



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Currículum, didáctica y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): reflexiones, experiencias y miradas

Coords.

Bartolomé Pizà-Mir

Juan Gabriel Fernández Fernández

María Magdalena Cortès Ferrer

Olalla García Taibo

Salvador Baena Morales

Dykinson, S.L.

¿SON LAS INICIATIVAS DE CONSUMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE AGENTES EDUCADORES EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO?

ISABEL LEMA BLANCO
Universidade da Coruña

1. INTRODUCCIÓN

1.1. LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE EN EL MARCO DE LA ACCIÓN CLIMÁTICA

La adaptación y mitigación del cambio climático requiere de la acción coordinada de instituciones y ciudadanos, quienes deben desarrollar transiciones profundas hacia sociedades bajas en carbono. Entre las estrategias señaladas para la reducción efectiva de emisiones de efecto invernadero en los contextos urbanos, adquieren especial relevancia la transformación de los patrones de producción y consumo de energía en sentido amplio, incluida los modos de transporte o el consumo de energía en los hogares (Lema-Blanco y Dumitru, 2019). Esto implicaría un cambio radical en los modelos de comportamiento de la sociedad, comenzando por los estilos de vida de las sociedades occidentales (García-Mira y Dumitru, 2017).

Sin embargo, los últimos informes del IPCC apuntan a que los esfuerzos dirigidos a la transformación de los patrones de consumo no han resultado eficaces para la mitigación del fenómeno del calentamiento global. Contrariamente, se ha evidenciado una creciente huella ecológica de los sistemas globales de producción, transporte y distribución de alimentos, que está directamente relacionada con las emisiones derivadas del transporte (en un ámbito transnacional), el desperdicio de alimentos extendido en los sistemas de distribución (ej. supermercados) o las dietas basadas en el consumo de carne en los hogares (Gifford y Chen, 2017).

La promoción de dietas sostenibles y bajas en carbono ha ganado un creciente interés por parte de las instituciones y de la comunidad científica. Ello es así porque la alimentación parece ser un punto de entrada eficaz para la transformación de los estilos de vida de las personas (García-Mira y Dumitru, 2017). Sin embargo, otros estudios (Vermeir et al., 2020; Gifford y Chen, 2020) constatan la existencia de una brecha notable entre las actitudes positivas de las personas hacia la alimentación sostenible y sus rutinas dietéticas (Chekima et al, 2017). Dicho *gap* es debido a que los hábitos y las rutinas alimentarias son notoriamente difíciles de cambiar (Jastran et al., 2009), ya que están profundamente arraigadas cultural y estructuralmente.

Existe, así mismo una variedad de factores y motivaciones que fundamentan las decisiones de alimentación, tanto de tipo estructural (ej. Accesibilidad, disponibilidad, conveniencia o comodidad), como de tipo psicológico o sociológico, entre los que estarían las necesidades de pertenencia o de identidad (Cruwys et al., 2015; Zoll et al., 2018) o la percepción de competencia para la realización de una determinada conducta deseada (Lema-Blanco et al., 2022). Dichos factores deben ser tenidos en cuenta a la hora de diseñar estrategias de sensibilización y concienciación orientadas a la finalidad de favorecer cambios en los patrones de consumo de la ciudadanía.

La evidencia científica en el campo de la educación o de la psicología ambiental apunta a que las campañas de información y concienciación pública ampliamente desarrolladas por las instituciones públicas no son eficaces por si solas para lograr la adopción de conductas climáticamente relevantes a nivel individual o, a nivel colectivo, para impulsar la acción colectiva en defensa del medio ambiente. La acción colectiva es comprendida, en este contexto, como aquella movilización que es promovida y decidida por los propios actores implicados y que está orientada a mejorar el bienestar común (Seyfan, 2006). Van Koppen (2007) pone el acento en la relevancia del aprendizaje social en el campo de la educación para el consumo consciente y argumenta que, dado que los ciudadanos viven inmersos en “una sociedad de consumo”, éstos deben desarrollar las competencias necesarias para realizar esta práctica de manera sostenible, cuidando de su propia salud y bienestar, al mismo

tiempo que se desarrolla “la capacidad de regular y estructurar las prácticas de consumo” y proponiendo cambios estructurales.

1.2. EL PAPEL DE LAS INNOVACIONES SOCIALES EN LOS PROCESOS DE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Enfoques emergentes desde el campo de la sociología o del estudio de las innovaciones sociales han enfatizado la necesidad de comprender en qué medida los nuevos movimientos sociales o las innovaciones sociales transformadoras son capaces de promover nuevos diferentes valores, marcos interpretativos y normas sociales, que desafíen a las instituciones dominantes en su sentido amplio (Avelino et al., 2020, 2019). Si bien tradicionalmente, dichas innovaciones sociales han sido poco estudiadas en la literatura científica, algunos autores (Moulaert et al., 2017) e instituciones (BEPA, 2010) han puesto de relieve el papel extremadamente relevante que éstas tienen para abordar los problemas sociales y globales a los que se enfrenta la humanidad, “movilizando la creatividad de las personas para desarrollar soluciones y estrategias, haciendo un mejor uso de los recursos y promoviendo una sociedad innovadora y de aprendizaje” (BEPA, 2010:7).

Recientes investigaciones han analizado los procesos de transición energética desde las prácticas colectivas, a partir de la participación activa de la ciudadanía en movimientos o iniciativas de innovación social, que involucran tanto a pequeños grupos de actores a nivel comunitario, como a movimientos sociales de ámbito nacional o global. Ejemplos de innovaciones sociales en el campo de la sostenibilidad serían el movimiento Ecoaldeas (Kunze y Avelino, 2015), el movimiento Ciudades en Transición (Hopkins, 2009) el movimiento Slow Food (Dumitru et al., 2016), La Vía Campesina (Juárez et al., 2018), la Red de Economía Social y Solidaria (Pel et al., 2017), o la Red Internacional de Energía Sostenible (Elle et al., 2015).

Estos estudios exploraron el papel de las innovaciones sociales en la promoción de modelos sostenibles de producción y consumo a través de la generación de nuevos discursos transformadores, nuevas prácticas sociales y nuevos marcos de interpretación, que se extienden a la comunidad a través de procesos de aprendizaje social. Dichas innovaciones

sociales se constituyen como comunidades de práctica que reconocen las implicaciones políticas de las decisiones individuales y que tienen como objetivo influir en las políticas públicas, así como transformar los sistemas dominantes a través de la creación de nuevas instituciones socioeconómicas.

1.3. APRENDIZAJE SOCIAL EN LAS INICIATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD

En los contextos de innovación social, el aprendizaje social aparece como una dimensión relevante para los procesos de empoderamiento y agencia de los actores implicados. Dumitru et al. (2017) definen el aprendizaje social como:

“El conjunto de procesos mediante el cual determinados grupos o comunidades, llegan a un nuevo entendimiento - a través de la interacción social- sobre cómo se pueden organizar las relaciones y prácticas sociales de una manera diferente y cómo dicho cambio puede ser alcanzado” (ibid. pp. 7).

Otros autores han definido aprendizaje social como aquel proceso mediante las comunidades adquieren una comprensión sobre problemáticas y dilemas sociales y aprenden a innovar y adaptarse en respuesta a las nuevas condiciones sociales y ambientales:

“El aprendizaje social es aquel que tiene lugar en grupos, comunidades, redes y sistemas sociales que operan en circunstancias nuevas, inesperadas, inciertas e impredecibles; está dirigido a la solución de problemas de contexto inesperados y se caracteriza por un uso óptimo de la capacidad de resolución de problemas que está disponible dentro de este grupo o comunidad” (Wildemeersch, 1995).

El aprendizaje social generalmente involucra instancias de (co) producción de conocimiento, compartiendo valores y ganando competencia en la acción que podría llevar a los individuos o a los grupos o comunidades en los que éstos se organizan a involucrarse en la resolución de problemas emergentes (Glasser, 2007). Los trabajos de Dumitru, Lema-Blanco y colegas (2016, 2017) en el campo de las innovaciones sociales para la sostenibilidad han constatado que, a través de la acción colectiva, los

miembros de estas iniciativas adquieren diversos conocimientos y habilidades y desarrollan nuevos marcos interpretativos de la realidad que tienen un impacto en sus comportamientos individuales y en sus prácticas sociales.

Por ejemplo, los estudios realizados sobre la red internacional Slow Food (comida lenta) muestran que este movimiento agroalimentario ha sido capaz de introducir nuevas formas de conocimiento y prácticas, basadas en las relaciones de confianza y de colaboración entre productores y consumidores (Dumitru et al., 2016). Según estos autores, es a través de la participación y la interacción entre pares, mediante la experimentación y la reflexión conjunta, que se genera dicho aprendizaje social.

Otras de las iniciativas de innovación social en el ámbito de la alimentación sostenible que han obtenido un creciente interés académico son los llamados huertos urbanos o huertos comunitarios, debido al papel que éstos han desempeñado en nuevos movimientos sociales como las “ciudades en transición” (Transition Towns). Según Kim (2017), estos contextos participativos alrededor de los huertos urbanos favorecen procesos de aprendizaje experiencial y aprendizaje social, a través del cultivo de alimentos para el consumo propio en un espacio colectivo y de la propia actividad comunitaria. El aprendizaje experiencial se refiere en este contexto al “aprender haciendo”, mientras que el aprendizaje social hace referencia a aquel que se genera a través de la interacción con otros individuos o grupos sociales. Los huertos urbanos favorecen la convivencia intergeneracional, pues se convierten en espacios de experimentación donde menores, personas adultas o jubiladas pueden compartir experiencias colectivas y aprender unos de otros (García y Lema-Blanco, 2019).

En el contexto español, autores como Vivas (2009, 2014), Riutort (2011), Díaz Escobar (2014), Papaoikonomou (2013) o Bisquert y Meira (2019), han estudiado el papel de las innovaciones agroecológicas y las redes de consumo local, constatando la existencia, desde inicios del siglo XXI, de una gran cantidad de iniciativas de producción, distribución y/o consumo que articulan en sus territorios mecanismos de colaboración y apoyo mutuo. Dichas iniciativas, promovidas por consumidores de un mismo entorno local, parecen favorecer el aprendizaje cooperativo

entre sus integrantes, así la construcción de una identidad grupal -conectada también a una identidad política y ambiental- como factor clave para el empoderamiento y la acción colectiva (Díaz Escobar, 2014).

Suriñach (2012, 2013) destaca que las cooperativas de consumo son espacios de experimentación y aprendizaje que posibilitan las condiciones necesarias para el desarrollo de comportamiento deseable -el consumo sostenible y consciente- de manera profunda y prolongada en el tiempo. El autor se refiere implícitamente a los procesos de aprendizaje social y que generarían un proceso de cambio de valores y hábitos dentro y fuera de su esfera doméstica. Para que este fenómeno ocurra la iniciativa de consumo debe facilitar espacios de interacción en los que los consumidores se participen, se relacionen y apoyen mutuamente, compartiendo conocimientos y buenas prácticas (Suriñach, 2013).

Los estudios citados anteriormente apuntan a que las innovaciones sociales agroalimentarias pueden jugar un relevante papel socioeducativo, con potencial para generar un cambio de comportamiento permanente asociado a dietas bajas en carbono propiciado por la experimentación, la interacción entre el individuo y el ambiente y el desarrollo de fenómenos de aprendizaje social.

2. OBJETIVOS

La presente investigación tiene por objetivo profundizar en la comprensión de un fenómeno poco explorado en Galicia, las iniciativas locales de consumo consciente y responsable (en adelante ICCR). Se definieron los siguientes tres objetivos específicos del estudio:

1. conocer las motivaciones de las personas integrantes de las iniciativas de consumo consciente para desarrollar un consumo responsable y para asociarse a sus respectivas iniciativas;
2. conocer los factores que condicionan sus estilos de vida
3. explorar el papel socio-educativo de las iniciativas de consumo consciente y responsable como contextos de participación socioambiental.

El contenido del presente artículo se centrará principalmente en el objetivo 3, explorando los procesos de aprendizaje social que emergen en el seno de las iniciativas locales de consumo responsable, como fenómeno de acción colectiva, y su relevancia para la adopción de nuevos comportamientos climáticamente relevantes.

3. METODOLOGÍA

El estudio adoptó el paradigma cualitativo-interpretativo (Flick, 2014), aplicándose el enfoque de estudio de caso (Yin, 2014) con el objeto de estudiar en profundidad la “Rede Galega de Consumo Responsable e Consciente”, una red informal que reúne a una veintena de asociaciones, cooperativas y grupos informales de consumidores ubicados en las principales poblaciones del territorio gallego, si bien su número es fluctuante a lo largo del tiempo (Lema-Blanco et al., 2015).

Se empleó una combinación de técnicas cualitativas de recogidas de datos como han sido: entrevistas exploratorias, entrevistas semi-estructuradas, análisis documental y observación no participante. Se diseñó un protocolo de entrevista que abordó los siguientes tópicos: (i) motivaciones para desarrollar un consumo responsable y para asociarse a sus respectivas iniciativas de consumo; (ii) estilos de consumo predominantes entre los activistas, retos y dificultades para llevar un estilo de vida sostenible; (iii) procesos de participación y aprendizaje vivenciados.

El estudio empírico fue desarrollado en el periodo 2014-2018 (ver Lema-Blanco et al., 2022 para una mayor profundización acerca del diseño de la investigación). La revisión documental implicó el análisis de fuentes primarias y secundarias de información de una selección de 16 iniciativas de consumo. Las entrevistas exploratorias fueron realizadas a una muestra de 14 activistas y exactivistas de tres cooperativas de consumo (Zocamiñoa, Aldea y Árbore). Las entrevistas semiestructuradas se realizaron a una muestra de 12 participantes pertenecientes a 7 iniciativas (Millo Miúdo, Semente, A Gradicela, Agrelar, Panxea, Árbore y Zocamiñoa).

Todas las entrevistas cualitativas fueron grabadas digitalmente, transcritas literalmente y procesadas individualmente. Se desarrolló un análisis

holístico e inductivo del contenido, a través de un proceso de codificación sistemática “línea a línea, párrafo a párrafo” de los datos emergentes, inspirado en las técnicas analíticas de la teoría fundamentada (Thornberg y Charmaz, 2014) y apoyado por el software de análisis cualitativo de datos Atlas.ti. De manera complementaria se realizaron visitas de campo y se ha participado como observadores en actividades organizadas por las entidades objeto de estudio. Esta combinación de fuentes e instrumentos de recogida de datos ha permitido la comparación y contraste de los resultados, incrementando la validez y confiabilidad del estudio..

4. RESULTADOS

4.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS INICIATIVAS GALLEGAS DE CONSUMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE

Las iniciativas de consumo consciente y responsable existentes en el contexto gallego son, en general, entidades sin ánimo de lucro creadas para promover estilos de consumo sostenibles, basados en productos alimenticios ecológicos y de proximidad, inspirados por los modelos de la economía social y solidaria. Si bien algunas de estas iniciativas disponen de locales o tiendas abiertas al público, la mayoría son grupos de consumidores que prestan sus servicios de manera exclusiva a las personas asociadas.

En cuanto a sus modelos de gobernanza y participación, estas organizaciones se rigen por un funcionamiento democrático y abierto, de participación horizontal en el que existe un consenso alrededor de la importancia de la implicación de todas las personas asociadas en la toma de decisiones de la entidad, con diferentes grados de aplicación en la práctica. Atendiendo a las reglas de organización interna de las que se dotan, la mayoría de las iniciativas de consumo aspiran a promover una nueva cultura participativa, donde el consenso es considerado como el mecanismo idóneo de toma de decisiones, confrontando “modelos de decisión jerárquicos socialmente muy interiorizados”. Los integrantes de estas iniciativas (unidades de consumo o unidades familiares) participan de manera democrática e igualitaria con voz y voto en régimen de

igualdad (“una unidad de consumo/socia, un voto”) en las asambleas y demás órganos de toma de decisiones, en los que se fomentan relaciones cooperativas en comunidad.

Se observan ciertas diferencias en las prácticas de gobernanza interna, atendiendo al grado de “profesionalización” de la estructura. Mientras las cooperativas de consumidores suelen contar con una estructura organizativa definida en grupos o comisiones de trabajo conformadas por socios (voluntarios o personal contratado) que asumen responsabilidades de gestión de las tareas diarias, los grupos de consumo suelen exigir un mayor compromiso de colaboración en la gestión de la organización, por lo que cada unidad de consumo contribuye de manera rotatoria con una “cuota de trabajo”. No obstante, dicho compromiso no es asumido por igual por todas las unidades de consumo, y las entidades muestran cierta flexibilidad y comprensión si alguna de las familias asociadas no se encuentra en disposición de poder colaborar en la gestión de la iniciativa.

4.2. ACCIONES DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO EN LAS INICIATIVAS GALLEGAS DE CONSUMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE

Las iniciativas de consumo consciente tienen entre sus objetivos constituirse como agentes educadores para el consumo, aunque desde aproximaciones diferentes. Mientras las entidades más vinculadas al movimiento de comercio justo (*Panxea, A Cova da Terra, Amarante-Setem*) han desarrollado a lo largo de su trayectoria una intensa actividad de sensibilización en sus territorios, los grupos de consumo de menor tamaño no cuentan con la capacidad ni los recursos humanos o financieros suficientes para ello. Los primeros han editado publicaciones divulgativas sobre el comercio justo o la agricultura ecológica, si bien estas ongs ha cesado su actividad en los últimos años por causas internas, tras más de dos décadas de actividad.

Las cooperativas y grupos de consumo participan frecuentemente en jornadas de promoción del consumo consciente, como es la organización de jornadas de difusión de la agricultura ecológica, ferias de “biocultura” o de la “economía social y solidaria”. En segundo lugar, las

cooperativas más conocidas son invitadas con frecuencia a impartir conferencias o participar en congresos o talleres dando a conocer su experiencia.

Los espacios comerciales o locales sociales de las cooperativas de consumo cumplen también una función de divulgación y formación para el consumo sostenible. Es frecuente que en estos contextos se promuevan talleres de cocina, eventos de presentación de nuevos productos, así como conferencias o actividades promovidas en colaboración con el sector de la economía social y solidaria.

4.3. ACCIONES DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO EN LAS INICIATIVAS GALLEGAS DE CONSUMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE

Los participantes en este estudio han identificado las iniciativas de consumo consciente y responsable como contextos participativos o colaborativos favorecedores de procesos de autorreflexión y adquisición de nuevos conocimientos y habilidades a través de procesos de aprendizaje social. Dichos procesos de aprendizaje individual o grupal y que se produce a través de la interacción social, conduciendo a un cambio en las actitudes y comportamientos de las personas involucradas.

La adquisición de nuevos conocimientos sobre los inherentes a los sistemas alimenticios favorece la comprensión sistémica de los problemas socioeconómicos derivados de los mismo, lo que lleva a la comprensión de nuevos marcos y a una reinterpretación del papel que cada individuo se atribuye dentro de los procesos de transformación social. Como consecuencia de ello, los participantes en este reconocen haber experimentado -u observado en otros miembros- cambios actitudinales, vinculados a una percepción de sentimiento de responsabilidad (individual o grupal), y en el interés en ser parte de la solución a la crisis ambiental.

La vinculación a una iniciativa colectiva de consumo promueve, a tenor de los resultados de este estudio, cambios de comportamiento encaminados al desarrollo de estilos de vida verde. Como es lógico, los cambios de conducta más habituales están relacionados con los hábitos alimenticios. Así, los participantes reconocen la influencia de la iniciativa -y de sus integrantes- en la adopción de dietas bajas en carne, el aumento de

consumo de verduras, frutas y hortalizas de proximidad, así como la preferencia por productos a granel, o de reducido embalaje. No obstante, estos consumidores son también conscientes del impacto ambiental que tiene el consumo energético en sus hogares o del uso del transporte privado motorizado. Así, a pesar de que supone un mayor esfuerzo para ellos, muestran una actitud positiva hacia formas de movilidad bajas en carbono, optando por el uso del transporte público, la bicicleta o desplazarse caminando en los contextos urbanos.

Desde una visión colectiva o comunitaria, la participación en estas ICCR y en los procesos de toma de decisiones que en ellas se dan favorece un sentimiento de empoderamiento colectivo o de agencia, en el sentido en que los activistas se sienten capaces de generar soluciones alternativas al sistema económico dominante.

Dependiendo del grado de implicación en la gestión de la cooperativa o iniciativa de consumo, los activistas experimentan el desarrollo o mejora de sus habilidades interpersonales. Se trata de destrezas comunicativas, habilidades para la resolución de conflictos, o de la capacidad de empatía, que favorecen su capacidad de alcanzar consensos o acuerdos y que algunos autores han denominado “construcción de capital relacional” (Collins y Ison, 2009). A modo ilustrativo, Olaia Freiria, ex-presidenta de la cooperativa de consumo *Árbore* (Vigo), expresaba de esta manera el conjunto de aprendizajes de tipo actitudinal y cooperativo derivados de su participación activa en la gestión de la entidad:

“*Árbore* fue mi segunda experiencia cooperativa. Con el motor de la ilusión por llevar a cabo nuestro propio proyecto, aprendemos a trabajar en equipo, a llevar a cabo las tareas propias de nuestra actividad. Aprendemos a adquirir responsabilidades, y a actuar con solidaridad ante las dificultades. Ver el éxito actual de la cooperativa es para mí una gran satisfacción. Pero aún si no hubiese salido bien, habría valido la pena; porque equivocarse en una empresa es la garantía de éxito de la siguiente”.

5. DISCUSIÓN

Las iniciativas de consumo consciente y solidario son espacios participativos que tienen un elevado potencial educador por que constituyen contextos excepcionales para el intercambio de información y reflexión

mutua, que puede facilitar cambios en valores, hábitos y comportamientos, así como la comprensión de nuevos marcos interpretativos de la realidad, integrando “aprendizaje y acción” de manera coherente. Los resultados de este estudio apuntan a que los contextos de consumo colaborativo, promovidos por la ciudadanía de manera autónoma favorece los fenómenos de aprendizaje social (Pozo Municipio, 2016), como la adquisición de actitudes o modelos de comportamiento que son identificativas de estos grupos sociales, la comprensión de nuevos marcos interpretativos de la realidad y, en tercer lugar, el aprendizaje de nuevos conocimientos, destrezas y habilidades sociales que se desarrollan de manera implícita a través de los procesos de interacción cotidiana con los demás miembros de estas iniciativas.

La generación de nuevo conocimiento y la adopción de nuevos comportamientos coherentes con los valores y normas personales de cada individuo precisa, no obstante, de capacidad de reflexión crítica acerca de las creencias, valores, normas e instituciones que rigen un sistema. Esto parece ser la base necesaria para la evaluación crítica de las soluciones potenciales y la posterior toma de decisiones conjunta, (Loeber et al., 2007). Estos procesos de aprendizaje aparecen también como un factor relevante para la sostenibilidad, madurez y permanencia de las innovaciones de base a lo largo del tiempo. Estos resultados coinciden con estudios previos (Lema Blanco et al., 2015), que han destacado el papel de las cooperativas de consumo como facilitadoras de sinergias entre sus miembros y otras organizaciones, surgiendo “círculos virtuosos” de interés mutuo y cooperación, lo que incrementa la capacidad transformadora de estos nuevos movimientos de innovación social.

Como algunos autores han apuntado (Reed et al., 2010), aunque existe evidencia empírica de que los contextos de participación social pueden estimular y favorecer el aprendizaje social, no se puede suponer que la participación dichos procesos implica inevitablemente que el aprendizaje social, pues éste tan solo ocurriría si se dan las condiciones y métodos necesarios para la creación efectiva de nuevas capacidades y competencias (Glasser, 2007). Por ello, es necesario mejorar la comprensión de estos fenómenos e identificar cómo y en qué condiciones dichos contextos son capaces de promover aprendizajes significativos en las

personas implicadas. El entorno donde se desarrollan dichas experiencias de aprendizaje hace referencia tanto la estructura de gobernanza en la que se sustentan los procesos participativos, como a las condiciones sociales, económicas, culturales y relacionales en la que están inmersos los participantes (Reed et al, 2008).

Atendiendo a los hallazgos de la presente investigación, al menos dos condiciones son precisas para que el aprendizaje social ocurra y sea satisfactorio. En primer lugar, la necesidad de contextos de interacción social, que propicien la creación de lazos de confianza entre los participantes que dé lugar al intercambio de conocimientos y experiencias comunes. En segundo lugar, el aprendizaje social emerge en contextos sociales y estructuras democráticas que favorecen la comunicación abierta, la participación y el compromiso, el pensamiento disruptivo y la generación de conocimiento (Schusler et al., 2003).

6. CONCLUSIONES

Fomentar el cambio de actitudes y comportamientos en el ámbito del consumo y de la alimentación es un reto particularmente importante en la lucha contra el cambio climático. La adopción de dietas bajas en carne o que maximizan el consumo de fruta, verduras y hortalizas de proximidad son consideradas clave para la reducción de las emisiones de efecto invernadero generadas en el contexto de los hogares. Esta investigación empírica exploró el papel de las iniciativas de consumo consciente y responsable como contextos facilitadores de cambios en los estilos de vida de las personas, especialmente en el ámbito de la alimentación y concluye que dichos contextos de participación ambiental “bottom-up” pueden ser consideradas una de las formas más efectivas para fomentar la adopción de estilos de consumo sostenibles.

El estudio exploró papel socio-educativo de las iniciativas de consumo consciente y responsable como contextos de participación ambiental y acción climática. Para ello se estudiaron los procesos de aprendizaje social que emergen en el seno de las iniciativas locales de consumo responsable, como fenómeno de acción colectiva, y su relevancia para la adopción de nuevos comportamientos climáticamente relevantes.

Atendiendo a los resultados de las entrevistas en profundidad realizadas, los hallazgos apuntan a que los miembros de estas iniciativas experimentan cambios en las actitudes hacia las dietas sostenibles, lo que está favorecido por la adquisición de nuevos conocimientos sobre el funcionamiento del sistema alimenticio y el impacto que este tiene desde un punto de vista socioambiental.

En segundo lugar, se ha observado que los procesos de aprendizaje social fomentan cambios en las conductas de los participantes, lo que se traduce en la adopción de dietas bajas en carbono, como la reducción del consumo de carne o el incremento de consumo de alimentos frescos, de origen ecológico, de temporada y de proximidad. No obstante, el éxito de dichos procesos de aprendizaje que se generan en el seno de las iniciativas de consumo consciente se ve afectado por un número de factores, como las características de los contextos relacionales que se generan en el seno de estas iniciativas, así como también el grado de implicación y compromiso personal de los asociados en la gestión de la iniciativa.

7. REFERENCIAS

- Avelino, F., Dumitru, A., Cipolla, C., Kunze, I., y Wittmayer, J. (2020). Translocal empowerment in transformative social innovation networks. *European Planning Studies*, 28(5), 955-977.
- Avelino, F., Wittmayer, J.M., Pel, B., Weaver, P., Dumitru, A., Haxeltine, A., Kemp, R., Jørgensen, M.S., Bauler, T., Ruijsink, S. y O’Riordan, T. (2019). Transformative Social Innovation and (Dis)Empowerment. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 195-206
- Bawden, R., Guijt, I., y Woodhill, J. (2007). The critical role of civil society in fostering societal learning for a sustainable world. In A. E. J. Wals (Ed.), *Social Learning towards a Sustainable World: Principles, Perspectives, and Praxis*, (pp. 133-147). Wageningen Academic
- BEPA (Bureau of European Policy Advisers) (2010). *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*. Publications Office of the European Union.
- Bisquert, K. M., y Meira, P. Á. (2019). The Agroecological Movement in Galicia (Spain). En D. Zandvliet (ed.), *Culture and Environment*, (107-126). Brill.

- Chekima, B., Igau, A., Wafa, S. A. W. S. K., y Chekima, K. (2017). Narrowing the gap: Factors driving organic food consumption. *Journal of Cleaner Production*, 166, 1438-1447
- Collins, K., y Ison, R. (2009). Jumping off Arnstein's ladder: social learning as a new policy paradigm for climate change adaptation. *Environmental policy and governance*, 19(6), 358-373
- Cruwys, T., Bevelander, K. E., y Hermans, R. C. (2015). Social modeling of eating: A review of when and why social influence affects food intake and choice. *Appetite*, 86, 3-18
- Díaz Escobar, C. (2014). El enfoque del decrecimiento como estrategia de empoderamiento y transformación social. Un estudio de caso de los grupos de consumo agroecológico de Granada (España). *Trabajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención social*, 4(6), 49-71.
- Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, I. y García-Mira, R. (2016). The Slow Food Movement, A case-study report. TRANSIT: EU SSH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169.
- Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, I., Kemp, R., Wittmayer, J., Haxeltine, A., García-Mira, R., Zuijderwijk, L. y Cozan, S. (2017). Social learning in social innovation initiatives : learning about systemic relations and strategies for transformative change (TRANSIT Brief#4), TRANSIT: EU SHH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169
- Elle, M., Gameren, V. van, Pel, B., Aagaard, H. K. y Jørgensen, M. S. (2015). WP4 : case study report : INFORSE. TRANSIT: EU SSH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169.
- Gifford, R. D., y Chen, A. K. (2017). Why aren't we taking action? Psychological barriers to climate-positive food choices. *Climatic change*, 140(2), 165-178
- Glasser, H. (2007). Minding the gap: The role of social learning in linking our stated desire for a more sustainable world to our everyday actions and policies. In A. E. J. Wals (Ed), *Social learning towards a sustainable world*, (pp.35-62). Wageningen Academic Pub.
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research*. 5th Edition. London: Sage
- Hopkins, R. (2009). *The transition handbook: Creating local sustainable communities beyond oil dependency*. Chelsea Green Publishing, White River Junction
- Jastran, M. M., Bisogni, C. A., Sobal, J., Blake, C., y Devine, C. M. (2009). Eating routines. Embedded, value based, modifiable, and reflective. *Appetite*, 52(1), 127-136

- Juárez, P., Trentini, F., y Becerra, L. (2018). Transformative Social Innovation for Food Sovereignty: The Disruptive Alternative. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 24(3), pp. 318-335.
- Kim. J. (2017) Fostering behaviour change to encourage low-carbon food consumption through community gardens, *International Journal of Urban Sciences*, 21:3, 364-384
- Kunze, I. y Avelino, F. (2015). A Social innovation and the Global Ecovillage Network. TRANSIT research report, TRANSIT: EU SSH.2013.32-1 Grant agreement no: 613169
- Lema-Blanco, I. (2022). Educación ambiental y participación pública: análisis de los procesos participativos "bottom-up" como instrumentos de aprendizaje para la transformación social [Environmental Education and Public Participation. An analysis of bottom-up participatory processes as learning instruments for social transformation]. Thesis Dissertation. Universidade da Coruña.
- Lema Blanco, I. y Dumitru, A. (2019). Theoretical framework for the definition of locally embedded future policy scenarios. Deliverable 5.1 (Report). SMARTEES project. Grant agreement No 763912.
- Lema-Blanco, I; García-Mira, R. y Muñoz Cantero, J.M. (2015). Las iniciativas de consumo responsable como espacios de innovación comunitaria y aprendizaje social. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, Extr. (14), 14-028.
- Lema-Blanco, I; García-Mira, R. y Muñoz Cantero, J.M. (2022). Motivations to engage in sustainable and conscious food consumption. Advances from multidisciplinary empirical research on collective forms of consumption In: R. García-Mira, P. Schweizer-Ries y C. García Fontán (coords.), *Sustainability and ecological transition in the post-covid era: Challenges and Opportunities in the Face of Climate Change and Energy Transition*. Instituto de Investigación Psicosocial Xoan Vicente Viqueira y Deputación da Coruña
- Loeber, A., Van Mierlo, B., Grin, J., y Leeuwis, C. (2007). The practical value of theory: conceptualising learning in the pursuit of a sustainable development. In A. E. J. Wals (Ed), *Social learning towards a sustainable world*, Social learning towards a sustainable world, (pp. 83-98). Wageningen Academic Publishers
- Moulaert, F., Mehmood, A., MacCallum, D., y Leubolt, B. (2017). *Social innovation as a trigger for transformations-the role of research*. Publications Office of the European Union.

- Papaoikonomou, E. (2013). Sustainable lifestyles in an urban context: towards a holistic understanding of ethical consumer behaviours. Empirical evidence from Catalonia, Spain. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 181-188.
- Pel, B., Lema-Blanco, I. and Dumitru, A. (2017). WP4 case study report: RIPESS. TRANSIT: EU SSH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169.
- Pozo Muncio, J. I. (2016). *Aprender en tiempos revueltos*. Alianza Editorial.
- Reed, M. S. (2008). Stakeholder participation for environmental management: a literature review. *Biological conservation*, 141(10), 2417-2431.
- Reed, M. S., Evely, A. C., Cundill, G., Fazey, I., Glass, J., Laing, A., ... y Stringer, L. C. (2010). What is social learning? *Ecology y Society*, 15(4):r1.
- Riutort i Sern, S. (2011). Espacios de transformación social e innovación en el consumo. El caso de las organizaciones de consumo agroecológico de Barcelona. *Mientras Tanto*, 116, 77-103.
- Schusler, T. M., Decker, D. J., y Pfeffer, M. J. (2003). Social learning for collaborative natural resource management. *Society y Natural Resources*, 16(4), 309-326.
- Seyfang, G. (2006). Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks. *Journal of rural studies*, 22(4), 383-395.
- Suriñach Padilla, R. (2012). Innovaciones comunitarias en sostenibilidad ¿Cómo liderar la sociedad civil? Innovaciones sostenibles de la comunidad: ¿Cómo está tomando el liderazgo la sociedad civil? En: M. Heras y M. Peirón (coord.), *Informe Consumo y Estilos de Vida. Cambio Global España 2020-2050*, (pp.124-138). Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental – CCEIM.
- Suriñach Padilla, R. (2013). Experimentación social en nuevas economías: el papel de la innovación comunitaria. *Cuadernos de las cooperativas de consumidores*, 25, 30-36.
- Thornberg, R., y Charmaz, K. (2014). Grounded theory and theoretical coding. In: U. Flick (ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, (pp. 153-169). Sage.
- van Koppen, C. K. (2007). Social learning for sustainability in a consumerist society. En A. E. Wals (Ed.), *Social learning towards a sustainable world: Principles, perspectives, and praxis*, (pp.369-382). Wageningen Academic Publishers.

- Vivas, E. (2009). Supermercados y alimentación SA. In E. Grau y P. Ibarra (eds), Crisis y respuestas en la red. Anuario de movimientos sociales, (pp.109-122). Icaria.
- Vivas, E. (2010). Consumo agroecológico, una opción política. Viento Sur, 108, 54-62.
- Vermeir, I., Weijters, B., De Houwer, J., Geuens, M., Slabbinck, H., Spruyt, A., Van Kerckhove, A., Van Lippevelde, W., De Steur, H. y Verbeke, W. (2020). Environmentally Sustainable Food Consumption: A Review and Research Agenda from a Goal-Directed Perspective. *Frontiers in Psychology*, 11, 1603.
- Wildemeersch, D., y Jansen, T. (1997). Strengths and limitations of social learning as a key concept for adult and continuing education in reflexive modernity. In 27th Annual SCUTREA conference proceedings 1997 Crossing borders, breaking boundaries: Research in the education of adults.
- Yin R.K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th edition). Sage.