9 ¿Cómo podemos comunicar a la población de España la importancia que tienen los servicios de los ecosistemas para su bienestar?

Del dicho al hecho. De la teoría a la acción

MENSAJES CLAVE

- De forma global, la población europea y la española no visibiliza los vínculos entre los ecosistemas, la biodiversidad y su bienestar. No sienten que el deterioro de los ecosistemas y la pérdida de la biodiversidad sea un problema que les atañe y además no saben qué papel deben desempeñar como ciudadanos para enfrentarse y actuar en su solución.
- Existe un gran potencial de participación e implicación de entidades gubernamentales y no gubernamentales que comparten los mismos objetivos y estrategias que propone EME y que pueden ser la base de cambios para la transición a la sostenibilidad.
- La conservación de los ecosistemas y la Biodiversidad no debe abordarse sólo por expertos en diferentes áreas de la naturaleza, es necesaria una estrecha colaboración entre científicos, gestores y la población a través de procesos participativos.
- La información que recibimos cotidianamente sobre la conservación de los ecosistemas y su biodiversidad será valiosa y útil cuando las personas sean capaces de emplearla y aplicarla en su vida cotidiana. Los mensajes que se proponen desde el EME van en esta dirección.
- Educar ambientalmente es también educar para un consumo sostenible, que implica nuevas formas de ver, pensar y actuar en relación con el consumo de bienes y servicios del sistema económico que proceden de nuestros ecosistemas y su biodiversidad.

Ecológicamente -la educación ambiental- consiste en restaurar
la pérdida de conciencia de la repercusión de
nuestras acciones y consiguientemente la posibilidad
de adoptar conductas ambientalmente responsables, revisando
y modificando ciertos aspectos de nuestra interacción con la Biosfera.

Fernando González Bernáldez (1933-1992)

LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA BIODIVERSIDAD EN ESPAÑA

Para poder diseñar una intervención de comunicación es fundamental partir del nivel de conocimientos, opiniones o predisposiciones de la población sobre el tema concreto en el que se desea actuar. Los eurobarómetros realizados en 2007 y 2010 por la Comisión Europea sobre las actitudes de los europeos hacia la Biodiversidad, realizan una excelente fotografía de la situación social en Europa y en España y son un referente imprescindible en cualquier escenario de partida.

De los muchos datos recogidos por el eurobarómetro para 2010, se puede destacar que un porcentaje importante de la población española (70%) ha oído hablar en alguna ocasión del término biodiversidad, pero es llamativo que solo un 39% conoce su significado. Otros datos sugerentes apuntan a que **tan sólo un 24% de los españoles señalan que la pérdida de biodiversidad tiene en estos momentos un efecto directo sobre su vida cotidiana, mientras la mayoría, un 78% considera que no se verá afectado por este problema o solo tendrá cierta repercusión en el futuro**. También es curioso que el 97% está de acuerdo en apreciar que la naturaleza y la biodiversidad son una fuente de bienestar y calidad de vida o el 92% que indica que es indispensable para la producción de servicios para la sociedad. Pero, por el contrario, **sólo el 34% de los españoles indica haber realizado algún esfuerzo por proteger la biodiversidad**. Por otra parte, un 28% demanda mayor información sobre la importancia de la biodiversidad.

Como señala el informe del OSE 2011, el año Internacional de la Biodiversidad no ha servido para cambiar esta tendencia y sí para evidenciar que es importante y urgente cambiar de estrategia. Si la enfermedad avanza es urgente cambiar el tratamiento y la medicación que se está aplicando. Hay por tanto, un importante reto para identificar y aplicar nuevas estrategias para implicar a la población en esta tarea.

Pero este escenario es aún más complejo si lo situamos en un momento de crisis económica como el actual, según recoge el estudio realizado por la Fundación Mapfre en el año 2011 sobre la sociedad española ante el cambio climático. En 2008 los problemas ambientales aparecían en cuarto lugar entre las principales preocupaciones de los españoles detrás del paro, los problemas económicos y el terrorismo. En la misma encuesta realizada en el año 2010, estos temas se desplazan hasta ocupar la octava posición, perdiendo importancia frente a otros problemas como la gobernabilidad, inmigración, crisis de valores o la seguridad ciudadana. En el caso concreto del cambio climático, señala el estudio, hay una clara perdida de interés en la sociedad española por el tema. La disminución del número de personas que señala haber escuchado temas relacionados con este concepto es de 14 puntos porcentuales menor en 2010 con respecto a 2008 (solo con dos años de diferencia). Si esto ocurre en el tema ambiental más emblemático y de actualidad, la situación en relación con otras temáticas como la conservación de la biodiversidad es aún más alarmante. El cambio climático ha saltado a primera línea de fuego informativo al conseguir implicar a los sectores económicos y políticos de instituciones relevantes a nivel mundial en la búsqueda de respuestas. Es todo un éxito informativo, pero otras problemáticas como la conservación de los ecosistemas aún permanecen muy alejadas de las primeras páginas de los periódicos. Aún no se ha sido capaz de generar una preocupación socioeconómica por su conservación.

Parece claro que la situación social que se da en la actualidad en España ha relegado a un segundo plano la presencia de muchos mensajes ambientales en los medios de comunicación. Se

ha perdido presencia social y capacidad para sensibilizar a la población.

En el estudio precedente también se identifica a las grandes industrias, los gobiernos, la Unión Europea y los ayuntamientos como los principales responsables de actuar para controlar las causas que generan el cambio climático. Se descarga la responsabilidad sobre otras instituciones eludiendo los comportamientos propios. Concretamente sólo un 30% atribuye a los ciudadanos la responsabilidad de actuar y un 33% se muestra muy de acuerdo con el enunciado de "que los españoles deberíamos reducir el nivel de consumo energético actual", mientras que 6 de cada 10 entrevistados indican que ya "hacen todo lo que pueden para ahorrar energía". De forma global casi un 60% de la población española se caracteriza por su desapego y su indiferencia ante el cambio climático a pesar de reconocer que es un problema importante. Aunque el problema llama a su puerta prefiere hacer oídos sordos y no asumir que su estilo de vida es una de las principales causas que ocasionan el problema.

Esta reflexión también podríamos trasladarla al uso de servicios de los ecosistemas. **La población tiende a considerar la conservación de los ecosistemas como asuntos que implican a científicos y a ciertas asociaciones conservacionistas que identifican como élites sociales muy distanciadas de sus intereses y preocupaciones**. La población se puede identificar con campañas muy específicas ligadas a la conservación de especies emblemáticas (las ballenas, el oso, le lince) pero aún están lejos de comprender y participar activamente de visiones más globales para actuar ante estos problemas.

Fuente: Equipo EME

LAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y LA SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL

En este mismo estudio es muy interesante analizar las fuentes de información más frecuentes que emplean los españoles para recibir información sobre el cambio climático. La

televisión, los periódicos, las campañas publicitarias, la radio e internet son las fuentes más citadas por orden de importancia. Siendo internet la que experimenta una mayor subida al comparar los datos de 2008 con los de 2010, sobre todo entre los jóvenes. Quedan más lejos otros recursos de información como los libros, las charlas, las revistas especializadas, las exposiciones o las clases, que son más seleccionadas por los grupos de la población con mayor nivel de estudios. **En el diseño de campañas de comunicación sobre temas ambientales dirigidas al público en general, sigue siendo muy significativa la función de sensibilización social que desempeñan los medios de comunicación. Pero algo está cambiando, pues las redes sociales virtuales cada vez ganan más adeptos entre los jóvenes.**

Las nuevas tecnologías de comunicación y los "nuevos" espacios de relación como "los cafés de ciencias" están supliendo cada vez más la función de otros soportes de divulgación clásicos, logrando ser una referencia para las noticias científicas. La generación de nuevos canales de comunicación mediante blogs, foros de debate o las diversas "redes sociales" de Internet cada vez se están convirtiendo en unos medios más eficaces para facilitar la comunicación y generar debates o dinamizar a la sociedad en temas de actualidad. El movimiento actual de los indignados en España o las respuestas populares en los países del norte de África han basado su éxito de comunicación en la utilización de estos soportes y son un claro referente.

Si analizamos otras preguntas de esta investigación, en la que se solicitaba al encuestado la identificación de algún elemento de comunicación concreto que recordara abordaba la temática del cambio climático, curiosamente más de la mitad de la población no fue capaz de citar ningún programa o elemento concreto. Las películas de ficción y los documentales como el de "Al Gore" aparecen como los más recordados. Como señala el estudio **las experiencias informativas que tiene la gente sobre el cambio climático tienden a ser muy pasivas y unidireccionales con muy poca interacción y participación**. Este dato se contrapone al de otros trabajos de investigación que han puesto de manifiesto que **las técnicas de comunicación son más efectivas cuanto más activas, participativas y más sentidos se encuentran implicados en el proceso de transmisión de la información**. Es decir, las personas son capaces de asimilar y estabilizar más información cuando ésta les llega mediante un proceso de transmisión personal que les permite interaccionar, preguntar, debatir, argumentar. La comunicación persona a persona de información mediante la participación de cualquier tipo de educadores, amigos o familiares va a desempeñar un papel fundamental en asentar y afianzar los conocimientos y las opiniones sobre la biodiversidad y el medio ambiente.

La información ambiental que recibimos cotidianamente será valiosa y útil cuando las personas sean capaces de emplearla y aplicarla en su vida cotidiana, para construir patrones de consumo sostenibles.

Queda por tanto mucho por hacer para que realmente las intervenciones de sensibilización que se llevan a cabo puedan tener la efectividad suficiente para producir cambios. **De nuevo, la medicina que se está aplicando para curar al enfermo carece de la efectividad necesaria para lograr una mejoría significativa. Pero ya es posible identificar principios activos suficientes en los que basar las nuevas estrategias de acción para un nuevo cambio social.**

LA COMUNICACIÓN DE LOS MENSAJES CIENTÍFICOS: NUEVOS DESTINATARIOS PARA ACTUAR

Uno de los problemas habituales de los proyectos científicos es su falta de interés, canales, recursos y habilidades para la comunicación fuera del propio ámbito científico. En demasiadas ocasiones los resultados de las investigaciones no van más allá de artículos en revistas especializadas y de los despachos y laboratorios de los investigadores. Por tanto, uno de los riesgos frecuentes es no tener en cuenta la necesaria aplicación de estos resultados, obtenidos en las investigaciones, para mejorar las propuestas políticas y de gestión que la sociedad demanda. **Una sociedad que no tiene en cuenta los avances científicos para adoptar las decisiones sobre temas clave está abocada a equivocarse**. Probablemente uno de los grandes fracasos de la iniciativa de "Cuenta atrás 2010" es que no ha sido capaz de transmitir a la sociedad el valor que tienen los ecosistemas y la biodiversidad que albergan. La esencia de la conservación de la naturaleza se convierte en una cuestión de valores.

Es urgente cambiar este escenario de progresivo divorcio entre el ámbito del conocimiento científico-técnico, por un lado, y los intereses, preocupaciones y actitudes del común de los ciudadanos, las empresas o de los gestores y políticos por otro. Si pretendemos que la población se implique en la conservación de los ecosistemas debemos hacerles llegar mensajes muy claros y por los cauces más efectivos sobre las razones por las que la conservación es importante para su bienestar y el futuro de sus hijos.

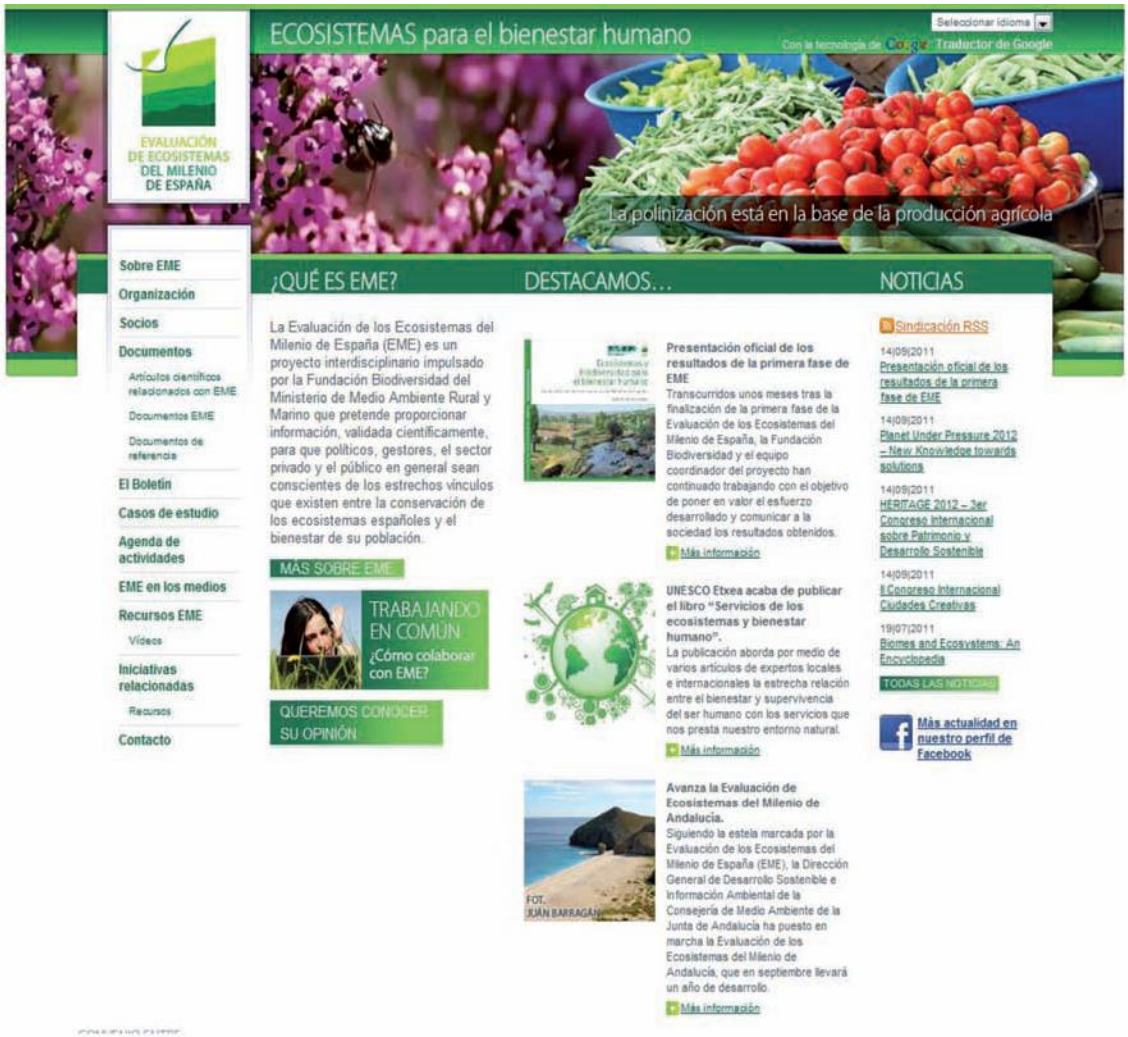
En la última década se ha comenzado a insistir en la necesidad de contar, en el proceso de generación del conocimiento, con los denominados grupos de usuarios (políticos/técnicos) que lo aplicarán a su práctica diaria. Son procesos de comunicación y participación para la construcción de conocimientos útiles que permitan de forma colectiva superar los problemas ambientales. Esta nueva vía de cooperación entre la comunidad científica y los equipos gestores, se apoya en establecer relaciones no jerarquizadas y posiciones simétricas. Se entiende el conocimiento como una construcción compartida que necesita ser validado por interacciones sociales y deliberaciones públicas. De esta forma se tiende a ampliar el uso del conocimiento por la sociedad. Aunque en este escenario, los políticos y gestores raramente citen conclusiones de un estudio específico que ha influido en su toma de decisiones son conscientes de que la Ciencia paulatinamente les va proporcionando información, ideas y orientaciones con importantes consecuencias en su ámbito de trabajo.

Pero sólo se conseguirá ser efectivo si se consigue romper el círculo, ya un tanto vicioso, de producir elementos de comunicación dirigidos a un público ya sensibilizado, iniciado y cautivo. **No se consigue nada intentando convencer al convencido**. El reto se plantea en llegar a aquellos sectores sociales que muestran actitudes más reacias hacia la necesidad de conservar la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas. Pequeños éxitos en este campo de batalla serán sin duda los cimientos de grandes victorias.

Por este motivo, proyectos como EME se han planteado desde su inicio para crear una línea específica de comunicación, en la que se trata de acercar los objetivos del proyecto a los diferentes grupos de interés (personal político y técnico, organizaciones ecologistas, empresas, movimientos sociales, etc.), así como a los equipos de investigación que están desarrollando el trabajo científico, buscando otra relación entre Ciencia y Sociedad. Se trata de tender puentes y romper

barreras entre el mundo de los investigadores, los decisores y la población en general que generalmente perciben de forma diferente su relación con los servicios de los ecosistemas (Cuadro 9.1.). Se ha planificado la comunicación en paralelo a la investigación, considerando fundamental abrir diversos canales y elementos de comunicación (página web, redes sociales, boletín trimestral, encuestas, etc.) para llegar a distintos tipos de destinatarios. El primer paso consiste en introducir los conceptos y resultados que surjan del proyecto entre sectores sociales con cierto grado de especialización en el tema. A la vez que se recoge la información generada por estos sectores sociales para tenerla en cuenta en la propia evaluación. Esta prioridad otorgada a la comunicación sirve para lograr los principios de legitimidad, credibilidad y relevancia en EME, que son aquellos que se recomiendan en el proceso internacional. de continuación del MA.

Se pretende generar mensajes para implicar a la ciudadanía en general en los objetivos del proyecto. **El mensaje clave es que el bienestar humano de la población española depende del estado de conservación y de la capacidad de generar servicios de sus ecosistemas acuáticos y terrestres.** La idea de introducir los vínculos directos e indirectos de la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad con la calidad de vida o bienestar de las personas pretende romper la concepción clásica y elitista de la conservación basada únicamente en valores intrínsecos. Debemos conservar también por nuestro propio interés; somos biodiversidad y dependemos de la biodiversidad.

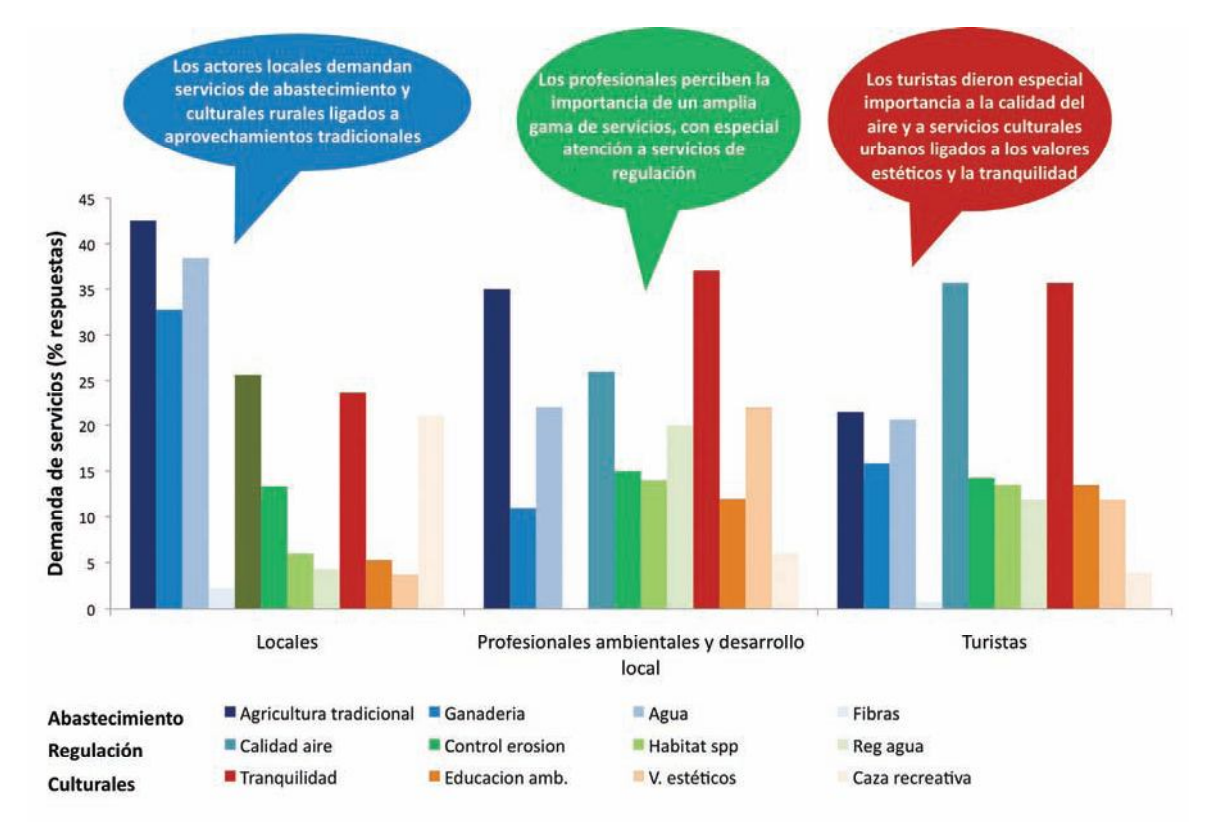


CUADRO 9.1. Hacia una comunicación que tienda puentes entre distintas formas de percibir los servicios de los ecosistemas por sus beneficiarios

Fuente: Marina García Llorente

Los actores locales tienen preferencia por demandar servicios de abastecimiento como la agricultura tradicional, la ganadería, el agua. Son conscientes de la importancia de mantener servicios culturales de atractivo para los visitantes (valores estéticos). Sin embargo, perciben en menor grado los servicios invisibles de regulación, sustento del resto de servicios de los ecosistemas. Por su parte, los profesionales muestran su preocupación por un amplio espectro de servicios, siendo conscientes también de la importancia de los servicios invisibles ligados a la calidad del aire, el control de la erosión, el hábitat para especies, y la regulación hídrica. Es decir, otorgan un peso importante a los servicios de regulación. También reconocen la importancia del conocimiento ecológico local en la zona. Por último, los servicios culturales fueron especialmente demandados por los turistas. Es importante resaltar, que le dan una importancia relativamente importante a la educación ambiental, buen indicador para la aceptación de futuras campañas de comunicación.

Por tanto, diferentes actores sociales prefieren mantener o se muestran preocupados por diferentes servicios de los ecosistemas, dependiendo de la percepción de la tipología de actor. Todo esto es indicador de cómo cada campaña de comunicación debe ser dirigida en función de cada casuística.



LA EDUCACIÓN COMO RESPUESTA

Mucho se ha andado y avanzado en proyectos e iniciativas de Educación Ambiental (EA) en nuestro país. Desde hace casi cuatro décadas la EA ha ido creciendo de forma exponencial en número de iniciativas, continuidad de programas y asignación de recursos en todas las Administraciones públicas. La elaboración del Libro Blanco de la EA en España (1999) y el desarrollo de las estrategias autonómicas o la más reciente creación de la Federación de Entidades de Educación Ambiental (2008), que agrupa a educadoras y educadores ambientales de todo el estado, son algunos indicadores que informan del buen nivel de desarrollo que ha adquirido en nuestro país este tipo de intervenciones. Este proceso de desarrollo lento de la EA ha permitido un refortalecimiento de las redes, creación de centros de recursos y documentación y por supuesto una mejora en los niveles de formación de los educadores, así como una coordinación más efectiva de acciones. Pero quizás lo más relevante es señalar que se ha podido comprobar que aquellas comunidades autónomas que tienen mejores indicadores de desarrollo de la EA también presentan una tendencia hacia mejores comportamientos ambientales de su población, la cual está más comprometida con el desarrollo sostenible.

Muy frecuentemente la información relevante para la gestión de nuestro territorio se queda en círculos cerrados como la comunidad científica o el ámbito político, y las acciones de EA sólo llegan a grupos ya convencidos y motivados. Por ello en EME se ha contemplado el diseño de materiales docentes para diferentes niveles educativos y perfiles de estudiantes en universidades, institutos, etc. Se pretende que los profesores y educadores ambientales puedan desempeñar una función fundamental al hacer de altavoces que difunden los conceptos, resultados y logros alcanzados por el proyecto acercando la investigación científica a los diferentes ámbitos de la EA. Metodológicamente se ha optado por el diseño de un taller didáctico que pretende generar una dinámica social que mediante diversas actividades faciliten el proceso de aprendizaje del alumnado sobre los objetivos de EME. El taller utiliza como base una presentación para proyectar en el aula con una programación de diversas actividades didácticas, trabajos en grupo, debates, juegos, y recursos complementarios diseñados en el proyecto como el póster y los vídeos anteriormente descritos. El recurso está diseñado para que cada educador/a pueda adaptarlo en función de sus necesidades en una o dos sesiones de una hora. Para facilitar su divulgación y uso, todos los materiales generados se pretenden poner a disposición de los docentes y público interesado desde la propia página web del proyecto.

El Informe Sostenibilidad en España 2009 muestra el proceso de incorporación de la Educación Ambiental a la sociedad española mediante el análisis de la penetración de la EA en los itinerarios formativos universitarios, el grado de interés de la población por la información ambiental, el número de visitas a ENP, la evolución de los equipamientos existentes (Cuadro 4.4) o la implicación de la administración local y autonómica con la EA. La EA en España se caracteriza por tener un progreso lento y dispar entre las distintas CCAA pero de continuo crecimiento. En la mayoría de las regiones, se han desarrollado Asociaciones y Estrategias de Educación Ambiental. Su trayectoria ha servido para reorganizar la EA, adaptando las herramientas a las distintas realidades regionales y mejorando en la evaluación de los recursos gene-

Fuente: Irene Iniesta

rados por la EA. Como resultado de este proceso se puede decir que **se ha producido un refortalecimiento de las redes, creación de centros de recursos y documentación y por supuesto una mejora en la formación y la coordinación de la EA**. Estas redes han crecido principalmente en medios urbanos aunque los servicios y actividades que realizan se ubican principalmente en el medio rural.

Parece por tanto, que apostar por la educación y participación de la sociedad es una excelente vía para minimizar los problemas que genera el modelo de desarrollo en el que estamos inmersos, y por tanto mejorar la conservación de nuestros ecosistemas. El modelo de estrategias CEPA de Comunicación, Educación y Participación desarrollado por UICN, es el marco de referencia para el diseño de intervenciones sociales y es sin duda una excelente herramienta para este cambio (Cuadro 10.2). Pero aunque se ha transitado un buen trecho de camino aún quedan pendientes importantes retos futuros. Sin ninguna duda, uno de ellos es lograr una mayor implicación de aquellos sectores y colectivos sociales menos sensibles en el diseño colectivo de escenarios de futuro más comprometidos con la sostenibilidad.

PARTICIPAR PARA IMPLICARSE EN LA ACCIÓN DEFINIENDO ESCENARIOS DE FUTURO

La participación es la base de la acción e intervención social. Por este motivo, uno de los principales objetivos de la estrategia de comunicación del EME ha consistido en fomentar la creación de redes sociales y la implicación de entidades y personas en torno a los fines del proyecto. Para alcanzarlo es fundamental **fomentar procesos de implicación y participación, principalmente de aquellas entidades y actores que comparten la misma visión y campo de intervención en relación a la gestión de la capacidad de los ecosistemas de generar servicios** (apartados 10 y 11). Las actuaciones dispersas son poco efectivas y la confluencia de interés permite desarrollar proyectos más complejos y fuertes. La unión hace la fuerza. Por este motivo, la comunicación de EME apuesta por estar abierta y adaptada a diferentes posibilidades de relación entre agentes sociales. Se ha identificado el grado de interés que muestran distintos sectores sociales hacia el proyecto a partir de la encuesta realizada a un centenar de entidades (Figuras 9.1. y 9.2).

Figura 9.1. Tipos de entidades que han contestado a la encuesta de grupos de interés para participar activamente en fases futuras de EME. Un tercio de las entidades que muestran una buena disposición a esta implicación proceden de ONG, Fundaciones y sindicatos. Les siguen en importancia centros públicos y empresas diversas.

En las respuestas obtenidas es interesante señalar que las preocupaciones sobre los impactos en los ecosistemas que muestran los principales grupos de interés de EME reflejan un interés prioritario en los cambios en los usos del suelo y el cambio climático. Preocupación que coincide con los resultados descritos en los impulsores directos de cambio en los diferentes ecosistemas estudiados (apartado 5).

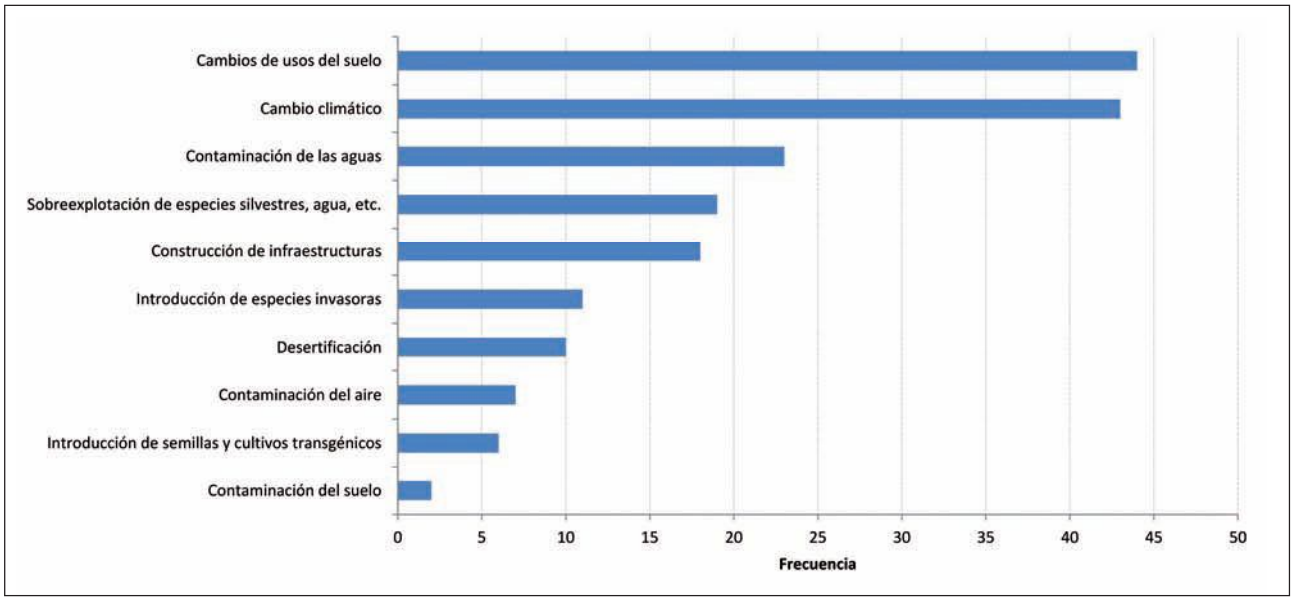


Figura 9.2. Los impactos sobre los ecosistemas que afectan a los servicios o contribuciones que genera la naturaleza al bienestar de la población humana es lo que más le preocupa a las entidades encuestadas. Los temas que más preocupan coinciden con dos de los impulsores directos de cambio mas importantes que impacta sobre el flujo de los ecosistemas españoles; la alteración provocada por los cambios de usos del suelo y el cambio climático.

Este estudio muestra que un estimulante 92% de las entidades que contestaron la encuesta estarían dispuestas a ser parte del EME. De forma más concreta la colaboración consistiría en la suscripción al boletín del EME (78,1 %), escribir un artículo para dicho boletín (36%) o difundirlo a través de sus canales de comunicación (58 %). Es aún más gratificante, que un 50% de las organizaciones, estarían dispuestas a establecer un grupo de trabajo permanente para profundizar en torno a los servicios de los ecosistemas o a la definición de escenarios de futuro. **Parece existir un gran potencial de participación e implicación de entidades que comparten los mismos objetivos y que pueden ser la base de los cambios que se están proponiendo desde el proyecto del EME.**

La experiencia desarrollada puede servir de referencia para futuras acciones de otros gestores y proyectos científicos, aunque los pasos dados hasta ahora han de ser completados en fases posteriores de EME, o proyectos similares, con nuevos elementos y mayor participación para el diálogo de saberes. La definición participativa de los posibles escenarios de futuro para los ecosistemas es sin duda uno de los retos planteados para la siguiente fase del proyecto. **Construir conjuntamente escenarios de futuro o ecofuturos puede permitir generar diálogo sobre las tendencias en los servicios de los ecosistemas y las posibilidades de cambio de la sociedad hacia la sostenibilidad, construyendo propuestas en este sentido que pueden tener mayor aceptación y repercusión social.**

Conocer el estado en el que se encuentran nuestros ecosistemas es básico, pero compartir ese conocimiento con la sociedad, dialogar con los saberes que ésta tiene, y responder a las inquietudes de la misma es fundamental para lograr una implicación social en su conservación. En este camino no podemos olvidar herramientas con amplia trayectoria en nuestro país como la Educación Ambiental. En los proyectos de conservación, las medidas de gestión y las actuaciones de educación, comunicación y participación CEPA deben ir asociadas y planificarse de una forma conjunta y coordinada (apartado 10). De esta forma mejoran mutuamente y se pueden lograr cambios sociales duraderos y de

mayor calado que permitan hacer visibles los vínculos invisibles entre los servicios de los ecosistemas y el bienestar humano. Es educar sobre una nueva forma de gestionar el mundo del que dependemos.

Como señalaba Gandhi el cambio que queremos ver en el mundo empieza por nosotros mismos. Si nuestro estilo de vida y nuestros patrones de consumo son uno de los principales factores de presión sobre los servicios de los ecosistemas debemos modificar nuestra forma de vivir cotidianamente. **Sin ninguna duda, la modificación de los estilos de vida jugará un papel vital en el camino para lograr una sociedad más comprometida con la sostenibilidad y con la conservación de los ecosistemas** (apartado 6 y 11). Para ello, es necesario plantear una reflexión sistémica y colectiva sobre la necesidad de cambiar el modelo de producción-distribución-consumo, la relación social con el consumo, y las prácticas cotidianas consumistas (Capítulos 29 y 34). Cambio que se puede plantear inicialmente desde la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental o social, o por la conducta de las empresas que los elaboran. Pero un planteamiento más crítico y comprometido, nos llevaría al compromiso de consumir menos, elegir consumir sólo lo necesario y estar atentos y a la defensiva hacia las estrategias de comunicación –principalmente publicitarias- de nuestra sociedad que pretenden justamente lo contrario, generar necesidades superfluas (Capítulo 34). **Educar ambientalmente es también educar para un consumo sostenible, que implica nuevas formas de ver, pensar y actuar en relación con el patrón de consumo de los bienes y servicios del sistema económico.**

Una educación que aborda la transformación social más allá de generar comportamientos individuales, como estrategia compartida para el cambio de estilos de vida colectivos. **Necesitamos impulsar un movimiento de personas informadas y formadas que puedan asumir esta actitud crítica y comprometida con la creación de nuevos estilos de vida basados en buscar la calidad y no el desarrollo económico. Una calidad de vida basada en la búsqueda de nuevas formas que nos permitan disfrutar de la vida y conservar los vínculos que nos unen con la biodiversidad no humana de la que dependemos** (Ver capítulo 11).

Fuente: Igone Palacios