

No todos los tucanes fueron creados iguales

Not all toucans were created equals

Allan Valverde Blanco 1

(1) Universidad para la Cooperación Internacional, San José
10101, Costa Rica.



Cómo citar este artículo:

VALVERDE BLANCO, Allan. (2022). No todos los tucanes fueron creados igual. *Regeneratio* 1(2), 11-16. DOI:10.55924/ucireg.v1i2.20

Desde mi incursión al mundo de la observación de aves (más admirador que un destacado observador), he sido testigo por años de la frustración de ese gremio por el uso de un tucán en materiales promocionales, comunicacionales, y comerciales de Costa Rica. Esto no parece ser causal de disconformidad, sin embargo, el meollo del asunto es que el ave que se utiliza profusamente (*Ramphastos toco*) no habita en nuestro país.

Sin hacer una revisión exhaustiva, y más en razón de las imágenes que he visto en áreas protegidas, Internet, redes sociales y comercios, el tucán se ha utilizado en la promoción del licor más emblemático del país, en la principal puerta de entrada al país (Aeropuerto Juan Santamaría), en la inauguración de los primeros vuelos de una línea aérea, en productos alimenticios, souvenirs en diferentes tiendas, en promoción de eventos deportivos, premios de eventos, paquetes turísticos, vallas publicitarias, entre otros.

Los tucanes pertenecen a una familia de aves que se extiende desde México hasta Argentina y que cuentan con más de 40 especies, seis de las cuales viven en Costa Rica

La pregunta es, ¿por qué no se utiliza una especie adecuada? ¿qué dice esto del profesionalismo de algunos publicistas o de empresas que les contratan o diseñan por su cuenta, o de quienes comercializan los productos? Son obvias muchas diferencias visuales entre las seis especies de Costa Rica con el tucán toco y con las otras especies que existen en el resto de Latinoamérica.

Aprovechando los beneficios del Internet, no es difícil adivinar la infalible ruta de consultar por “tucán” en Google® y en bancos de imágenes que muchos diseñadores profesionales y aficionados siguen, con el recurrente resultado de la aparición de la bendita ave de la discordia, el tucán toco (*Ramphastos toco*) como primeros resultados de la búsqueda.

Durante las últimas décadas, el Internet ha permitido almacenar gran cantidad de datos que están a un clic de distancia. Sin embargo, en la era de la comunicación actual, es el uso adecuado de esa información el que debería hacer la diferencia. La capacidad de discernir y la rigurosidad no pueden ser ignoradas apostando que Internet siempre tendrá la respuesta correcta.

Podría ser que, sí la tenga, pero, la respuesta depende de la manera en la que preguntemos y no sustituye la investigación rigurosa que debe sustentar nuestro trabajo.

¿Estaremos convirtiéndonos, como señala Byung-Chul Han, en seres que poco a poco se vuelven carentes de voluntad y de discernimiento racional debido a la cantidad de estímulos vacíos y de poca duración a la que nos exponemos constantemente? ¿Sin darnos cuenta, nos hemos sumado a la cada vez más grande lista de Dataistas que han sacrificado la narrativa por la adoración a los metadatos que advierte Yuval Noah Harari?

No es común que se den fallas en la elaboración de materiales promocionales de marcas de automóviles, de actores o deportistas, en el mundo de la gastronomía, en procedimientos médicos, etc. No sería tolerable ni por los contratistas de esas campañas o inclusive por

la misma sociedad civil que alguien confunda la “H” del logo de Hyundai con la “H” de Honda, el uniforme de dos clubes de futbol con nombres similares, o confundir una marca de cerveza alemana con una checa. Inclusive, nadie incluiría una imagen del Cristo Redentor en promociones de Corcovado en Costa Rica, a pesar de que el sitio en donde se ubica tenga el mismo nombre.

No se promociona un evento sobre perros pastor alemán con imágenes de un perros pastor belga, y mucho menos de chihuahuas, esto a pesar de que genéticamente está más emparentado el chihuahua con el pastor alemán que dos especies de tucanes. Entonces, la clave es poner atención en el proceso de revisión.



Tucán pico castaño, Quioro (*Ramphastos ambiguus*). Foto: Macaulay Library



Tucán pico iris (*Ramphastos sulfuratus*). Foto: Macaulay Library



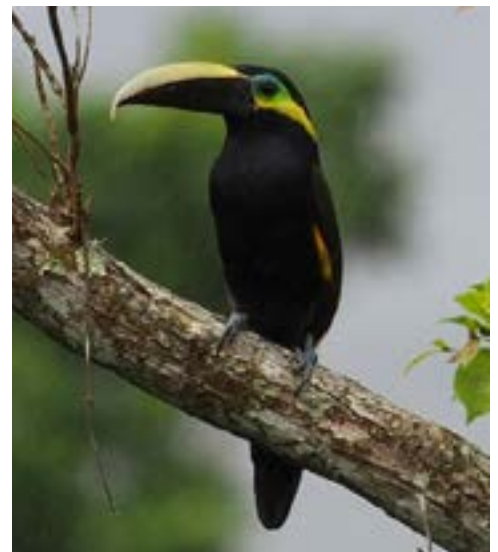
Tucanicillo esmeralda (*Aulacorhynchus prasinus*). Foto: Macaulay Library



Tucancillo collarejo, cusingo (*Pteroglossus torquatus*). Foto: Macaulay Library



Tucancillo piquinaranja (*Pteroglossus frantzii*). Foto: Macaulay Library



Tucancillo orejiamarillo (*Selenidera spectabilis*). Foto: Macaulay Library

¿Por qué en procesos de diseño de materiales de esas áreas no hay fallas como la del tucán? ¿Será una cuestión económica en el sentido que existen muchos recursos invertidos en las empresas para que todo salga bien? ¿Nos preocupamos solamente por los trabajos en los que se paga gran cantidad de dinero? ¿La relevancia de esas marcas o negocios es mayor?

información que rige nuestras vidas. Me arriesgaría a pensar que también tiene que ver con arraigo y orgullo, ¿nos sentimos apropiados de la biodiversidad que se encuentra en este pequeño espacio de tierra?

¿Cuál es la importancia relativa de la biodiversidad costarricense en el planeta?. Veamos:



Tucán toco (*Ramphastos toco*) Foto: Macaulay Library

Posiblemente en lo económico hay algunas respuestas y otras podrían encontrarse en lo que Bauman llama la modernidad líquida en la que destacan la volatilidad, la falta de compromiso, lo efímero de las acciones, la aceleración de la vida convertida en motor productivo e inclusive, el navegar en medio de la saturación de

Australia es un país enorme, no puede invisibilizarse sus dimensiones cuando a territorio se refiere, pues cubre un 5% de todo el planeta Tierra. Por otro lado, la población de Estados Unidos no pasa desapercibida a nivel planetario dado que existen 5 estadounidenses por cada 100 habitantes (un 5% de la población global).

O bien, un efecto negativo sobre la economía alemana tiene relevancia mundial con consecuencias sobre prácticamente todo el planeta y el tamaño de esta economía es menor al 5%.

¿Y qué pasa con Costa Rica? Bueno, tal vez un pequeño país de 5 millones de habitantes (0,07%) del total de la población mundial, o con 0,03% de la superficie mundial, o con una economía global de 0.08% no sea muy representativo. No obstante, en lo que a biodiversidad se refiere, debería ser causal de gran orgullo, pues alberga aproximadamente 5% de todas las formas de vida del planeta. ¿Se toman a la ligera la economía, la población o las dimensiones territoriales esos países y sus gentes? ¿Nos tomamos a la ligera nuestra biodiversidad? El tema medular no es el tucán, que como ya hemos comentado causa gran frustración a quienes trabajan o disfrutan de las aves, sino nuestra actitud un tanto desinteresada por poner en valor lo que nos convierte en una potencia mundial.

No me atrevería a decir que es “malinchismo”, pero posiblemente si se puede concluir que no dimensionamos la relevancia de lo que es parte de nuestra identidad. De más está mencionar que esto ocurre también con la indebida o mal utilización de otras especies como ranas que no se encuentran en el país, lapas o guacamayos de otras regiones e inclusive imágenes que promocionan la Isla del Coco de otras latitudes. Los casos son abundantes, e imagino que pasan en otros países con gran riqueza biológica similar a la nuestra.

¿Les ha pasado que cuando visitan otro país y comentan que son de Costa Rica, algunas personas suelen decir que han escuchado que es una isla muy bonita?; o

estando en algún país de Europa o Asia y dicen ser de América, ¿la gente piensa que son estadounidenses?, ¿qué impresión o emociones les genera eso?

Así de incultos nos vemos al utilizar en difusión y comercialización de temas del país a especies que no son autóctonas. Hacemos algo “a la carrera” privilegiando la estética sobre el mensaje. ¿Cómo queremos ser consecuentes y esperamos que las personas que nos visitan se lleven un mensaje de conservación cuando a nosotros nos importa muy poco el valor de la biodiversidad?, al fin y al cabo ¿un tucán es solamente un pájaro con pico grande y escandaloso que anda en la selva! ¿O no? ¿Es menos importante la economía que la biodiversidad? Para algunos, posiblemente sea un “sí” sin lugar a duda, no obstante, como se puede notar en la agenda de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), la biodiversidad es la base para lograr un desarrollo inclusivo. De hecho en el país esto se potenció por más de dos décadas a través del Instituto Nacional de Biodiversidad (INBio) quienes desarrollaron un esfuerzo sistemático para catalogar, describir y conocer la biodiversidad del país como prácticamente ningún otro país del mundo ha hecho. La inspiración de esos pioneros en promover la bioalfabetización y ponernos como referentes mundiales en esa área es invisibilizada con nuestro actuar.

La biodiversidad no puede ser vista solo como enternecedora, o como una cuestión que ponemos en valor únicamente cuando queremos venderle algo a un turista. La biodiversidad y su conocimiento es fundamental. Podemos basar gran parte de nuestra economía en la riqueza natural que poseemos, pero tengamos por lo menos la decencia de destinar media hora más para investigar sobre ella cuando

queramos “utilizarla”. No llevemos a la confusión, no nos volvamos oportunistas y seamos consecuentes con la imagen que promovemos de país conservacionista. El riesgo como el mismo Byung-Chul Han menciona, es que “la ausencia de relación y apego conduce al empobrecimiento del mundo” y creo que eso no es riesgo que queramos asumir. Decir cómo se puede solucionar este tema es difícil, no obstante, siendo que este proceso es recurrente y tiene relaciones tan diversas, se sugiere algunas recomendaciones mínimas para enfrentar esto.

Para quienes tienen relacionamiento con biodiversidad

- Prepare campañas para difundir la diversidad de especies y promover el aprendizaje con estrategias no memorísticas que incidan en el pensamiento crítico.
- Comparta materiales comunicacionales con agencias publicitarias, sector turismo y otros, sobre las principales especies en las que se presentan confusiones.
- Promueva o proponga reconocimientos para organizaciones y empresas que asuman compromisos para difundir materiales de biodiversidad desde un punto de vista ético.
- Evite la ridiculización y el trato denigrante hacia personas, organizaciones o empresas que utilizan de manera inadecuada la biodiversidad, en su lugar, establezca una comunicación asertiva que permita la modificación de contenidos inadecuados, pero, principalmente la construcción de aprendizaje.

Para quienes utilizan representaciones de biodiversidad:

- Investigue, consulte y verifique. Hay grupos de ornitólogos, zoólogos, botánicos, etc., en redes sociales, deseosos de ayudar. También existen guías de especies de gran parte de la biodiversidad del país. De esa manera además potenciamos que se siga desarrollando nuevo conocimiento de este tema.
- Incluya en sus cotizaciones un rubro en donde se visualice los esfuerzos de investigación. Hagamos ver al contratista que su inversión está respaldada por un trabajo profesional.
- Difunda conocimiento que ha logrado adquirir con otros colegas diseñadores.
- Aprópiase de la biodiversidad, sobre todo la de su país.
- Diferénciese. ¿Por qué usar tucanes solamente cuando tan solo en el caso de aves el país posee más de 900 especies? Un recurso en el que se pueden buscar imágenes de aves de su país en la biblioteca digital Macaulay <https://www.macaulaylibrary.org/>
- Reconozca autoría. Si utiliza alguna imagen de biodiversidad recuerde indicar los créditos fotográficos.

Poner en valor la biodiversidad nos ayuda a protegerla y protegerla es esencial para garantizar el bienestar planetario.