

CÓMO PROMOVER ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES EN LOS JÓVENES URBANOS: UNA ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Por: Kenneth Ochoa Vargas, Diana Páez Moreno, Viviana Osorno Acosta, Luis Miguel Casabianca González y Marcela Rodríguez Beltrán*

Ilustraciones:

Nia Eluney (behance.net/niaeluney)

* Docentes, Programa Ingeniería Ambiental, Universidad El Bosque. Contactos: ochoakenneth@unbosque.edu.co, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5408-3863; dipaez@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2936-4794; vivianaosorno@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0647-2151; luismiguelcasabianca@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3222-9171; marcer_b@hotmail.com ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1475-5837.



RESUMEN

LAS DECISIONES DIARIAS Y LAS DINÁMICAS DE CONSUMO DEFINEN LOS ESTILOS DE VIDA DE LOS INDIVIDUOS. ESTE ARTÍCULO PRESENTA UNA SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO "CÓMO LOS JÓVENES URBANOS PUEDEN SER UN MOTOR PARA ALCANZAR ESTILOS DE VIDA MÁS SOSTENIBLES BAJOS EN CARBONO: COMENZANDO POR BOGOTÁ", DESARROLLADO POR LA UNIVERSIDAD EL BOSQUE Y ONU MEDIO AMBIENTE, CON EL OBJETIVO DE PROMOVER HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS SOSTENIBLES EN UNIVERSITARIOS DE 18 A 25 AÑOS. EL PROYECTO CONSTÓ DE CINCO FASES: (I) DIAGNÓSTICO DEL ESTILO DE VIDA ACTUAL DE LOS JÓVENES BOGOTANOS, (II) VALIDACIÓN DE LAS ACCIONES POR PROMOVER, (III) IMPLEMENTACIÓN POR MEDIO DE EVENTOS Y REDES SOCIALES, (IV) EVALUACIÓN Y (V) DESARROLLO DE UN MODELO DE REPLICACIÓN. LA PRINCIPAL CONCLUSIÓN ES QUE, CON LA INFORMACIÓN ADECUADA, LOS JÓVENES PUEDEN CAMBIAR SUS HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS POR UNOS MÁS SOSTENIBLES.

PALABRAS CLAVE: ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES, EDUCACIÓN, SOSTENIBILIDAD, JÓVENES.

ABSTRACT

DAILY DECISIONS AND CONSUMER DYNAMICS DEFINE THE LIFESTYLE OF INDIVIDUALS. THIS ARTICLE PRESENTS THE RESULTS OF THE PROJECT "HOW URBAN YOUNG PEOPLE CAN BE AN ENGINE TO ACHIEVE MORE SUSTAINABLE LOW-CARBON LIFESTYLES: BEGINNING WITH BOGOTÁ", DEVELOPED BY UNIVERSIDAD EL BOSQUE AND UN ENVIRONMENT. ITS MAIN OBJECTIVE WAS TO PROMOTE SUSTAINABLE HABITS AND BEHAVIORS IN UNIVERSITY STUDENTS BETWEEN 18 AND 25 YEARS OLD. THE PROJECT CONSISTED OF FIVE PHASES: DIAGNOSIS OF THE CURRENT LIFESTYLE OF THE YOUNG PEOPLE OF BOGOTÁ, VALIDATION OF THE ACTIONS TO BE PROMOTED, IMPLEMENTATION THROUGH EVENTS AND SOCIAL NETWORKS, EVALUATION, AND DEVELOPMENT OF A REPLICATION MODEL. THE MAIN CONCLUSION WAS THAT, WITH THE RIGHT INFORMATION, YOUNG PEOPLE COULD CHANGE THEIR HABITS AND BEHAVIORS FOR MORE SUSTAINABLE ONES.

KEY WORDS: SUSTAINABLE LIFESTYLES, EDUCATION, SUSTAINABILITY, YOUNG PEOPLE.

INTRODUCCIÓN

Los estilos de vida definen la calidad de vida de las personas: el marco del comportamiento y sus elecciones dan forma a su identidad, influyen en su salud y las involucran en la sociedad. Las decisiones diarias respecto de la alimentación, la movilidad, la vivienda, el consumo de bienes y el ocio generan externalidades para el entorno, que pueden ser positivas o negativas. Estas decisiones, particularmente en las áreas urbanas en crecimiento, impulsan la insostenibilidad y la producción global y, por tanto, tienen significativas implicaciones en el cambio climático (Backhaus, Breukers, Mont, Paukovic y Mourik, 2012).

Los jóvenes son un grupo de interés muy importante por su potencial como tomadores de decisiones. Los estilos de vida sostenibles (EVS) tienen la capacidad de satisfacer necesidades básicas, mejorar la calidad de vida, transformar los patrones de consumo insostenibles y aumentar la eficiencia de los procesos y la gestión sostenible de los servicios ecosistémicos. Por tal razón, los proyectos que apuntan a este grupo social específico son necesarios en la región de América Latina y el Caribe para consolidar los EVS como un asunto emergente e importante en las políticas regionales y nacionales.

Los problemas ambientales actuales exigen cambios urgentes. Un estudio de 2012 calculó que se necesitan 1,6 planetas para obtener los recursos naturales requeridos para sustentar las dinámicas de consumo en un año (WWF Internacional, 2016). Actualmente las ciudades están asociadas con entre el 60 y el 80 % de las emisiones de gases de efecto invernadero y consumen el 75 % de los recursos disponibles (Akenji y Chen, 2016). Se estima que las presiones sobre el planeta se duplicarán en menos de 50 años.

Desde 2015, con la firma del Acuerdo de París y la Agenda 2030, la Organización de las Naciones Unidas invita a los países signatarios a realizar profundas reformas en las tres esferas de la sostenibilidad: ecológica, económica y social, con el fin de asegurar para 2030 un mundo mejor, más incluyente y sostenible. Estos cambios se enmarcan en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que buscan atacar los principales problemas mundiales, entre ellos la pobreza, el hambre, el cambio climático y la desigualdad. Los ODS presentan una hoja de ruta con 169 metas y 231 indicadores que 193 países se han comprometido a cumplir. Colombia, país signatario de esta ambiciosa agenda, no solo ha incluido los ODS en su Plan Nacional de Desarrollo, sino que formuló las directrices para su implementación mediante el Conpes 3918 de 2018.

En 2012 la ONU formuló el Marco Decenal de Producción y Consumo Sostenible, que por medio de seis programas busca incentivar prácticas sostenibles tanto en los productores como en los consumidores. El objetivo del programa dos, "Estilos de Vida Sostenibles y Educación", es que los consumidores cambien sus dinámicas y decisiones de compra de tal forma que disminuyan los impactos ambientales negativos generados por su estilo de vida. Dentro de los ODS, los estilos de vida sostenibles hacen parte del Objetivo 4 (Educación de calidad, meta 4.7):

> De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible. (PNUD, s. f.)

También se los menciona en el Objetivo 12 (Consumo y producción responsable, meta 12.8): "De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza" (PNUD, s. f.).

El Acuerdo de París logró que los países se comprometieran a limitar el aumento de la temperatura global a 2º C, pero la meta más ambiciosa es limitarlo a 1,5º C. Sin embargo, muy poco se ha estudiado sobre la relación entre nuestro estilo de vida y los problemas ambientales que aquejan al mundo. ¿Será posible que, si todos cambiamos nuestro estilo de vida, podamos mitigar los impactos ambientales asociados a los hábitos de consumo? Un estudio del Instituto de Estrategias Globales Ambientales de la Universidad de Aalto demuestra que el cambio en los patrones de consumo es una parte integral y crítica del paquete de soluciones al cambio climático. Según este estudio, para cumplir la meta respecto del aumento de la temperatura global, los países en desarrollo, como Colombia, deberán reducir antes de 2050 su huella de carbono per cápita asociada al estilo de vida entre un 23 y un 84 % (Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University y D-mat Ltd., 2019).

Pero, ¿cómo lograr que la población se convenza de que sus acciones pueden causar cambios significativos? A partir de esta pregunta, el proyecto "Cómo los jóvenes urbanos pueden ser un motor para alcanzar estilos de vida más sostenibles bajos en carbono: comenzando por Bogotá", desarrollado por el Programa de Ingeniería Ambiental de la Universidad El Bosque en alianza con ONU Medio Ambiente, se planteó como objetivo principal promover EVS en los jóvenes de Bogotá, no solo para que conozcan los impactos ambientales relacionados con su estilo de vida, sino para que se enteren de las alternativas de consumo que ofrece la ciudad y se empoderen de sus decisiones.

DIAGNÓSTICO

En primer lugar, se desarrolló una estrategia de comunicaciones promovida a través de un sitio web y redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) con el lema "En modo acción, vivir simple, vivir feliz". El propósito era dar a conocer el proyecto en plataformas virtuales y facilitar la divulgación de información sobre EVS de forma didáctica, clara y entretenida. Esta campaña surgió como resultado del diagnóstico, el cual evidenció que una de las grandes falencias o barreras para la adopción de EVS por los jóvenes es la desinformación sobre los impactos ambientales de su estilo de vida y las oportunidades que ofrece la ciudad para modificarlos. A partir de esto, se realizaron varias actividades:

Reclutamiento de iniciativas

A través de free press, se lanzó una convocatoria para proyectos, emprendimientos e iniciativas de Bogotá que promueven EVS alrededor de los cinco dominios contemplados (movilidad, alimentación, vivienda, bienes de consumo y ocio). Se realizó un estudio de alcance o scoping study, en el cual se recopilaron todas las iniciativas encontradas. De estas dos actividades se obtuvo una base de datos de 44 iniciativas, veinte de las cuales trabajaron activamente y participaron en los eventos del proyecto.

Estrategia de comunicaciones "En modo acción, vivir simple, vivir feliz"

Con el apoyo de la Agencia Comunika, se diseñó y elaboró el material POP2, así como el logo y la página web del proyecto. Se abrieron tres redes sociales, como mecanismos de divulgación y vinculación para los jóvenes.

Alianzas estratégicas

- Se establecieron alianzas con entidades públicas –entre ellas el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la Secretaría Distrital de Ambiente y la Alcaldía Local Antonio Nariño– y privadas –entre ellas el centro comercial Palatino– para generar espacios y eventos de divulgación del proyecto.
- Se estableció una alianza con eltiempo.com para desarrollar publicaciones y generar retos que promovieron estilos de vida sostenibles

en los ciudadanos de Bogotá durante el mes de octubre de 2018 (#STOPCO2CHALLENGE).

- Otros aliados fueron la Universidad Piloto, la Universidad Libre y las redes de estudiantes RCE y Red Nacional de Jóvenes por el Ambiente.

Retos y concursos

Se desarrollaron diferentes actividades que permitieron establecer un canal de comunicación constante con los seguidores en redes sociales, a fin de evaluar el impacto del proyecto en términos de adopción de EVS. A través de retos, en los que los participantes tenían que demostrar que estaban "En modo acción", y concursos, por ejemplo para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte, se identificaron los principales obstáculos y oportunidades para el cambio en los estilos de vida. Los obstáculos identificados fueron:

- Falta de información sobre los impactos ambientales negativos directos que tiene el estilo de vida actual, y su incidencia en la calidad de vida.
- Falta de infraestructura para llevar a la práctica los EVS. Por ejemplo, si se quiere incentivar el uso de la bicicleta como medio de transporte, la ciudad debe contar con ciclorrutas suficientes y seguras.
- Dependencia de los jóvenes frente a sus padres. Se evidenció que algunos hábitos y comportamientos están profundamente ligados a lo que su familia les ha enseñado.

Y las oportunidades:

- La información es fundamental para la adopción de los EVS. Está probado que un joven informado es un potencial consumidor consciente y responsable.
- La forma en la que se transmite la información es clave para el cambio de hábitos y comportamientos. No basta con proporcionar datos sobre los impactos ambientales negativos: se debe brindar información sobre cómo disminuir esos impactos mediante acciones y sobre las oportunidades que brinda la ciudad para hacerlo.



Curso de sostenibilidad para jóvenes líderes

Se desarrolló un curso de cinco módulos para capacitar a los jóvenes en temas relacionados con sostenibilidad y estilos de vida sostenibles. El propósito es formar líderes que, con conocimientos y comportamientos ejemplares, divulguen y promuevan lo aprendido en sus contextos sociales.

VALIDACIÓN

Las acciones a las que se decidió dar prioridad resultaron de la validación del documento *Sustainable Lifestyles: Options and Opportunities*, publicado por ONU Medio Ambiente en 2018. Este reúne las acciones correspondientes a EVS en cinco dominios: movilidad, alimentación, vivienda, bienes de consumo y ocio.

Tabla 1.

Acciones correspondientes a los estilos de vida sostenibles que promueve el proyecto.

DOMINIO	ACCIÓN
	Use transporte no motorizado (monte en bicicleta, camine). Haga uso compartido del vehículo. Use el transporte público.
	No desperdicie comida. No compre alimentos empacados en materiales como plástico, icopor, Tetra Pack y aluminio. Coma menos carne roja. La producción de carne de res tiene uno de los mayores impactos ambientales de la industria alimentaria.
	Reduzca el consumo de energía y agua en su hogar. Separe correctamente los residuos en su hogar. Cultive sus propios alimentos en una huerta casera.
	Diga no a los desechables. Diga no a la moda rápida. No compre por moda y extienda la vida útil de sus prendas. Extienda la vida útil de sus dispositivos electrónicos.
	Planee actividades de ocio sostenibles, como caminatas y visitas a parques naturales. No use productos o empaques desechables en sus celebraciones. Viaje de forma sostenible, busque destinos de turismo sostenible y no deje residuos en los lugares a donde viaja.

Fuente: elaborado por los autores.

IMPLEMENTACIÓN

Para esta etapa se planeó coordinar o participar en eventos realizados en diferentes espacios de la ciudad –académicos, públicos y privados– con el fin de promover al máximo la iniciativa y ampliar su alcance. Los resultados fueron:

- 30 eventos (entre coordinación y participación).
- Más de 1000 personas alcanzadas en los eventos.
- Más de 8000 seguidores en las redes sociales.
- Más de 40 organizaciones involucradas.

EVALUACIÓN

A través de las redes sociales del proyecto, se ha logrado interactuar con el público objetivo para promover EVS por medio de las publicaciones. El impacto se mide con la aplicación de cuestionarios. Los resultados, a diciembre de 2018, fueron:

- 418 publicaciones en la cuenta de Instagram, con un total de 11.912 *likes* y 332 comentarios. Ha tenido un alcance a 113 149 personas y 365 290 impresiones.
- 382 publicaciones en la cuenta de Facebook, con un total de 6 047 *likes*, 928 me encanta y 161 comentarios. Ha tenido un alcance a 14 461 personas y 51 967 impresiones.

Uno de los principales resultados del proyecto fue el diseño y producción de cinco juegos didácticos que ofrecen herramientas para facilitar el aprendizaje sobre los EVS y los impactos ambientales negativos asociados al estilo de vida:

- Sabelotodo: para aprender datos de cultura general ambiental y conocer qué acciones puede realizar para tener un estilo de vida sostenible.
- Rompecabezas: mapa de Bogotá de 3x2 metros para aprender cómo puede ser más sostenible en la ciudad, conocer lugares clave en materia ambiental e identificar productos y servicios sostenibles.

> **“... los ciudadanos deben tener acceso a información que les permita entender la relación entre su estilo de vida y los impactos ambientales que este genera...”**

- Twister: para conocer datos y cifras en materia ambiental y reflexionar sobre las dinámicas de consumo y sus impactos negativos en el ambiente y la calidad de vida.
- Escalera: ¿Sabe cuáles acciones son sostenibles y cuáles no? Este juego lo premiará por tener un estilo de vida sostenible y lo castigará por lo contrario.
- Agua virtual: ¿Sabe usted cuánta agua se necesita para producir lo que consume a diario? Al emparejar cada producto con su huella hídrica virtual, aprenderá cuáles son los bienes que más agua requieren para su producción.

PROYECCIONES

Los juegos tuvieron tal acogida que el proyecto recibió varias invitaciones de colegios, universidades e incluso empresas. El impacto de la actividad se midió a través de una encuesta en la que los participantes evaluaron varios aspectos. En agosto de 2019, los resultados indicaban que, después de participar en las actividades, el 100 % reflexionó sobre los impactos ambientales negativos de su estilo de vida, el 100 % afirmó haber aprendido sobre cómo ser más sostenible en su vida diaria y el 91 % dijo estar dispuesto a cambiar aspectos de su estilo de vida para disminuir los impactos ambientales.

El proyecto continuó trabajando durante 2019 en diferentes escenarios y con numerosos aliados, entre colegios, universidades, empresas e instituciones. Las principales acciones son la realización de actividades con el circuito de juegos y la generación de espacios de sensibilización frente a los impactos asociados al estilo de vida. En las redes sociales se mantienen la divulgación de información y la promoción de acciones que los ciudadanos pueden tomar para reducir su huella de carbono. Por otra parte, se empezará a trabajar con la Embajada Suiza en Colombia – Ayuda Humanitaria y Desarrollo (COSUDE). Esta alianza se enfocará en la generación de una campaña por redes sociales para sensibilizar sobre la huella hídrica (cantidad de agua empleada en los procesos de producción de bienes y servicios) y las acciones que se pueden adoptar para reducirla.

Además, se desarrolló la segunda versión del Curso de Sostenibilidad para Jóvenes Líderes, en el cual dieciocho estudiantes de cuatro universidades fueron capacitados durante cinco días en estilos de vida sostenibles. Los estudiantes produjeron artículos de opinión en los que analizaron los principales problemas relacionados con la crisis climática y las posibles soluciones, desde la perspectiva de los consumidores.

CONCLUSIONES

A partir de todas las actividades realizadas por el proyecto, se obtuvieron estas conclusiones:

- Los comportamientos de los jóvenes están profundamente subordinados a su núcleo familiar, ya que este impone ciertas conductas que se convierten en hábitos.
- La información sobre las oportunidades en la ciudad es un factor importante para la adopción de EVS entre los jóvenes.
- Los jóvenes y, en general, los ciudadanos de Bogotá deben estar bien informados sobre los impactos ambientales de sus acciones diarias. Así podrán tomar conciencia de que el cambio de ciertos hábitos puede disminuir esos impactos.
- Las redes sociales y las actividades lúdicas son una excelente estrategia para la divulgación de información, pues permiten estar en contacto constante con el público objetivo y obtener retroalimentación. Estas estrategias que ofrece la tecnología permiten asegurar la apropiación a largo plazo de los conceptos, por medio de actividades sencillas y fáciles de monitorear.

Así las cosas, se hace necesario enfrentar desde dos planos el reto que supone un cambio en los

hábitos y comportamientos de consumo. El primer plano es el de la información: los ciudadanos deben tener acceso a información que les permita entender la relación entre su estilo de vida y los impactos ambientales que este genera. Para esto, es importante valerse de indicadores, como la huella de carbono y la huella hídrica y/o ecológica, que cuantifiquen el impacto negativo y a la vez demuestren que las acciones individuales pueden tener impacto positivo. El segundo plano es el de las opciones: los ciudadanos deben contar con opciones viables para cambiar los hábitos y comportamientos identificados como negativos o de gran impacto sobre el ambiente. Para lograrlo, es importante entender el contexto en el que se va a trabajar y precisar los comportamientos más notables en términos de consumo; esto garantizará que las alternativas ofrecidas respondan a la situación local. ◆



Referencias

Akenji, L. y Chen, H. (2016). *A Framework for Shaping Sustainable Lifestyles: Determinants and Strategies*. United Nations Environment Program.

Backhaus, J., Breukers, S., Mont, O., Paukovic, M. y Mourik, R. (2012). *Sustainable Lifestyles: Today's Facts and Tomorrow's Trends. D1.1 Sustainable Lifestyles Baseline Report.* United Nations Environment Program / CSCP. Recuperado de http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:SUSTAINABLE+LIFESTYLES+:+TODAY+?+S+FACTS+&+TOMORROW+?+S+TRENDS#0

Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University y D-mat Ltd. (2019). *1.5-Degree Lifestyles: Targets and Options for Reducing Lifestyle Carbon Footprints. Technical Report*. Hayama: Institute for Global Environmental Strategies.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (s. f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html

United Nations Environment Programme, One Earth (2018). Sustainable Lifestyles: Options and Opportunities. Paris: UN Environment. Recuperado de https://www.oneplanetnetwork.org/resource/sustainable-lifestyles-options-and-opportunities-workplace

WWF Internacional (2016). *Planeta Vivo Informe 2016: Riesgo y resiliencia en una nueva era*. Recuperado de http://awsassets.panda.org/downloads/informe_planeta_vivo_2016.pdf