

proteger la biodiversidad escuchando

Frits Hesselink

El presente artículo es la transcripción de la ponencia de Frits Hesselink, exdirector de la Comisión de Educación y Comunicación de la UICN, presentada a la Conferencia "Biodiversity and Landscape: communicating and sharing values in a changing world", celebrada en Frascati, Italia, en Mayo de 2.001.

"PARQUES DE PAPEL"

Recientemente me encontré a un director de un Parque Natural de Centro Europa. Joven, inteligente y muy comunicativo: una persona elocuente. Comenzamos a hablar y entendí que estaba bastante frustrado con su Parque. Fue establecido por decreto del gobierno regional hace algunas décadas, pero nunca funcionó. *"Es un Parque de papel, la gente estuvo y todavía está en contra de él", me dijo. "El decreto fue dictado sin contar con ellos, es demasiado burocrático y no aporta ningún beneficio a los habitantes. El área es muy importante para la biodiversidad, y necesita protección. Claramente necesitamos un decreto que aborde estos temas positivamente" añadió. "Pero el problema es que la gente no quiere un nuevo decreto. Nosotros sabemos todo lo que hay que hacer para conservar los valores de la biodiversidad y mejorar la vida de las personas, pero ellos no quieren ni siquiera escucharnos, ¿puedes creerlo?"*

¿LOS VALORES DE QUIÉN?

Los valores de biodiversidad de las áreas protegidas son definidos por biólogos y otros expertos en biodiversidad. Están descritos, y en la mayoría de los casos se dispone de mecanismos legales para protegerlos. Esto no significa que estos valores sean

compartidos por la gente que vive en el área protegida y alrededores, y menos por la mayoría de la sociedad. Ellos pueden percibir otros valores en el área, que pueden ser bastante diferentes de los valores de la biodiversidad. El director del Parque entendió esto bastante bien.

EL CAMBIO

El uso y aprovechamiento económico de la tierra en las áreas protegidas no ha sido siempre el mismo.

A lo largo del tiempo, el uso y los valores referidos a la tierra han cambiado. Lo que percibimos ahora como muy importante para la conservación de la biodiversidad, puede haber sido visto de muy distinta forma hace 50 ó 100 años. Y puede ser visto de manera diferente en el futuro. El desarrollo económico y el uso de la tierra, la función

social y la presión que ejercen los habitantes del área y alrededores, son el contexto que determina la validez social de los valores de la biodiversidad. Cuando pregunté acerca de este aspecto al director del Parque, me contó que hace 50 años los ganaderos usaban partes del Parque para pastos. *"Ahora el mercado les ha obligado a abandonar el pastoreo, mientras que el Parque los necesita. Nosotros queremos preservar el paisaje como ha sido por generaciones. Necesitamos reintroducir el pastoreo tradicional,*

Los valores de biodiversidad son definidos por expertos. Esto no significa que sean compartidos por la gente.



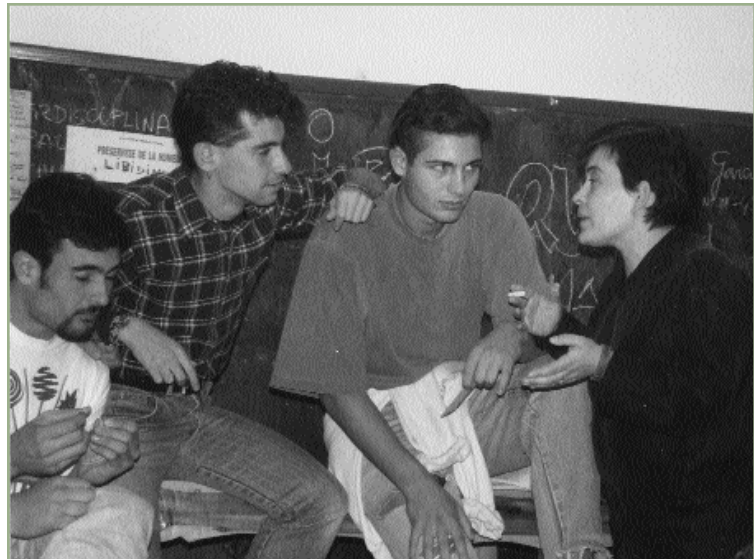
combinado con el ecoturismo de manera que sea beneficioso para los ganaderos”.

CAMBIO SOCIAL SIGNIFICA CAMBIO EN VALORES

La sociedad ha cambiado rápidamente en los últimos 50 a 100 años, y continuará haciéndolo. Esto significa grandes cambios en comportamientos, actitudes y percepción de la gente en general si comparamos la generación actual con las de hace 50 ó 100 años. Uno de los grandes cambios es el individualismo. La manera en que percibimos los valores naturales y la biodiversidad ya no está determinada por la clase social, económica o la educación, sino que cada uno tiene diferentes opiniones, percepciones y valores. Además la percepción varía acorde a las diferentes situaciones en que la gente se encuentra. Lo que es importante un día puede no serlo en otras ocasiones. El director del Parque me dijo que en la actualidad el Parque no sólo tenía que tratar con los agricultores y ganaderos locales, sino con personas urbanas que tienen su segunda residencia en los alrededores. *“La tierra alrededor de sus granjas no la valoran propiamente, pero los nuevos vecinos son incluso miembros de asociaciones conservacionistas. Tenemos que convencerles de que efectúen las prácticas en la tierra de manera tradicional”.*

COMUNICACIÓN COMO INTERVENCIÓN

En este mundo cambiante, los directores de espacios naturales protegidos tienen que comunicar el valor de la biodiversidad, que es la base de que exista el Parque. La comunicación la definimos aquí como “hablar y escuchar”, usando un variado rango de medios de comunicación, para ayudar a cambiar la situación existente hacia la situación deseada: cambiar y desarrollar actitudes, valores, percepciones y comportamientos de nuestros destinatarios, con la finalidad última de conseguir un uso sostenible de los recursos y la conservación de la biodiversidad. Pregunté al director del Parque: *“¿has hablado con la gente que vive en el área?”* *“No tengo tiempo”* fue la contestación, *“pero sé que tenemos que comunicar el cambio de la situación, y estamos preparando documentos y folletos para ello”.*



¿Convencer o seducir? Dos modalidades para la comunicación. Foto **cielos**

Para comunicar el valor de la biodiversidad, básicamente existen dos modalidades basadas en distintos paradigmas:

- **“Tratar de convencer”**

El primer grupo de modalidades de comunicación trata de persuadir a los destinatarios para que lleguen a ser expertos y amantes de la biodiversidad. Se basa en que nosotros como expertos en biodiversidad conocemos lo que es bueno para la sociedad y para ti. Es una aproximación de arriba a abajo. Sus herramientas son los posters, folletos, documentales, paquetes educativos para las escuelas, excursiones guiadas, etc. Este tipo de comunicación enfatiza el “hablar” o “enviar” frente al “escuchar” o “recibir”. *“Tenemos que convencerles de que efectúen las prácticas en la tierra de manera tradicional”.*

- **“Tratar de seducir”**

El segundo grupo de modalidades de comunicación se basa en el hecho de que para cualquier tema - relativo a la política, artes, música o biodiversidad - hay siempre más gente no interesada que interesada. El énfasis de comunicación en esta modalidad es más “escuchar”. Para conservar la biodiversidad el comunicador se olvida al principio de los valores de la biodiversidad, mientras explora la visión, ideas y motivaciones de los destinatarios.

Trata de encontrar las emociones y motivaciones que pueden convertirse en la base de comportamientos que, en último término, beneficien a la conservación de la biodiversidad y al uso sostenible de los recursos, incluso sin conocer (exac-

Para conservar la biodiversidad el comunicador se olvida de sus valores, mientras explora la visión, ideas y motivaciones de los destinatarios

tamente) los valores de la biodiversidad. "Como las personas ya no sacan el ganado, descuidan las balsas y se pierde su biodiversidad", me dijo el guardia del Parque. "Quizás podríamos explorar las motivaciones que podrían hacer que los nuevos vecinos mantuviesen las balsas. Quizás podríamos encontrar un nuevo uso social de las balsas, algo que les gustase. De este modo la biodiversidad se mantendría", fue mi respuesta.

ELEGIR ENTRE CONVENCER O SEDUCIR

La elección entre los dos tipos de estrategia arriba indicados, tiene mucho que ver con la disposición (posibilidad y deseo) de involucrar a los sectores implicados. Existen varias formas de implicarlos. El director del Parque puede involucrar a los sectores de las siguientes formas (de menor a mayor implicación):

- Como clientes
- Como partes del diálogo
- Como fuente de ideas
- Como co-partícipes en el diseño del plan de gestión
- Como responsables conjuntos (gestión conjunta)
- Como aquellos que deciden

Pregunté al director del Parque cómo el veía la implicación de los sectores locales. Su primera reacción fue: "Bien, nosotros tenemos el decreto, está todo allí", entonces se corrigió a sí mismo: "Creo que me gustaría producir las bases y las principales líneas de un nuevo decreto conjuntamente con ellos".

COMUNICACIÓN EFECTIVA = ESCUCHAR

Cualquiera que sea la modalidad elegida, para ser efectiva el comunicador tiene que saber escuchar. La comunicación se basa en establecer relaciones, consensuar ideas y valores y actuar acorde con ellos. Para que esto sea posible el punto de partida es la aceptación (incondicional) de los valores y prácticas de los otros, incluso si no tienen nada que ver o van en contra de la biodiversidad. La aceptación es el requisito para que los otros se abran. Escuchando podemos entender las percepciones de los destinatarios. En el ejemplo del director del Parque, esto significa tomar seriamente en consideración los valores y las prácticas de los sectores y



La comunicación efectiva deberá evitar modelos unidireccionales de relación. Foto círculos

vecinos del área, y tener alguna conversación con ellos para entenderlos mejor y demostrar que la dirección del Parque está interesada en ellos como seres humanos. "Uf" exclamó el director "estás pidiendo demasiado de nosotros: no es fácil de aceptar ser los guardianes de la biodiversidad y olvidar que ellos están en contra de dichos valores".

ENTENDER NO ES SUFICIENTE: DESBLOQUEAR EMOCIONES

Solamente entender no es suficiente. En muchos casos, un conjunto de emociones irracionales bloquea el diálogo. Especialmente en los espacios protegidos, la gente que vive en el área acarrea años de frustración e irritación: sentimientos heridos, malentendidos, burocracia, etc. Para establecer un diálogo constructivo lo primero que hay que hacer es desbloquear estas emociones, dar espacio para que la gente exprese su frustración. Sólo después de que las personas han sacado sus emociones, son capaces y desean tratar los temas que interesan al director del Parque.

"Nosotros sabemos todo, lo que hay que hacer para conservar los valores de la biodiversidad y mejorar la vida de las personas, pero ellos no quieren ni siquiera escucharnos, ¿puedes creerlo?". Sí, claro que sí. Si uno no escucha primero la frustración y la toma en serio, la comunicación efectiva no es posible. Esto sucede en todos los

ámbitos de la vida, por ejemplo en su familia probablemente el director del Parque lo hace automáticamente con sus hijos, pero lo olvida cuando entra en su despacho.

Cualquiera que sea la modalidad de comunicación, para ser efectiva el comunicador tiene que saber escuchar





EXPLORAR VALORES Y MOTIVOS QUE LLEVEN A SITUACIONES DONDE TODOS GANAN

La comunicación como escucha es parte de un proceso que nos lleva a explorar los valores y motivaciones a cambiar de nuestros destinatarios. Esto se puede hacer mediante entrevistas individuales y "grupos focales". "Grupos focales" son pequeños grupos de ciudadanos o sectores interesados que el director del Parque puede tener en cuenta para evaluar las reacciones, ideas y planes de la población, así como los valores y motivos que hay detrás de ellos. Con técnicas especiales ofrecidas por expertos en comunicación (facilitación), y en ausencia de los directivos del Parque, la gente habla sobre sus prácticas, ideas y expectativas de gestión, guiados por el facilitador. *"¿Por qué no explorar qué podría motivar a la gente a mantener los pastos, y entonces decidir si lo que necesitamos es un nuevo decreto o el viejo puede servir si lo combinamos con algunas medidas acordes con las motivaciones de la población?"*, pregunté al director del Parque.

Para la comunicación tienes que ver a las personas como seres humanos.

cia del Parque para la conservación de la biodiversidad y cómo seguir usando los métodos agrícolas tradicionales, si no que el primer paso debería ser investigar que está bloqueando que nos escuchen?" Concluyó el director del Parque.

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DISTINGUE ENTRE ESTADÍSTICAS Y SERES HUMANOS

Muy frecuentemente se piensa en las personas en términos estadísticos: ¿cuánta gente vive en el área?, ¿cuántos niños van a la escuela?, ¿cuántos agricultores, ganaderos, cazadores, etc. hay?, el porcentaje de cazadores, o granjeros, o... que tiene el comportamiento X, o el porcentaje que tiene el comportamiento Y. Por supuesto esta información es útil para estrategias de biodiversidad, pero para la comunicación tienes que ver a las personas como seres humanos, con sus legítimos intereses, sus frustraciones, esperanzas y visión del mundo.

Si el director del Parque ve a la gente como estadísticas, tenderá a comunicarse con ellos a través de pósters y folletos. Si los ve como personas, los telefonará y se reunirá con ellos.

UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LA BIODIVERSIDAD TIENE QUE VER CON TEMAS DE COMUNICACIÓN, NO CON TEMAS DE BIODIVERSIDAD

La comunicaciones - junto con las medidas legislativas, sociales y económicas - uno de los instrumentos que tienen las áreas protegidas para su gestión. Los temas de comunicación se basan en la implicación que la biodiversidad y su conservación tiene en la gente afectada: ¿qué conocen?, ¿cómo se sienten al respecto?, ¿qué perciben?, ¿qué motiva sus acciones?, etc. Muy a menudo se comunica mucha información técnica sobre los espacios naturales protegidos, sin dar una sola pista de cómo la audiencia puede contribuir a ello. Una comunicación efectiva debe tener formulados claros objetivos de comunicación, encaminados a:

- Llamar la atención
- Despertar interés
- Ser comprensible
- Provocar sentimientos, respuesta emocional, creencias
- Provocar acción

"¿Quieres decir que no deberíamos informar a la población sobre la importan-

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA CONDUCE AL CAMBIO

Si las personas no están motivadas a comportarse de manera adecuada, la dirección del Parque lo tiene difícil. Se necesita la comunicación para conseguir un cambio en las percepciones, valores y comportamientos de los destinatarios. El cambio de



Las personas son algo más que simple estadística. Foto **riclos**

comportamiento sólo vendrá si es percibido por la población como algo que aporta más beneficios que costes. Muchas veces se orienta la comunicación en los beneficios que dicho cambio de comportamiento producirá en la biodiversidad, y no en los costes y beneficios para la población. Muy a menudo, el análisis coste-beneficio es realizado por expertos, sin consultar a los sectores implicados. Lo mejor sería consultarlos en "grupos focales", facilitando "tormentas de ideas" sobre un amplio rango de ideas y opciones. Para esto la comunicación es de gran ayuda.



Sólo compartiendo, aceptando al otro y estableciendo un diálogo franco, se puede comunicar eficazmente. Foto cíclo

LO QUE NECESITAS CONOCER

Resumiendo, lo que se necesita conocer sobre comunicación para la gestión de un espacio natural protegido es:

- La comunicación efectiva no es solamente responsabilidad de los técnicos de educación y de comunicación, sino primero de todo de la dirección del parque.
- Las medidas de conservación efectivas son un 10% de carácter técnico y legal, y un 90% de comunicación.
- Para cambiar actitudes y valores, la información sola es prácticamente inútil si no va acompañada de medidas concretas de actuación.
- Los expertos en comunicación (interna y externa), tienen que tener una variada gama de estrategias y métodos para ayudar a la dirección a entender y contactar con la población.

HABILIDADES NECESARIAS

Resumiendo, las habilidades que un director de Parque Natural necesita para realizar una comunicación efectiva son las siguientes:

- Estar dispuesto a aceptar incondicionalmente otros puntos de vista, motivos e intereses.
- Escuchar antes de hablar.
- Morderse la lengua (evitar prepotencia).
- Explorar motivaciones que puedan interesar a ambos.
- Reconocer hasta donde llegan sus habilidades de comunicación efectiva, y buscar ayuda externa para solventar sus limitaciones.

Después de varias conversaciones profundas durante dos semanas, el director del parque se convirtió en un "experto" de marketing en su país. En la actualidad facilita grupos focales en los parques naturales.

Frits Hesselink
Exdirector de la Comisión de Educación
y Comunicación de la UICN