de información e incidencia política deben incluir el mensaje de la importancia de llevar a cabo cambios hacia la sostenibilidad para obtener apoyo social y votos.

Es importante usar distintos **canales** como los informativos de TV, series, documentales, radios, museos, teatros, editoriales, etc. Los mensajes deben tener el foco en las narrativas posibles.

Por último, para llegar a las **empresas** es recomendable usar sus foros de encuentro sectoriales. Es importante que los mensajes sean incentivadores a la producción sostenible (materiales, energía, procesos, etc.) y apelar a la ventaja competitiva y a la oportunidad.

Cierre del seminario

El IV Seminario Puerta de la Biodiversidad ha sido un espacio de reflexión en el que se ha tratado de analizar todos los factores que inciden en la apuesta por una vida más sostenible.

Se ha incidido específicamente en la necesidad de un cambio en los modelos, tanto en los de producción, como en los de consumo. Los consumidores deben ser conscientes y estar bien informados, para ello, los medios de comunicación desempeñan un papel clave y muy trascendental.

Tanto la reorganización de los sistemas como el alimentario, los avances dados en los marcos regulatorios como en el caso del etiquetado verde, también el impulso de las iniciativas locales, y la disponibilidad de tiempo son relevantes e influye en todas nuestras decisiones.

El reto es colectivo, no tenemos que poner el foco únicamente en las personas, y dirigirnos a ellas con empatía. No se debe generar una imagen catastrofista a la que estamos abocados si no se logran los cambios. El reto debe ser ilusionante, incluso a todos los ámbitos de la sociedad.

Son múltiples los beneficios psicológicos de los cambios de estilos de vida. Ha quedado muy claro, tanto desde la universidad, las administraciones, los paradores, las entidades de comunicación, las asociaciones locales, las iniciativas locales, las empresas comprometidas, es que todos tenemos que seguir trabajando para, en un futuro muy próximo, tener un estilo de vida sostenible, con bienestar para toda la sociedad, para todas las personas e igualitario.