

# NATURALEZA Y MERCANTILIZACIÓN

## ¿Qué dicen los estudios científicos?

### Importancia

A partir de 50 000 publicaciones científicas, se evalúa cómo se expresan los valores de la naturaleza, además, cuáles valores y de quiénes son considerados en la toma de decisiones.

### Valores expresados

**Cosmovisiones:** abarca las visiones del mundo.

**Valores amplios:** principios morales y objetivos.

**Valores específicos:** juicios sobre la importancia de la naturaleza y sus contribuciones.

**Indicadores de valor:** medidas cuantitativas y descriptores cualitativos de las relaciones con las personas-naturaleza.

**Instrumentales:** la naturaleza como un medio para un fin deseado.

**Relacionales:** la importancia de relaciones significativas entre las personas y la naturaleza.

**Intrínsecos:** el valor de la naturaleza, considerado y expresado como un fin en sí mismo.

74 %

Estudios a partir de valores instrumentales de la naturaleza.

62 %

De los estudios de valoraciones basadas en la naturaleza, no implican la participación de las partes interesadas en la valoración.

12 %

Cantidad de estudios de valoración que consideran explícitamente opciones de diseño de mejora para incluir partes interesadas.

A pesar de la percepción general que las formulaciones políticas favorecen valores económicos, en las últimas tres décadas, no ha aumentado la frecuencia de otros enfoques no económicos.

## Se sigue priorizando una visión mercantil de la naturaleza

### IMPORTANTE



A partir de 8 000 evaluaciones de más de 3 000 áreas protegidas se evidencia que la participación de la comunidad mejora la eficacia de la gestión.

Para sociedades más justas y sostenibles es necesario movilizar y fomentar valores amplios, nuevas normas y objetivos sociales para desencadenar cambios.