

Los enfoques conductuales y cognitivos para la conservación de la biodiversidad

**BALAKRISHNA Pisupati, Presidente, FLEDGE,
Vicepresidenta regional, Sur y sudeste de Asia, UICN CEC**

(Este artículo apareció en IISD Knowledge Hub como publicación invitada el 20 de diciembre de 2018)

Era bastante intrigante leer un artículo que explicara cómo una señal que trató de promover la sensibilización en materia de conservación, de hecho, había trabajado en contra de la conservación. Un cartel fue puesto en un bosque de turberas en Arizona, Estados Unidos, para disuadir a la gente de robar en el bosque. El mensaje era el siguiente: "Muchos de los visitantes que han pasado han eliminado madera petrificada de este parque, destruyendo el estado natural del bosque petrificado" Meses más tarde, cuando se llevó a cabo una revisión sobre el impacto de este mensaje y los hurtos del bosque, los investigadores se asombraron al encontrar que el robo se había triplicado.



Una perspectiva de la ciencia del comportamiento en cómo la gente percibe el mensaje sugiere que las personas deben haber pensado que "dado que otros lo han hecho, está bien seguir haciéndolo." Este es un hallazgo sorprendente para un experto en conservación que nunca pensó desde este ángulo en la conservación .

Voy a dar otro ejemplo. Un reciente informe del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) cita una pérdida del 60 por ciento de la biodiversidad a nivel mundial desde 1970 a pesar de

mil millones de dólares gastados en la conservación y de docenas de compromisos políticos globales. Para el hombre común en la calle, el mensaje es simple: hemos perdido el 60 por ciento de la biodiversidad, pero no siento ningún impacto inmediato. Mis necesidades se siguen cumpliendo, yo soy más rico, mejor consumir e invertir en temas de mi elección. No hay una gran hambruna, no hay gran número de muertos, ni recesión económica que pueda ver delante de mis ojos.

Sé que esto es una declaración provocadora para hacer, pero esto es más o menos lo que está sucediendo en nuestras conversaciones sobre la conservación. En un libro titulado, 'La muerte del ambientalismo', el autor afirma que la palabra “calentamiento” en el “calentamiento global” “sienta bien” para algunas personas. Del mismo modo, en conservación, la biodiversidad en declive aún no es vista como una amenaza para nuestra supervivencia por los no conservacionistas, incluyendo el público en general.

Mi reciente investigación sobre el pensamiento cognitivo y conductual me llevó a buscar respuestas poco comunes a la forma en que nos comunicamos sobre la conservación y su importancia. Unos pocos miles de delegados que se reúnen una vez cada dos años para tener discusiones acaloradas sobre por qué estamos perdiendo nuestras acciones para proteger la biodiversidad y lo que podemos hacer para mejorar la situación no nos ha ayudado en las últimas décadas.

En cuanto a la ciencia cognitiva, me encontré con un interesante conjunto de experiencias de la industria de la publicidad sobre cómo la misma capta la atención y la imaginación de la gente para impulsar su agenda. Dos ejemplos específicos son de relevancia en la forma en que avanza la agenda de la biodiversidad mediante la cognición: impermeabilización social; y comunicar el impacto de nuestras acciones.

Probando socialmente nuestro mensaje

En un artículo publicado en el Wall Street Journal sobre cómo hacer que los consumidores se vuelvan “verdes”, el autor señala que hubo más respuesta al mensaje que decía que los vecinos están utilizando activamente las opciones para ser ecológicos que a los que mencionan cuánto dinero se puede ahorrar, qué responsable uno podría ser hacia el medio ambiente o hasta qué punto es una obligación moral.

Avances reportados sobre conservación de la biodiversidad y cambio climático sugieren que pocos son conscientes de ello. Habiendo examinado todos los informes nacionales a la Convención sobre la Diversidad Biológica (CDB), presentado por los Estados hasta el año 2018, es evidente que casi todas ellas tienen en cuenta lo que los gobiernos están haciendo para la conservación, pero hay muy poca información sobre cómo contribuyen los demás,

incluida la sociedad civil, comunidad de negocios, agencias de la ONU y las instituciones académicas.

Esta es una gran desconexión, lo que desincentiva a la gente de participar en conservación. Algunos portales webs de ministerios y ambiente, unidos en la red de Mecanismos de Centros nacionales, destacan los éxitos de estos grupos de interés.



Para el marco de la biodiversidad posterior a 2020, tenemos que probar socialmente el plan estratégico y los objetivos. El mero hecho de informar que estos se desarrollan de manera participativa a través de algunos talleres y consultas no será suficiente.

Comunicando los impactos de nuestras acciones

Todos sabemos que a pesar de todos nuestros esfuerzos el medio ambiente está de mal en peor. Todas las inversiones aún no nos han dado resultados impactantes, y estamos luchando para lograr el "gran avance". En este contexto, es importante ser cautelosos con nuestros mensajes sobre los desafíos y las fallas.

Está bien admitir las fallas, pero los gestores ambientales deben asegurarse de que el mensaje se comunique de una manera que aclare mejor las razones de la falla. Además, cuanto más se sienta culpable el hombre común por sus propias acciones, mayores serán las posibilidades de cambio de comportamiento. Esto, sin embargo, requeriría soluciones viables.



Tomemos el ejemplo de un anuncio de 1962 de David & Goliath para la compañía de alquiler de vehículos Avis que estaba muy por detrás de Hertz en la popularidad de la marca. Decía: "Cuando solo eres el número dos, te esfuerzas más. O más." El anuncio incrementó las ganancias anuales de Avis en US \$ 1.2 millones en una década, y la compañía lo realizó durante 50 años.

Los enfoques conductuales y cognitivos en el marco posterior a 2020 y la agenda 2030

La Meta de Biodiversidad 2010 se cumplió solo parcialmente, y hay indicios de que las Metas de Aichi para la Biodiversidad no se alcanzarán en su totalidad. En la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes (COP 15) del CDB que se celebrará en Beijing, China, los gobiernos enfrentarán la difícil tarea de defender la confianza de las personas en los enfoques multilaterales y las acciones nacionales para salvar la biodiversidad.

La conservación podría beneficiarse de los enfoques cognitivos y conductuales ahora más que nunca. Estos enfoques podrían ayudar a lograr las Metas de Aichi para la Diversidad Biológica, así como el SDG 15 (la vida en la tierra) y el SDG 14 (vida bajo el agua). Este es el mensaje principal de un evento paralelo FLEDGE organizado durante la COP 14 del CDB en Sharm El Sheikh, Egipto. Los ejemplos y enfoques descritos en este artículo resonaron en muchos países que sugirieron acciones hacia el cambio de comportamiento. Esperamos que los países exploren estas opciones aún más a medida que desarrollemos el marco de biodiversidad post-2020.

Este artículo fue escrito por Balakrishna Pisupati, Presidenta, FLEDGE. El autor también se desempeñó como Jefe de la Unidad de Biodiversidad del PNUMA y Presidente de la Autoridad Nacional de Biodiversidad con el Gobierno de la India. Gracias a Analia Lopez, miembro de la UICN CEC, Argentina por ayudar a verificar la traducción.