



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA VISIBILIZAR EL ROL DE LOS
PESCADORES ARTESANALES EN EL DESARROLLO DE UNA ECONOMÍA**

COMUNITARIA: CASO DE ESTUDIO PROYECTO ISOSPAM

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciada en Comunicación

AUTORA: Rosa Paola Calvopiña Coyago

TUTORA: Enza Franca Bosetti

Quito-Ecuador

2025

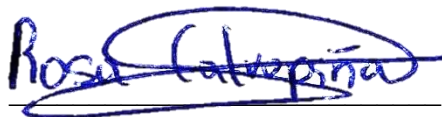
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Rosa Paola Calvopiña Coyago con documento de identificación N° 1722952841 manifiesto que:

Soy la autora y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 25 de febrero del año 2025.

Atentamente,



Rosa Paola Calvopiña Coyago

1722952841

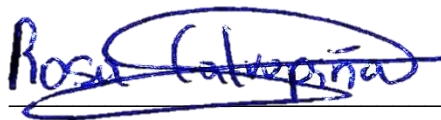
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Yo, Rosa Paola Calvopiña Coyago con documento de identificación N° 1722952841, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del Artículo Académico: “ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA VISIBILIZAR EL ROL DE LOS PESCADORES ARTESANALES EN EL DESARROLLO DE UNA ECONOMÍA COMUNITARIA: CASO DE ESTUDIO PROYECTO ISOSPAM”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 25 de febrero del año 2025.

Atentamente,



Rosa Paola Calvopiña Coyago

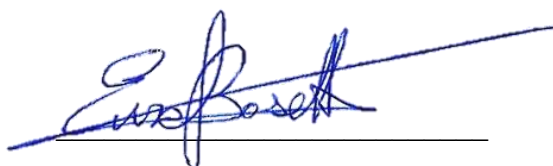
1722952841

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Enza Franca Bosetti con documento de identificación N° 1757129836, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA VISIBILIZAR EL ROL DE LOS PESCADORES ARTESANALES EN EL DESARROLLO DE UNA ECONOMÍA COMUNITARIA: CASO DE ESTUDIO PROYECTO ISOSPAM, realizado por Rosa Paola Calvopiña Coyago con documento de identificación N° 1722952841, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 25 de febrero del año 2025.

Atentamente,



PhD. Enza Franca Bosetti

1757129836

Dedicatoria

A Dios quien me ha dado la fuerza para llegar a culminar este paso gigante en mi vida, mi título profesional ha sido un camino de buenos y malos momentos, pero Dios me ha guiado para cumplir mis logros.

A la Virgen del Quinche por bendecirme en todos mis pasos.

Al Señor de la Justicia por ayudarme en todo mi camino.

A San Francisco de Asís por el valor y fuerza que me dio para culminar con este paso importante en mi vida.

A mi Madre Delia Coyago por ser un pilar fundamental en mi vida la amo con todo mi corazón por ser mi fortaleza.

A mi Padre Milton Calvopiña Dios le pague por apoyarme en mi carrera junto con mi madre y por ser la niña de sus ojos, me falta vida para agradecerles por todo su ánimo y acompañamiento.

A mis abuelitos Enrique, Mariano y Rosita que me cuidan y guían desde el cielo y a mi abuelita Alicia que Dios tiene la dicha de bendecirnos con 94 años de vida y que todavía puede darme su bendición.

A mi Tío Fernando Coyago y a mi Madrina Marcia Espinoza por estar a mi lado siempre.

A mis Tíos y Tías de la Familia Calvopiña Bedón y Familia Coyago Cárdenas por su apoyo emocional.

A mis Primos y Primas por sus comentarios buenos y malos, esto me dio la fuerza para obtener mi mayor logro profesional.

A todos Dios le pague por todo su apoyo.

Rosa Paola

Agradecimiento

Mi infinito agradecimiento a todos quienes me apoyaron de forma desinteresada durante mi proceso en culminación con mi trabajo de titulación.

A la Universidad Politécnica Salesiana por recibirme en las aulas de clase y abrirme las puertas al conocimiento y formación, gracias por permitirme realizar diferentes actividades que me sirvieron para un futuro profesional y laboral; por todos los valores que tiene la universidad.

A la PhD. Enza Franca Bosetti, mi tutora de tesis, por sus aportes en este trabajo de investigación, agradecida por guiarme en mi camino como estudiante gracias por ser mi apoyo desde el día uno, Dios le pague por motivarme y apoyarme en este proceso.

A todos los/as Docentes de la Carrera de Comunicación por sus conocimientos y experiencias que me brindaron para ser una buena estudiante.

A todos los pescadores artesanales de las comunidades de Cojimíes y de Manabí que me brindaron su ayuda para la realización de mi artículo académico.

Al todo el personal del Proyecto ISOSPAM por su acogida y apoyo.

A todo el personal administrativo, limpieza, seguridad, mantenimiento, etc. De la Universidad Politécnica Salesiana, por su buen trato y cordialidad en toda mi carrera.

A todas las personas que conocí en mi camino como estudiante infinitas gracias que Dios les pague.

Índice de Contenido

<i>Introducción</i>	<i>1</i>
<i>Marco Teórico</i>	<i>3</i>
<i>Metodología</i>	<i>10</i>
<i>Resultados</i>	<i>13</i>
<i>Conclusiones</i>	<i>31</i>
<i>Referencias bibliográficas</i>	<i>33</i>
<i>Anexos</i>	<i>36</i>

Índice de Figuras

Figura 1	13
Figura 2	14
Figura 3	14
Figura 4	15
Figura 5	15
Figura 6	16
Figura 7	17
Figura 8	17
Figura 9	18
Figura 10	19
Figura 11	20
Figura 12	20
Figura 13	21
Figura 14	24

Índice de Tablas

Tabla 1	22
Tabla 2	23
Tabla 3	28

Resumen

Este estudio se enmarca en el Proyecto de Innovación y Sostenibilidad del Sector de la Pesca Artesanal de Manabí (ISOSPAM), una iniciativa que surge de la colaboración entre la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y la Agencia Italiana para el Desarrollo (AICS), orientada a fortalecer la sostenibilidad del sector pesquero en Ecuador. El presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal diseñar estrategias de comunicación que resalten la importancia de los pescadores artesanales en el desarrollo económico, social y cultural de sus comunidades. La metodología empleada es cuantitativa y cualitativa, por un lado, se realizaron encuestas para recopilar datos cuantificables sobre opiniones, necesidades y desafíos entorno a la comunicación de los pescadores, sus familias y la comunidad en general. Por otra parte, se organizó el Taller Participativo 3C donde participaron pescadores artesanales y colaboradores del proyecto. Con respecto a los resultados, se diseñaron estrategias de comunicación fundamentadas en los principios de la comunicación para el desarrollo. A su vez garantizan la participación de la comunidad pesquera, el fortalecimiento de sus capacidades de organización y el uso de herramientas de comunicación tradicionales y digitales. De esta forma se pretende visibilizar las contribuciones tanto económicas, sociales y culturales de los pescadores y fortalecer la identidad de la comunidad, promoviendo modelos de gestión sostenible en el sector pesquero artesanal. Por último, se recomendó que el Proyecto ISOSPAM continúe brindando capacitación y herramientas a los pescadores, ayudándoles a crear sus propias narrativas, tanto en redes sociales, su página web y en medios locales.

Palabras clave: comunicación para el desarrollo, pesca artesanal, economía comunitaria, sostenibilidad, participación comunitaria

Abstract

This study is part of the Innovation and Sustainability Project of the Artisanal Fishing Sector of Manabí (ISOSPAM), an initiative that arises from the collaboration between the Salesian Polytechnic University (UPS) and the Italian Agency for Development (AICS), aimed at strengthening the sustainability of the fishing sector in Ecuador. The main objective of this degree work is to design communication strategies that highlight the importance of artisanal fishermen in the economic, social and cultural development of their communities. The methodology used is quantitative and qualitative; on the one hand, surveys were carried out to collect quantifiable data on opinions, needs and challenges regarding the communication of fishermen, their families and the community in general. On the other hand, the “3C Participatory Workshop” was organized where artisanal fishermen and project collaborators participated. With respect to the results, communication strategies were designed based on the principles of communication for development. At the same time, they guarantee the participation of the fishing community, the strengthening of their organizational capacities and the use of traditional and digital communication tools. In this way, the aim is to make visible the economic, social and cultural contributions of fishermen and strengthen the identity of the community, promoting sustainable management models in the artisanal fishing sector. Finally, it was recommended that the ISOSPAM Project continue providing training and tools to fishermen, helping them create their own narratives, both on social networks, their website and in local media.

Keywords: communication for development, artisanal fishing, community economy, sustainability, community participation.

Introducción

La pesca artesanal es una actividad arraigada en diversas culturas ha sido fuente primaria de alimento para millones de personas a lo largo del tiempo y por ende de la historia. Hoy sigue siendo un componente clave de la seguridad alimentaria global, porque aporta alimentos nutritivos a millones de personas y contribuye al desarrollo de muchas comunidades costeras, al mismo tiempo que preserva tradiciones ancestrales que enriquecen nuestro patrimonio cultural. Según la Organización de las Naciones Unidas ONU (2019), la pesca artesanal y de pequeña escala proporciona los medios de vida a 1,8 millones de familias en América Latina y el Caribe, siendo además la principal y en algunas ocasiones la única fuente de proteína animal para numerosas comunidades ribereñas, entre las cuales se encuentran muchas de origen indígena.

Históricamente, los pescadores artesanales han sido relegados y su identidad ha sido tergiversada, lo que ha distorsionado la percepción pública sobre su trascendencia en el desarrollo local y su aporte a la economía comunitaria. “Según datos del Sistema Integrado de Acuicultura y Pesca (SIAP) con corte diciembre de 2021, en el Ecuador están registrados 28.510 pescadores artesanales que se dedican a la extracción y comercialización de la pesca artesanal” (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca [MPCEIP], 2022, p. 7)

La pesca artesanal en Ecuador hay que destacar que enfrenta retos en su visibilidad y reconocimiento social, tanto en los medios de comunicación como en las políticas públicas. Como mencionan Loaiza (2022), los ingresos de los pescadores artesanales en Ecuador oscilan entre 100 y 300 dólares mensuales, lo que los deja en una situación de vulnerabilidad, tomando en cuenta que no se aproxima ni a un salario básico unificado.

En particular, en la provincia de Manabí, la pesca artesanal desempeña un rol preeminente en la sostenibilidad de la economía local y en la seguridad alimentaria. Un ejemplo nos brinda Loaiza (2022), cuando destaca como en Puerto López-Manabí la pesca artesanal se ve afectada por la sobrepesca, la inseguridad y el narcotráfico que sin duda han empeorado las condiciones de vida de los pescadores artesanales del Ecuador y reforzando las percepciones negativas que tiene la gente sobre sus actuaciones. Hay que destacar que este sector enfrenta desafíos en términos de visibilidad y reconocimiento, sea en los medios de comunicación y/o en las políticas públicas; sin embargo, los pescadores artesanales son

determinantes en la economía comunitaria y también en la economía nacional. Desde siempre estos actores sociales fueron invisibilizados o no representados adecuadamente en los medios, hecho que ha disminuido su relevancia y su impacto en el desarrollo local.

Desde una perspectiva comunicacional, se puede observar brechas socioeconómicas que dificultan una percepción pública positiva del sector. Una cobertura mediática ínfima y una falta de estrategias comunicativas integrales ha reforzado la idea que la pesca artesanal representa una actividad de escaso valor económico. No se destaca mínimamente la contribución al empleo, a la economía local y a la defensa ambiental, por lo tanto, surge espontánea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo las estrategias de comunicación pueden contribuir a visibilizar el rol de los pescadores artesanales en el desarrollo de una economía comunitaria?

En este, sentido el Proyecto ISOSPAM representa un ejemplo válido en el objetivo de promover la sostenibilidad de la industria pesquera artesanal en la provincia de Manabí. La iniciativa busca mejorar las condiciones laborales de las comunidades pesqueras y al mismo tiempo impulsar la creación de una economía comunitaria. Estrategias eficientes de comunicación permitirán a los pescadores artesanales contar su historia y dar a conocer su posición en el ámbito social, cultural y económico. Este trabajo de titulación tiene como objetivo general visibilizar el rol de los pescadores artesanales en el desarrollo de una economía comunitaria a través de estrategias de comunicación, adoptando una metodología participativa.

En los objetivos específicos busca determinar el rol de los pescadores artesanales en el desarrollo económico local y elaborar estrategias de comunicación participativa para mejorar su visibilidad y reconocimiento en el Proyecto ISOSPAM. También elaborar estrategias de comunicación participativa que fortalezcan el reconocimiento del sector pesquero.

Marco Teórico

Este estudio pretende proporcionar un avance en el campo de la comunicación para el desarrollo específico en la promoción de sectores poco visibilizados, como es el caso de los pescadores artesanales, se quiere explorar las dinámicas comunicacionales que rodean a este sector. Esto permitirá aportar un nuevo conocimiento sobre el papel de la comunicación puede no sólo difundir información, sino también transformar percepciones. Esto es relevante cuando los actores de una economía comunitaria son desde siempre invisibilizados en el discurso público y mediático.

El modelo tradicional de comunicación es objeto de un cambio radical cuando se actúa con un enfoque participativo haciendo así que las comunidades de meros receptores de información se transformen en creadores de conocimiento. El sector de la pesca artesanal fue raramente objeto de investigaciones y de estudios académicos relacionados a la comunicación, al desarrollo comunitario y a los sectores productivos locales.

Esta investigación quiere enfrentar el tema de la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa, disciplinas que reconocen el papel protagónico y transformador de la comunicación para promover el cambio socioeconómico. En este sentido se quiere visibilizar y fortalecer la voz de los pescadores artesanales a través de estrategias comunicativas que permitan construir su propia narrativa y participar concretamente en la toma de decisiones que afectan su vida y a las comunidades.

El potencial de este escrito es generar estrategias comunicativas que puedan ser aplicadas tanto al proyecto ISOSPAM como en otras iniciativas a favor del sector productivo local. Al diseñar estrategias de comunicación participativas, se asegurará el papel de los pescadores artesanales y su papel de la toma de decisiones locales. El enfoque de investigación-acción participativa (IAP) representa una garantía para involucrar de manera activa a los pescadores artesanales en todos los procesos de un cambio socioeconómico.

Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo lleva un enfoque que considera la comunicación como herramienta para promover el cambio social y económico en las comunidades. La comunicación por lo tanto no representa solo un medio de transmisión de información más una forma de facilitar la participación y el fortalecimiento de las comunidades en el proceso de desarrollo. Beltrán (2006), resalta que la comunicación es esencial para el progreso. El desarrollo debe promover la implicación directa de las comunidades en el proceso de un cambio sustancial. Al mismo tiempo se considera esencial ajustar las estrategias de comunicación a los contextos particulares, teniendo en cuenta las realidades culturales, políticas y económicas de las comunidades.

En 1984 la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) definió la Comunicación para el Desarrollo como un proceso social diseñado para buscar un entendimiento común entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, creando las bases para una acción concertada. (Sala Valdés, 2017, p. 106)

De acuerdo con Servaes (1999), se muestra que la comunicación para el desarrollo promueve el objetivo de fomentar una relación bidireccional entre todos los actores que forman parte de la comunidad, lo cual incentiva el diálogo y la colaboración, así se promueve una relación bidireccional entre todos los participantes implicados. Esta perspectiva puede ser valorada significativamente en el ámbito de la pesca artesanal, donde los pescadores artesanales frecuentemente carecen de voz en las decisiones que afectan su vida y su labor. “La CSC Cambio Social y de Comportamiento concierne el diálogo, la participación y el reparto del conocimiento y la información” (Servaes, 2012, p. 31)

Según Sierra y Martínez (2012), se debe comprender el desarrollo de una forma holística, incluyendo elementos sociales políticos y culturales, no únicamente económicos. Se considera que la comunicación es esencial para fomentar la implicación de la comunidad y fortalecer a los participantes locales en los procesos de transformación social. Además, analizan el papel de los medios de comunicación y las tecnologías como instrumentos para el progreso, enfatizando que su influencia se basa en un uso inclusivo y democrático.

Asimismo, Barranquero (2012), menciona la necesidad de una comunicación que no solo promueva el desarrollo económico, sino que también considera el bienestar integral de

las comunidades, la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Remarca también la evolución del concepto de comunicación para el desarrollo, que inicialmente estaba centrado en la modernización y el crecimiento económico, hacia enfoques más inclusivos que aborden las desigualdades, respeten la diversidad cultural, y promuevan una relación armoniosa en el entorno.

Estrategias de comunicación participativa

La comunicación participativa se enfoca en el empoderamiento de las comunidades, promoviendo un diálogo inclusivo que fomente la forma de decisiones colectivas y la participación activa en los procesos de desarrollo. “La nueva visión favorece una multiplicidad de enfoques basados en el contexto y en las necesidades básicas, sentidas, y en el empoderamiento de los actores más oprimidos de varias sociedades a niveles divergentes” (Servaes y Malikhaio, 2007, p. 3). Por otra parte, Rojas (2007) indica que la comunicación participativa “...se sustenta en una discusión estructural: el modelo de democracia existente y además en la diversidad de las experiencias” (p. 11). Lo que quiere decir que este tipo de comunicación se fundamenta en dos aspectos: cuestionar el modelo de democracia existente, buscando mayor inclusión y participación, y adaptarse a la diversidad de experiencias en cada contexto, reflejando las realidades sociales, políticas y culturales de las comunidades.

La comunicación participativa tiene dos enfoques principales: el primero es la pedagogía dialógica, centrada en el habla y sustentada en el diálogo grupal, más que en los medios de comunicación (Freire, 2000), y el segundo responde a la propuesta de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sobre acceso (en la selección de programas y en la retroalimentación), participación (en el proceso de la comunicación) y autogestión (decisión al interior de las empresas de la comunicación) y autogestión (decisión al interior de las empresas de la comunicación); una propuesta que tiene una perspectiva interactiva y no lineal. (Morales, 2020, pp. 147-148)

Asimismo, Barranquero (2010), considera que la comunicación participativa no es solo un intercambio de información sino el proceso que permite a los actores sociales se involucre en la creación de contenidos y en la toma de decisiones, superando el modelo tradicional de comunicación. Por otro lado, Martín (2009), enfatiza que las acciones sociales

de comunicación y educación frecuentemente no representan las verdaderas necesidades. Esto causa una ausencia de involucramiento de la comunidad, restringiendo el progreso de los proyectos a actividades temporales. Como resultado, los procesos de seguimiento son deficientes y no se construyen proyectos sostenibles basados en el diálogo y la retroalimentación que aseguren la continuidad a largo plazo.

La comunicación debe ser estratégica y con intenciones claras para llegar al público deseado y así transformar la estrategia de comunicación participativa y como expresa Gómez (2019), “la comunicación es una fuerza y como tal tiene la capacidad de generar movimiento de dinamizar procesos, de generar vínculos, de interconectar acciones y orientarlas hacia el logro de la transformación que necesitan nuestra sociedad” (p. 41). (Gómez, 2019, como se citó en Barqueño, 2024, p. 26)

Siguiendo a Kamlongera y Mafalopulos (2008) y Torres (2024), el diseño participativo en comunicación implica construir, de manera conjunta con la comunidad, estrategias que abordan sus necesidades desde la identificación de problemas hasta la implementación de soluciones. Este enfoque promueve la equidad e inclusión, y asegura que las estrategias de comunicación sean relevantes y efectivas en el contexto actual. Esto significa que las personas de la comunidad no solo son receptoras pasivas de la información, sino que juegan un papel activo para la creación de soluciones. Al estar involucradas desde el principio, las estrategias se adaptan mejor a sus realidades y necesidades, aumentando las posibilidades de éxito y sostenibilidad a largo plazo. (p. 34)

Proyecto ISOSPAM, visibilidad y comunicación para el cambio social

El Proyecto ISOSPAM (Innovación y Sostenibilidad del Sector Pesquero Artesanal de Manabí) financiado por la Agencia Italiana para la Cooperación al Desarrollo (AICS), cuenta con la coordinación general de la Alcaldía de San Benedetto del Tronto y la colaboración de diversas instituciones socias, tanto italianas como ecuatorianas. Entre ellas, se destaca el Universidad Politécnica Salesiana, que desempeña un papel fundamental en la ejecución del proyecto. (Proyecto de Innovación y Sostenibilidad del Sector Pesquero Artesanal de Manabí [Proyecto ISOSPAM], 2024)

Tratase de una iniciativa pionera que promueve la participación activa de las comunidades pesqueras en la gestión de los recursos marinos. La iniciativa puede

considerarse pionera al involucrar mujeres de las comunidades pesqueras locales para gestionar los recursos marinos así se regente fortalecer las capacidades locales y favorecer las adopciones de prácticas sostenibles. Se utiliza una metodología que une aspectos sociales, económicos y ambientales al fin de facilitar las construcciones de comunidades costeras más resilientes equitativa.

El proyecto puede ser considerado una iniciativa en cuanto principalmente promuevan la participación activa de las comunidades pesqueras, involucrar a pescadores, mujeres, jóvenes y organizaciones locales, el proyecto busca fortalecer las capacidades locales y fomentar la adopción de prácticas pesqueras sostenibles. A través de un enfoque integral que combina aspectos sociales, económicos y ambientales. La iniciativa se ha implementado en el estuario del Río Cojimíes, así como en las comunidades de Canoa y La Chorrera, beneficiando directamente a cerca de 800 pescadores artesanales y, de manera indirecta, a más de 3.000 personas de estas localidades.

La experiencia acumulada en estas comunidades ha permitido desarrollar un modelo de gestión pesquera participativa y sostenible que puede ser adaptado a diferentes contextos. Al combinar conocimientos científicos, prácticas tradicionales y tecnologías innovadoras, los resultados alcanzados por ISOSPAM han demostrado la importancia de la investigación al alcance de la sociedad permitiendo transformar la vida de los pescadores y sus familias.

“La comunicación para el cambio social actúa de mediador en la construcción de la propuesta desde la tolerancia que, junto con la cooperación internacional, se complementan en la implementación de proyectos con la participación de la población” (Encalada y Bosetti, 2023, p. 143). El proyecto sin duda representa una innovación radical en el sector pesquero artesanal, al otorgar a los pescadores el control completo de su cadena de valor. Los pescadores se convierten así en agentes activos en la producción, conservación, transformación y comercialización directa de sus capturas. Este modelo no solo garantiza una mayor rentabilidad y dignidad para los pescadores, sino que también fomenta la creación de empleo local, especialmente para mujeres y jóvenes. ISOSPAM no solo ha contribuido al desarrollo socioeconómico de la región, sino que ha dado un aporte importante en la defensa ambiental de la región transformando a los pescadores en guardianes del ecosistema marino.

Al mismo tiempo, ISOSPAM impulsa un cambio de paradigma, transformando a los pescadores en guardianes del ecosistema marino. Con el apoyo del Observatorio de Pesca

Artesanal (OPA), se promueve la adopción de prácticas pesqueras sostenibles y la gestión responsable de los recursos marinos. La investigación científica se pone al servicio de las comunidades pesqueras, generando conocimiento y herramientas para mejorar sus prácticas y tomar decisiones informadas.

La formulación conceptual de la comunicación para el cambio social se comenzó a gestar desde 1997 con la participación de un grupo de especialistas de comunicación y participación social en Bellagio (Italia). Desde ese momento se concibió como “...un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Communication for Social Change Consortium, 2003, párr. 1). (Gumucio, 2019, como se citó en Martínez et. al., 2023, p. 3)

ISOSPAM fue diseñado desde su concepción para amplificar la voz de los pescadores y sus familias. Al otorgarles el poder de decidir sobre el futuro de su actividad, el proyecto empodera a las comunidades y fomenta su desarrollo socioeconómico. Este enfoque participativo y *bottom-up* es clave para garantizar la sostenibilidad y el triunfo a largo plazo de la iniciativa.

Los jóvenes de las comunidades pesqueras, al ser principales beneficiarios del Proyecto ISOSPAM y los futuros líderes del sector, desempeñan un papel importante como agentes del cambio. A través de capacitaciones en comunicación y uso de herramientas digitales, estos jóvenes pueden convertirse en voceros para replicar y dar a conocer las actividades que realizan los pescadores artesanales y son capaces de visibilizar la realidad de la pesca artesanal y sensibilizar a la sociedad sobre los desafíos que enfrenta este sector. “Comunicación y cambio social muestra la capacidad de la comunicación para cambiar la sociedad mediante un conjunto de normas que genera una construcción social y cultural” (Encalada y Bosetti, 2023 p. 142).

De acuerdo al estudio de Alonso, De Frutos García y Galarza Fernández (2015), la comunicación tiene que ser considerada una herramienta capaz de movilizar a las comunidades y de facilitar las transformaciones sociales. Los autores demuestran cómo la comunicación mediática o comunitaria ha contribuido al empoderamiento de grupos marginados y a la creación de políticas sociales más justas y equitativas. En Ecuador la

comunicación ha sido utilizada para apoyar procesos de reforma social y de redistribución de recursos.

Metodología

El enfoque metodológico utilizado es de naturaleza mixta, es decir cualitativo y cuantitativo, dado que la investigación efectuada permite una comprensión detallada del fenómeno social y comunicativo que puede ser examinado y cuantificado. Este tipo de investigación también es adecuado porque no se trata solo de observar fenómenos ya conocidos, sino de descubrir nuevos elementos que podrían no ser considerados anteriormente.

La investigación contribuye a la elaboración e implementación de estrategias de comunicación que puedan visibilizar el papel de los pescadores artesanales en el desarrollo de una economía comunitaria. El Proyecto ISOSPAM se utilizó como un caso de estudio para resaltar la gran relevancia de la comunicación en la construcción de una economía que promueve un efectivo cambio social. Los pescadores son desde siempre marginados e invisibilizados a pesar de su relevante contribución para la seguridad alimentaria en Ecuador. Consideramos que una adecuada estrategia de comunicación pueda mejorar su imagen pública valorizando su aporte cultural y económico y al mismo tiempo puede ayudar a cambiar las percepciones negativas que actualmente afectan la imagen de la pesca artesanal.

El proyecto ISOSPAM como ya hemos mencionado utiliza un enfoque participativo que permite a los pescadores involucrarse en el diseño de sus estrategias haciendo que las comunidades sean los principales agentes del cambio que se está persiguiendo.

Pese a la importancia de este trabajo para la seguridad alimentaria y la supervivencia de numerosas comunidades en Ecuador. Las estrategias de comunicación modifican su reputación pública, subrayando su importancia social, cultural y económica, también contribuyen a modificar versiones adversas que envuelven a la pesca artesanal. El enfoque participativo del Proyecto ISOSPAM posibilita que los pescadores participen en la creación de estrategias fortaleciendo a los pescadores y sus comunidades.

El diseño metodológico de la investigación se fundamenta en un estudio de caso, centrado en el Proyecto ISOSPAM, que trabaja directamente con pescadores artesanales en Manabí. Este diseño es relevante porque permite un análisis profundo y detallado de un contexto específico, en lugar de intentar generar conclusiones generalizables para todo el sector pesquero. El estudio de caso también ofrece la flexibilidad para emplear múltiples técnicas de recolección de datos tanto de la encuesta como el taller, que proporcionan una

visión más completa del fenómeno. Dado que el Proyecto ISOSPAM ya tiene un enfoque comunitario y colaborativo, este diseño metodológico resultó particularmente pertinente para analizar cómo se pueden mejorar las estrategias de comunicación a partir de la participación activa de los propios pescadores.

Para cumplir con los objetivos planteados se utilizan dos técnicas principales: encuestas estructuradas y un taller colaborativo. Las encuestas que consistieron en trece preguntas cerradas y dos preguntas abiertas, se utilizaron para determinar las percepciones comunitarias sobre el rol de los pescadores artesanales. La ventaja de esta técnica es que permite recopilar información cuantificable de un número más amplio de personas, lo que ayuda a captar una visión generalizada de cómo la comunidad percibe la contribución de los pescadores a la economía local. Las encuestas proporcionan datos relevantes sobre cómo la visibilidad y el reconocimiento del sector pesquero pueden mejorarse desde la perspectiva de la comunidad.

También se organizó un taller colaborativo con los pescadores artesanales y otros sectores relacionados con el Proyecto ISOSPAM para co-crear estrategias de comunicación que visibilice mejor su trabajo. Este taller fue una herramienta importante en el proceso de investigación-acción participativa (IAP), ya que permitió involucrar a los pescadores en la elaboración de mensajes y estrategias, asegurando que las soluciones propuestas estén alineadas con sus realidades y necesidades. Este enfoque participativo es esencial para que la comunidad no solo sea objeto de estudio, sino también agente activo en la solución.

El estudio de los datos se realiza de acuerdo a los métodos de recolección utilizados. Para las encuestas, se utilizó un análisis descriptivo con el objetivo de detectar patrones generales en las percepciones de la comunidad respecto a los pescadores. Utilizando estadísticas básicas como las frecuencias y los porcentajes, se consideran la visibilidad y el reconocimiento de los pescadores desde el punto de vista de la comunidad.

Por otro lado, los hallazgos del taller de colaboración se examinaron de manera cualitativa, condensando las sugerencias y estrategias que emergen de los debates en grupo. Este estudio se centra en resaltar los mensajes principales, los canales de comunicación sugeridos y las medidas específicas sugeridas por los pescadores y otros participantes del proyecto. La fusión de estos métodos de análisis ofrece una perspectiva completa acerca de cómo optimizar la comunicación en el sector artesanal de pesca.

La muestra es intencional y no probabilística, ya que se seleccionaron actores indispensables para proporcionar información relevante sobre el sector pesquero artesanal. En el caso de la encuesta, la muestra fue seleccionada con la fórmula de población finita con un total de 3.800 personas entre pescadores y beneficiarios indirectos del proyecto, lo cual dio como resultado un total de 350 miembros de la comunidad local a los cuales se aplicó la encuesta, seleccionados por conveniencia, con el objetivo de obtener una visión representativa de las percepciones comunitarias, lo que permite obtener una comprensión más amplia de cómo es percibido el trabajo de los pescadores. Esta herramienta se aplicó de forma presencial en la provincia de Manabí desde el 16 al 18 de octubre y desde el 21 al 25 de octubre la encuesta se aplicó de forma virtual permanentemente, hasta el 23 de noviembre de 2024 en dos enlaces de Microsoft Forms, debido a que el cuestionario se realizó en una cuenta gratuita y cada enlace tiene un límite de doscientas respuestas.

En el taller colaborativo, se seleccionaron 15 participantes, incluyendo pescadores con experiencia y liderazgo en el sector, seis hombres, seis mujeres, así como tres representantes del Proyecto ISOSPAM. Esta selección se hace de manera intencional para asegurar una diversidad de perspectivas que enriquecieron la discusión y la co-creación de estrategias de comunicación. Este taller se realizó el 23 de octubre del año 2024 en el Centro de Interpretación del Ambiente y la Pesca Artesanal en Cojimíes, Manabí.

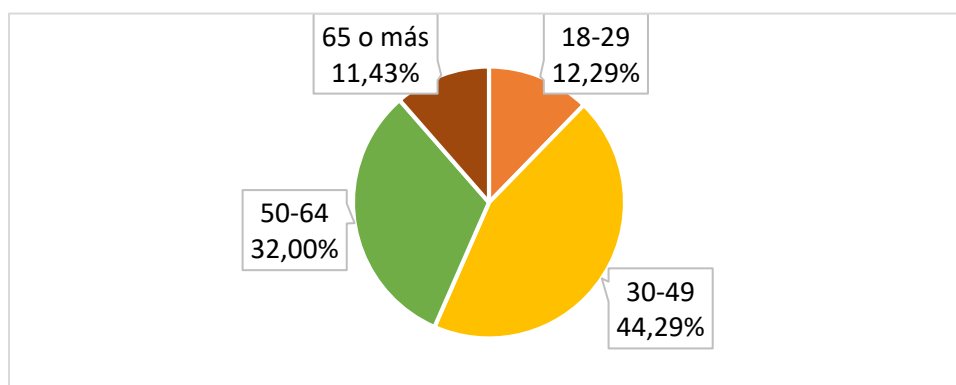
Resultados

Encuesta

La encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM” se llevó a cabo con el objetivo de conocer la percepción de los pescadores artesanales, enfocada a la comunidad local ubicada en la región pesquera de la provincia de Manabí. A continuación, se presentan los resultados obtenidos los cuales se analizaron y discutieron en función con los objetivos del estudio.

Figura 1

Edad a la que pertenecen los encuestados

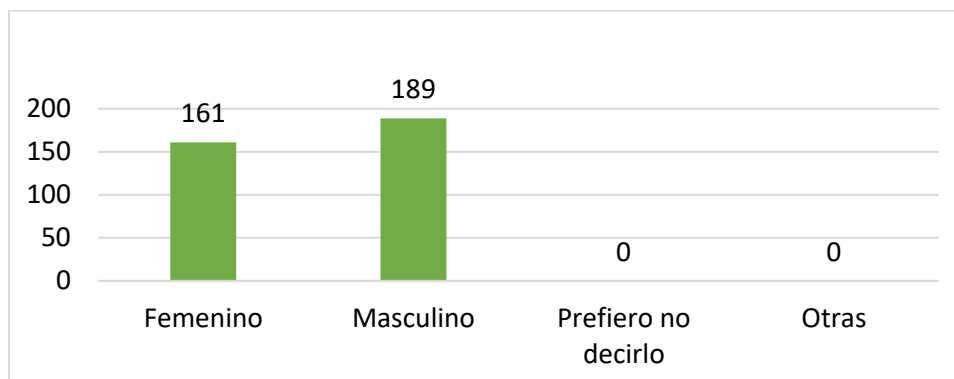


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta uno de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Como se puede observar en el gráfico la mayoría de los participantes de la encuesta pertenecen al rango de edad de 30 a 49 años que representan el 44.29%, seguido por el grupo de 50 a 64 años con el 32%, lo que destaca la predominancia de adultos en etapas productivas y con experiencia en la actividad pesquera. Los jóvenes de 18 a 29 años representan el 12.29%, reflejando una menor participación de nuevas generaciones, mientras que el grupo de 65 años o más alcanza el 11.43%. Estos datos resaltan la necesidad de estrategias que fomenten la integración de los jóvenes y aprovechen el conocimiento de los pescadores con mayor experiencia.

Figura 2

Género de los encuestados

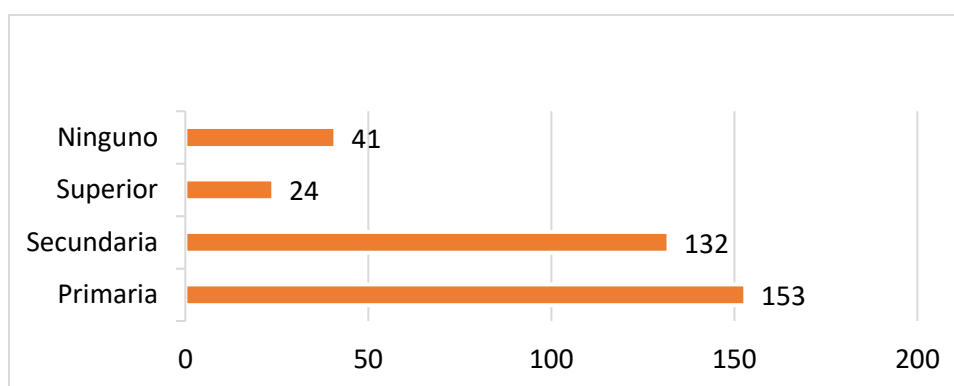


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta dos de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

La mayoría de los participantes de la encuesta se identifican con el género masculino es decir un 54%, mientras que el 46% se identifica con el género femenino. No se registraron respuestas en las categorías de "Prefiero no decirlo" u "Otras". Estos resultados reflejan una leve predominancia masculina, pero también una participación significativa de mujeres, lo que subraya la importancia de reconocer el rol activo de ambos géneros en las actividades relacionadas con la pesca artesanal y la comunidad pesquera.

Figura 3

Nivel educativo de los encuestados



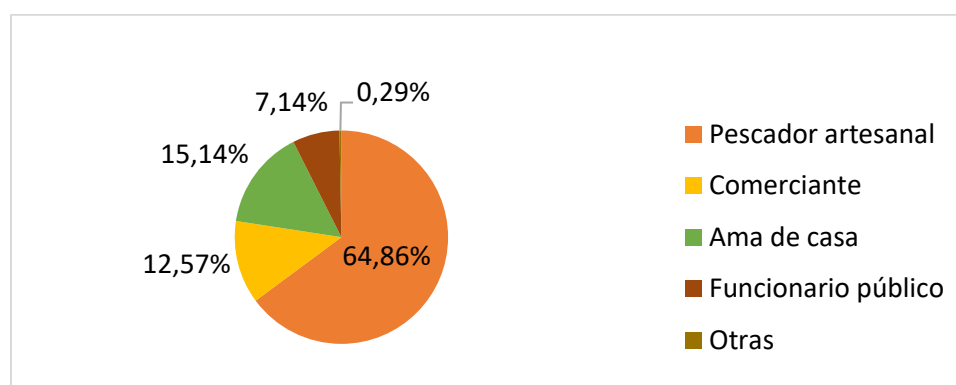
Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta tres de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados tienen educación primaria es decir un 45%, seguidos por aquellos con educación secundaria que contemplan un 39%.

Un 7% alcanzó un nivel de educación superior, mientras que el 12% indicó no tener ningún nivel educativo. Estos datos reflejan una predominancia de niveles básicos de escolaridad, lo que sugiere la necesidad de impulsar iniciativas educativas y formativas en la comunidad, especialmente aquellas que fortalezcan las capacidades relacionadas con la pesca artesanal y su sostenibilidad.

Figura 4

Ocupación de los encuestados

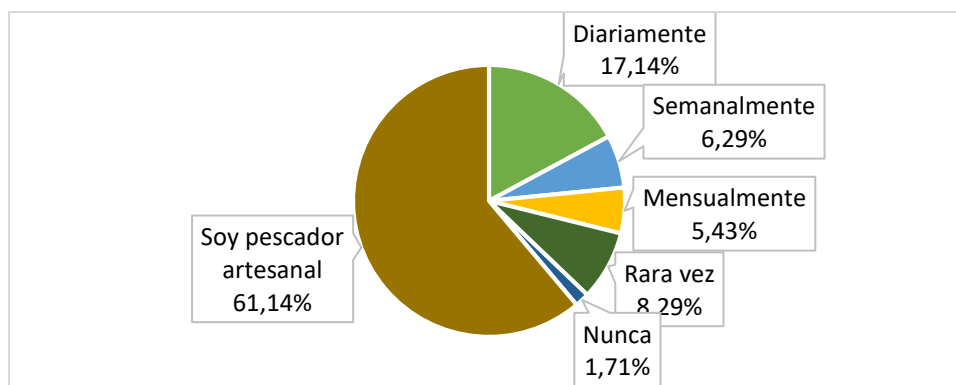


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta cuatro de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados revelan que la mayoría de los encuestados que son el 64.86% se dedican a la pesca artesanal, destacando la relevancia de esta actividad en la comunidad. El 15.14% indicó ser amas de casa, mientras que el 12.57% se identificó como comerciantes. Solo un 7.14% trabaja como funcionarios públicos y el 0.29% desempeña otras ocupaciones. Estos datos subrayan la centralidad de la pesca artesanal como principal fuente de ingresos y empleo, así como el rol complementario de otras actividades económicas dentro de la comunidad.

Figura 5

Frecuencia de interacción con los pescadores artesanales

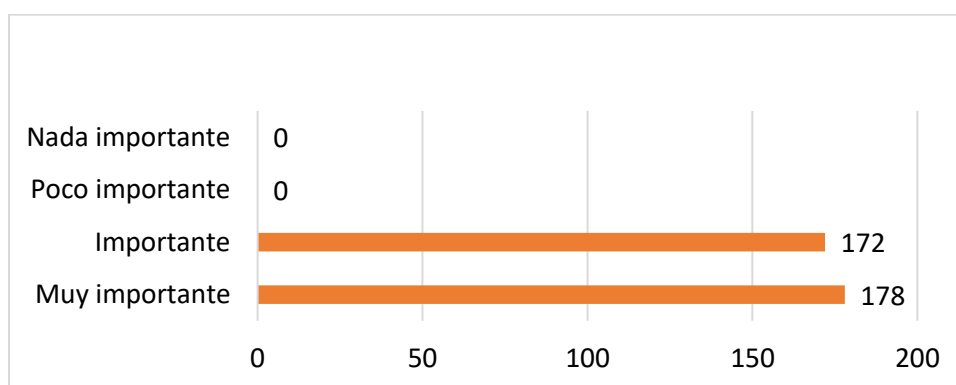


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta cinco de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados muestran que un 17.14% de los encuestados interactúa diariamente con pescadores artesanales, lo que refleja una fuerte conexión y actividad constante dentro de la comunidad pesquera. Un 6.29% interactúa semanalmente y un 5.43% lo hace mensualmente. Por otro lado, un 8.29% menciona que interactúa rara vez, mientras que un 1.71% nunca lo hace. Además, un 61.14% de los encuestados se identifica como pescador artesanal, lo que sugiere que la mayoría de las interacciones se dan entre personas del mismo sector, fortaleciendo los vínculos dentro de esta actividad.

Figura 6

Importancia del rol de los pescadores artesanales en la economía local



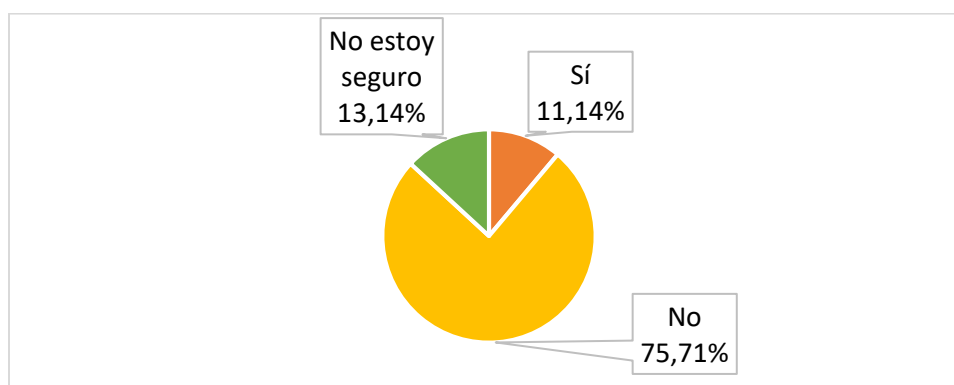
Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta seis de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados indican que una amplia mayoría de los encuestados considera que el rol de los pescadores artesanales es fundamental para la economía de la comunidad, con 178

personas es decir un 51% calificándolo como muy importante y 172 personas que representan un 49% lo califican como importante. No se registraron respuestas que consideren el rol de los pescadores artesanales como poco importante o nada importante, lo que nos deja saber el reconocimiento generalizado de su contribución significativa en el ámbito económico local.

Figura 7

Reconocimiento de los pescadores artesanales por su contribución a la economía local

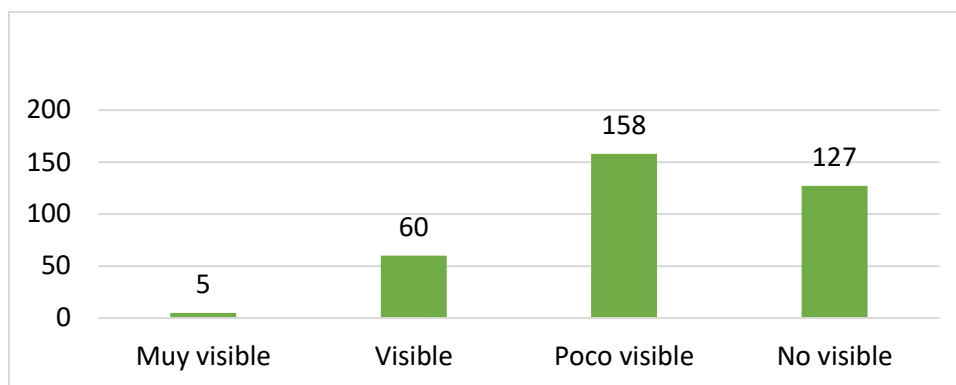


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta siete de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados muestran que una gran mayoría de los encuestados no considera que los pescadores artesanales reciban suficiente reconocimiento por su contribución a la economía local. En total, 265 personas que representan el 75.71% respondieron no, indicando que perciben una falta de reconocimiento adecuado. Un total de 39 personas que equivale al 11.14% creen que sí reciben el reconocimiento necesario, mientras que 46 personas es decir el 13.14% se mostraron inciertas, respondiendo no estoy seguro. Esto refleja una percepción generalizada de que los pescadores artesanales no están suficientemente valorados por su trabajo dentro de la economía local.

Figura 8

Visibilidad de los pescadores artesanales en los medios de comunicación nacionales

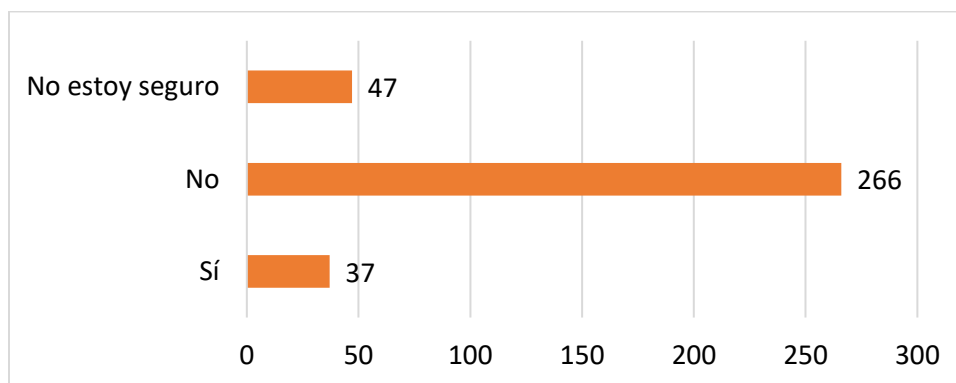


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta ocho de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados considera que los pescadores artesanales tienen poca visibilidad en los medios de comunicación nacionales. Un total de 158 personas que representa el 44%, calificaron su visibilidad como poco visible, mientras que 127 personas es decir el 35% opinaron que son no visibles en absoluto. Solo 60 personas que son el 17% perciben a los pescadores como visibles, y 5 personas es decir el 1% los consideran muy visibles. Esto indica que existe una percepción generalizada de que los pescadores artesanales no reciben una cobertura mediática adecuada a nivel nacional.

Figura 9

Opinión sobre las adecuadas condiciones laborales de los pescadores artesanales



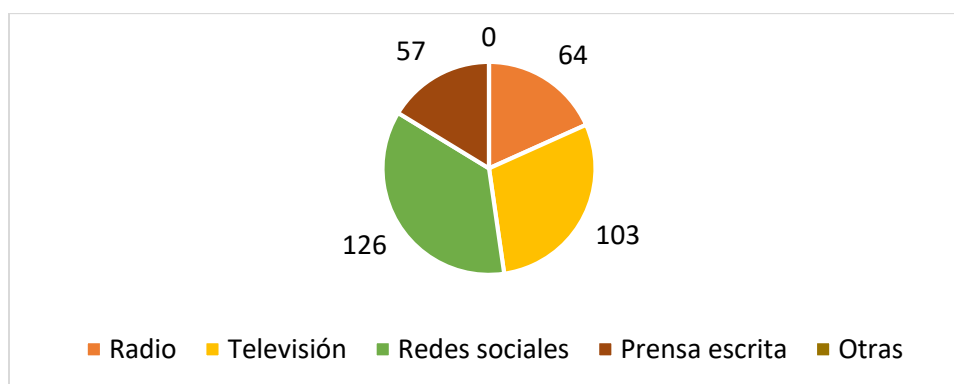
Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta nueve de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados considera que las condiciones laborales de los pescadores artesanales no son adecuadamente valoradas ni por las autoridades ni por la comunidad. 266 personas que representan el 75% respondieron no,

sugiriendo una percepción general de que los pescadores no reciben el reconocimiento y apoyo necesarios. Solo 37 personas que equivale al 10% afirmaron que las condiciones laborales sí son valoradas adecuadamente, mientras que 47 personas que son el 13% de los encuestados no se mostraron seguros sobre este aspecto. Esto refleja una preocupación generalizada por la falta de valoración y reconocimiento de las condiciones laborales de los pescadores artesanales.

Figura 10

Medios de comunicación para visibilizar el trabajo de los pescadores artesanales

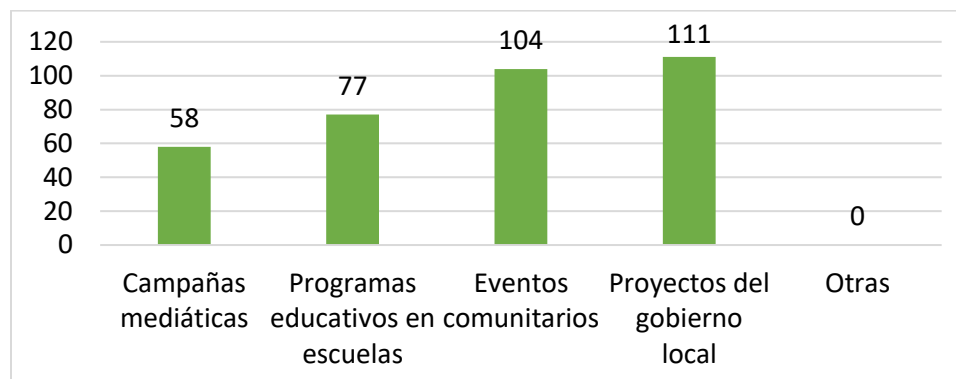


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta diez de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Estas respuestas resaltan que las redes sociales y la televisión son las opciones preferidas por la comunidad para aumentar la visibilidad de los pescadores artesanales. Como se puede evidenciar en la figura, resultados muestran que los encuestados consideran que las redes sociales son el medio más efectivo para visibilizar el trabajo de los pescadores artesanales, con 126 respuestas es decir el 35% a favor de este medio. La televisión también es vista como una plataforma importante, con 103 respuestas que representa el 29%, mientras que la radio y la prensa escrita fueron seleccionadas por 64 personas lo que representa el 18% y 57 encuestados el 16% respectivamente. No se identificaron otros medios adicionales como efectivos para este propósito, ya que ninguna respuesta fue registrada en la categoría de "Otras".

Figura 11

Iniciativas para mejorar la percepción pública de los pescadores artesanales

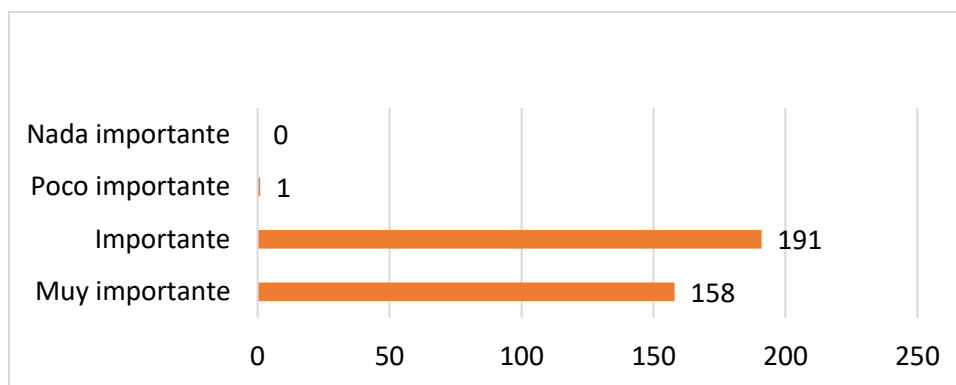


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta once de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados indican que los encuestados consideran que los proyectos del gobierno local son la iniciativa más efectiva para mejorar la percepción pública de los pescadores artesanales, con el 31% que equivale a 111 respuestas a favor de esta opción. Le siguen los eventos comunitarios, seleccionados por el 29% que representa a 104 encuestados quienes consideran que estos espacios pueden contribuir significativamente a la visibilidad y valorización del trabajo de los pescadores. En tercer lugar, se encuentran los programas educativos en escuelas, con el 21% que corresponde a 77 respuestas, lo que sugiere que hay un interés por educar a las nuevas generaciones sobre la importancia de la pesca artesanal. Las campañas mediáticas también fueron vistas como útiles, con el 16% es decir 58 respuestas. No se registraron propuestas adicionales en la categoría "Otras", lo que refleja un enfoque en la participación de los pescadores a través de acciones tanto gubernamentales como comunitarias.

Figura 12

Importancia de la toma de decisiones de los pescadores artesanales

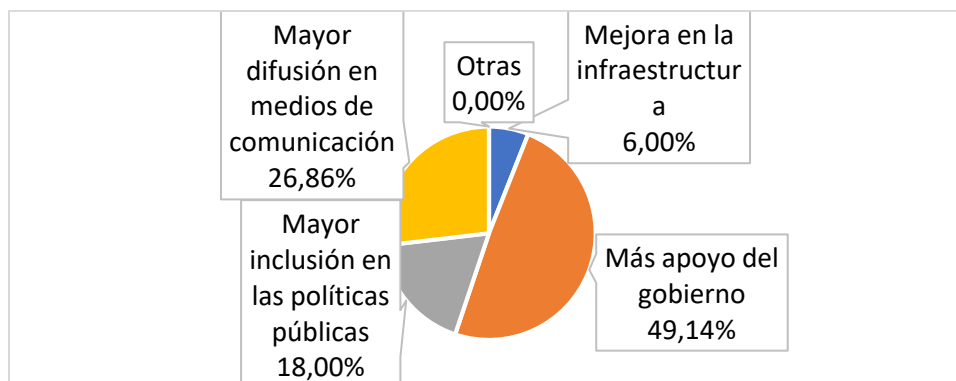


Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta doce de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados muestran una clara percepción positiva respecto a la importancia de la participación de los pescadores en la toma de decisiones que afectan su sector. Un total de 191 personas que representan el 53% considera que es "importante", mientras que 158 personas que equivale al 44% de los encuestados la califican como "muy importante". Esto revela que la mayoría de los encuestados valora altamente la inclusión de los pescadores en los procesos decisionales relacionados con su actividad. Sólo 1 persona es decir el 0.3% cree que es "poco importante", y ninguna persona considera que "nada importante". Esto subraya la necesidad de involucrar a los pescadores en la creación de políticas y estrategias que impactan directamente su trabajo y bienestar.

Figura 13

Cambios para mejorar la situación de los pescadores artesanales



Nota. La siguiente figura corresponde a la pregunta trece de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados de esta pregunta reflejan las principales áreas de mejora identificadas por los encuestados para mejorar la situación de los pescadores artesanales en la comunidad. El 49.14% que representan a 172 personas consideran que es necesario un "mayor apoyo del gobierno", lo que sugiere una demanda de políticas públicas y recursos adicionales para fortalecer el sector pesquero artesanal. Por otro lado, 94 personas que equivale al 26.86% opinan que se requiere "mayor difusión en medios de comunicación", lo que indica una necesidad de visibilidad y reconocimiento del trabajo de los pescadores. De los encuestados 63 personas que son el 18% creen que se necesita una "mayor inclusión en las políticas públicas", destacando la importancia de que los pescadores sean parte de los procesos políticos y decisiones gubernamentales y 21 personas que representan el 6% de los encuestados mencionan que es importante una "mejora en la infraestructura", lo que resalta la importancia de contar con instalaciones adecuadas para el desarrollo de su actividad. No se registraron otras propuestas para mejorar la situación.

Tabla 1

Opinión para mejorar el reconocimiento de los pescadores artesanales

Clasificación por tema de las respuestas	Respuestas	Porcentaje
Apoyo del Gobierno (incluye menciones al gobierno central, local, o GAD)	11	34.38%
Seguridad y garantías (en relación con la seguridad y condiciones laborales)	10	31.25%
Créditos y herramientas (incluye papeleo, financiamiento, o infraestructura)	4	12.50%
Reconocimiento y visibilidad (medios, valor a su labor, y difusión de su realidad)	7	21.88%

Nota. La siguiente tabla corresponde a la pregunta catorce que fue opcional de la encuesta "Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM".

Los resultados de esta pregunta muestran las áreas clave en las que los encuestados consideran que deben mejorarse las condiciones para los pescadores artesanales. El 34.38% (11 respuestas) mencionó la necesidad de "apoyo del gobierno", lo que indica que los encuestados consideran crucial el respaldo tanto del gobierno central como de los gobiernos locales (GAD) para mejorar la situación del sector pesquero. El 31.25% (10 respuestas) destacó la importancia de "seguridad y garantías", refiriéndose a la necesidad de asegurar condiciones laborales seguras y justas para los pescadores. Un 12.50% (4 respuestas) hizo énfasis en "créditos y herramientas", sugiriendo la necesidad de mejorar el acceso a financiamiento, recursos y mejor infraestructura para el desarrollo de la actividad. Finalmente, el 21.88% (7 respuestas) subrayó la necesidad de "reconocimiento y visibilidad", indicando que los pescadores requieren mayor visibilidad en los medios y un reconocimiento adecuado a su trabajo y contribución a la economía.

Tabla 2

Opinión sobre la participación en alguna actividad o evento que involucre a pescadores artesanales

Clasificación por tema de las respuestas	Respuestas	Porcentaje
Participación en actividades del Proyecto ISOSPAM	4	12.90%
Participación en festivales y eventos comunitarios	15	48.39%
Pesca deportiva y concursos relacionados	4	12.90%
Participación en ferias	4	12.90%
Capacitación o actividades educativas	2	6.45%
Respuestas negativas (No han participado)	2	6.45%

Nota. La siguiente tabla corresponde a la pregunta quince que fue opcional de la encuesta “Percepción y reconocimiento de los pescadores artesanales del Proyecto ISOSPAM”.

Los resultados reflejan la diversidad de experiencias en torno a la participación en actividades relacionadas con la pesca artesanal y el Proyecto ISOSPAM. El 48.39% indica

que la mayoría de los encuestados ha participado en festivales y eventos comunitarios, lo que destaca el interés y la importancia de estos eventos para la visibilidad y el involucramiento de los pescadores artesanales en su comunidad. Un 12.90% mencionó su participación en actividades del Proyecto ISOSPAM, lo que sugiere una conexión con las iniciativas del proyecto, mientras que otro 12.90% señaló su participación en pesca deportiva y concursos relacionados un área que también parece tener relevancia para algunos pescadores. De manera similar el 12.90% también participó en ferias lo que subraya la importancia de estos espacios como lugares de encuentro y promoción. Solo un 6.45% mencionó haber participado en una capacitación o actividades educativas, lo que sugiere que las oportunidades de formación podrían ser limitadas. Por último, un 6.45% expresó que no ha participado en ninguna actividad relacionada, lo que refleja una falta de involucramiento en las opciones disponibles.

Taller Participativo 3C: Crea, Conecta, Comunica

La planificación del Taller Participativo 3C: Crea, Conecta, Comunica, comenzó con semanas antes de su realización, con el objetivo de estructurar cada detalle que permitiera el óptimo desarrollo de las actividades. En la fase de preparación el equipo del Proyecto ISOSPAM diseñó materiales visuales y didácticos, como un conjunto de diapositivas y un postre promocional, que facilitaron la comunicación del propósito y la relevancia del taller a la comunidad.

Las diapositivas creadas para el taller contenían información sobre el Proyecto ISOSPAM, su misión y objetivos en relación con la pesca artesanal, así como el propósito específico del taller y su importancia para los pescadores y sus familias. En estas presentaciones se destacaron temas como el impacto de la pesca artesanal en la economía comunitaria el valor cultural de la actividad pesquera y el potencial de la comunicación como herramienta para visibilizar sus esfuerzos y logros.

Figura 14

Póster de invitación al Taller 3C: Crea, Conecta y Comunica



Nota. El poster se difundió por medio del WhatsApp que tiene el Proyecto ISOSPAM con los pescadores artesanales.

Además, la elaboración de un póster promocional del taller, que fue difundido previamente en lugares estratégicos de las comunidades de Cojimíes y sus alrededores. Este póster incluyó información detallada sobre el taller: fecha, lugar, hora y un breve resumen de su objetivo. También contenía también un diseño capaz de captar la atención de las comunidades y por lo tanto generar intereses extensa atractivo permitió una convocatoria que captó la atención de la comunidad y ayudó a generar interés y expectativa entre los pescadores y sus familias en el evento. Este cuidado en la planificación garantiza que el taller una excelente convocatoria y también una buena organización que facilitó sin duda el desarrollo de las actividades.

La experiencia fue considerada enriquecedora y motivadora por todos los participantes. La distribución de este material promocional permitió una convocatoria más efectiva, asegurando la participación de pescadores, hijos de pescadores, y otros actores comunitarios en el evento. Gracias a esta cuidadosa planificación y a los recursos visuales creados, el taller logró no sólo una excelente convocatoria sino también una atmósfera

organizada y profesional que facilitó el desarrollo de cada actividad, generando una experiencia enriquecedora y motivadora para todos los participantes.

El taller se llevó a cabo el 23 de octubre del año 2024 en el Centro de Interpretación del Ambiente y la Pesca Artesanal en Cojimíes, Manabí, Ecuador. El objetivo del taller fue co-crear junto con pescadores artesanales y actores comunitarios una estrategia de comunicación que visibiliza su rol en el desarrollo de la economía comunitaria, alineándose con sus propias percepciones, necesidades y aspiraciones. La sesión se realizó de 14:00 a 17:30 y contó con la participación de diez asistentes, incluyendo tanto pescadores como integrantes del Proyecto ISOSPAM, provenientes de comunidades cercanas como Guadual, Cojimíes, Pedro Carbo, El Churro y Nuevo Cojimíes.

El taller inició con una bienvenida a introducción de 15 minutos en el cual se explicó el propósito de la sesión y la importancia de la participación de todos. La Dra. Enza Bosetti, Coordinadora del Proyecto ISOSPAM, destacó la importancia del trabajo de los pescadores y su legado hacia las futuras generaciones. Rosa Calvopiña presentó el taller mediante diapositivas, se detalló la dinámica de trabajo enfatizando como se usarían las opiniones de los participantes para desarrollar una estrategia de comunicación.

El siguiente bloque de una hora de duración consistió en un diagnóstico participativo en el cual los participantes, organizados en grupos, reflexionaron sobre la visibilidad del sector pesquero artesanal en sus comunidades. Las preguntas orientadas les ayudaron a identificar cómo se percibe a los pescadores, qué medios se usan para comunicar su labor, y las barreras que enfrentan. Las ideas se recopilieron en papel, sirviendo como base para la discusión.

La fase de co-creación de la estrategia de comunicación se desarrolló durante dos horas. Se comenzó con la identificación de mensajes claves, en donde los pescadores y la comunidad compartieron lo que desean transmitir sobre su trabajo, así como los públicos a los que quieren llegar, incluyendo la comunidad local, autoridades, consumidores y turistas. Luego se discutieron los canales de comunicación más efectivos tales como la radio comunitaria, redes sociales y eventos locales. Los participantes divididos en grupos propusieron actividades como la creación de perfiles en redes sociales, la producción de material audiovisual y la publicación de sus historias en plataformas digitales.

Durante esta actividad, se mostraron ejemplos de redes sociales, incluyendo el perfil de Instagram de ISOSPAM y un vídeo de TikTok sobre la gastronomía de un pescador en Perú, inspirando a los participantes a utilizar sus celulares para crear contenido. También se presentó la herramienta PosterMyWall, con la cual los participantes pueden editar diseños predeterminados para redes sociales, y se explicaron las funcionalidades de Canva y Freepik, herramientas para crear y personalizar contenido visual y multimedia. Además, se abordaron otras plataformas digitales como YouTube, Facebook y servicios de correo como Gmail y Hotmail.

En la fase de implementación se realizó una dinámica donde los participantes grabaron un vídeo colectivo promoviendo el incentivo a la compra de productos de “Sea Food Ajamar”, que es la marca de productos del mar del Proyecto ISOSPAM. También se realizó una simulación de entrevistas para diseñar cómo grabar testimonios de pescadores, resaltando la importancia de perder el miedo a la cámara y de trabajar en conjunto. Se introdujeron herramientas de edición como Adobe Audition y CapCut, para que los participantes pudieran editar sus propios audios y vídeos para luego compartirlos en plataformas como TikTok y Spotify.

El taller finalizó con una parte dedicada a reconocer la identidad cultural y promover la comunicación comunitaria. Los asistentes manifestaron que la pesca artesanal trasciende una mera actividad económica y debe ser vista como una tradición que enfatiza la identidad de los pescadores y su vínculo con el ambiente marítimo, subrayando la relevancia de los medios locales y digitales para difundir sus relaciones. Se resaltó especialmente el interés de los participantes en obtener una formación que les facilite el desarrollo de competencias comunicativas. Además, se debatieron las posibilidades de establecer alianzas estratégicas con instituciones y medios de comunicación con el fin de destacar su trabajo y fomentar la sustentabilidad.

Se empleó la aplicación Mentimeter para recolectar sugerencias de estrategias de comunicación, incentivando a los participantes a capturar imágenes y vídeos para su publicación en las plataformas del proyecto. El taller resultó en un conjunto de conceptos prácticos y económicos para que los pescadores y sus familias puedan transmitir su trabajo, su cultura y sus costumbres a través de instrumentos tecnológicos.

Se reconocieron e implementaron diversas estrategias de comunicación que facilitarán incrementar la visibilidad y el reconocimiento del trabajo de los pescadores artesanales en las comunidades de Cojimíes y zonas adyacentes. Mediante la aplicación Mentimeter, los participantes tuvieron la oportunidad de expresar sus ideas y propuestas, las cuales fueron valoradas como un recurso esencial para la creación de nuevas estrategias de comunicación. Estas estrategias buscan potenciar el papel de los pescadores artesanales en la economía de la comunidad, principalmente concienciando a la población acerca de la relevancia de su función.

A continuación, se presenta una tabla que resume las estrategias de comunicación, así como su descripción objetivo principal y canales y herramientas:

Tabla 3

Estrategias de comunicación para el Proyecto ISOSPAM

Estrategia	Descripción	Objetivo Principal	Canales y Herramientas
Uso de redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok)	Publicación de contenido visual (fotografías, videos) que destaque las historias, técnicas de pesca sostenible y la vida cotidiana de los pescadores. Uso de hashtags específicos (#PescaArtesanal, #CulturaCostera).	Visibilizar el trabajo y la cultura de los pescadores a una audiencia amplia y digital.	Redes sociales: Instagram, Facebook, TikTok. Creación de contenido visual.
Producción de material audiovisual profesional	Mini-documentales de 3-5 minutos que documenten la vida de los pescadores, mostrando su conexión con el océano y los desafíos que enfrentan.	Generar contenido educativo y emotivo para sensibilizar sobre la importancia de la pesca artesanal.	YouTube del Proyecto ISOSPAM, versiones cortas para redes sociales.
Colaboración con medios locales	Uso de radios comunitarias, periódicos y medios digitales para entrevistas, reportajes y programas que difundan las historias de los pescadores.	Alcanzar a la comunidad local, incluyendo a personas que no usan redes sociales.	Radios comunitarias, periódicos locales, sitios de noticias digitales.

Material informativo visual y accesible	Creación de infografías, folletos y afiches explicativos sobre la pesca artesanal y sus beneficios, utilizando herramientas digitales.	Educar a la comunidad local y a visitantes sobre el valor y las prácticas sostenibles de la pesca artesanal.	Canva, PosterMyWall, distribución en mercados, centros comunitarios, escuelas y redes sociales.
Organización de eventos locales (ferias y festivales)	Exhibiciones donde los pescadores demuestran técnicas de pesca, exhiben herramientas y venden productos frescos.	Fortalecer la relación entre pescadores, comunidad y turistas, promoviendo el consumo local.	Ferias locales, festivales gastronómicos y culturales.
Campaña de sensibilización sobre sostenibilidad	Charlas educativas en colegios, publicaciones en redes sociales y artículos sobre pesca responsable y conservación marina.	Crear conciencia sobre la importancia de proteger el ecosistema marino y fomentar prácticas sostenibles.	Redes sociales, sitio web del Proyecto ISOSPAM, charlas en centros educativos.
Fomento de la comunicación comunitaria	Creación de un archivo digital de testimonios y talleres tecnológicos para enseñar a los pescadores a usar herramientas digitales.	Preservar y transmitir los conocimientos de los pescadores a las nuevas generaciones.	Archivo digital de video y audio, talleres de comunicación y tecnología.
Alianzas estratégicas con ONGs y universidades	Colaboraciones para acceso a recursos, capacitaciones, y desarrollo de proyectos de visibilización con apoyo técnico y humano.	Ampliar el alcance de las estrategias y fortalecer el apoyo para los pescadores.	Proyectos conjuntos, prácticas profesionales, apoyo financiero y técnico

Nota. La presente tabla resume las estrategias de comunicación propuestas en el Taller 3C: Crea, Conecta, Comunica.

Estas estrategias detalladas y validadas en el taller buscan empoderar a los pescadores artesanales para que puedan visibilizar su rol en la economía comunitaria, preservando sus tradiciones y promoviendo la sostenibilidad en su entorno natural. El taller de validación de estas estrategias fue un proceso de participación activa que facilitó la adaptación de cada propuesta a las necesidades y anhelos de los pescadores y sus familias. Los participantes, incentivados a ponerlas en práctica, valoraron la importancia de la comunicación para

potenciar la imagen pública de la pesca artesanal y robustecer la identidad cultural de sus comunidades. Resaltaron la relevancia de disponer de recursos extra de asistencia técnica y colaboraciones con ONGs, entidades educativas y medios locales. Estas acciones buscan destacar la mano de obra de los pescadores que ha producido un efecto beneficioso en su medio ambiente y fomentar prácticas sustentables para salvar los recursos del mar.

Conclusiones

La investigación realizada deja en evidencia la importancia de los pescadores artesanales en el desarrollo de una economía comunitaria sustentable, constatando que, a pesar de su relevancia económica, su labor carece de reconocimiento y visibilidad necesarios para mejorar sus condiciones laborales y sociales. Los resultados indican que la comunidad reconoce la importancia del sector pesquero artesanal, pero existe una notable brecha entre esta percepción y la representación mediática de los pescadores, por ello se implementaron estrategias de comunicación efectivas que aumenten su visibilidad tanto a nivel local como en plataformas digitales.

La propuesta de utilizar redes sociales como Instagram, Facebook y Tiktok se presenta como una oportunidad valiosa para conectar con el público más joven y mundial. Estas plataformas permiten difundir contenido visual atractivo que puede humanizar la labor de los pescadores y generar empatía hacia su trabajo. Las campañas específicas en medios de comunicación son esenciales para crear conciencia sobre la pesca sustentable y los desafíos que enfrentan los pescadores artesanales.

Además, se destaca la necesidad de fomentar una transformación en la percepción pública mediante acciones educativas que resalten la importancia de la pesca artesanal sostenible. La implementación de programas educativos en escuelas e iniciativas comunitarias puede ayudar a las nuevas generaciones a valorar esta industria y sus prácticas. Las ferias comunitarias también aportan para que los pescadores puedan interactuar directamente con los consumidores, compartiendo sus conocimientos y vendiendo productos frescos con la marca de Proyecto ISOSPAM “Sea Food Ajamar”.

Es fundamental fortalecer el vínculo entre los pescadores y las autoridades locales para asegurar que sus necesidades sean consideradas en las políticas públicas. La falta de evaluación adecuada de sus condiciones laborales por parte de las autoridades debe ser abordada mediante políticas que garanticen mejoras en sus derechos y condiciones de trabajo.

Además, es importante llevar a cabo programas educativos en instituciones y comunidades para sensibilizar sobre la importancia de la pesca artesanal sostenible. La educación puede desempeñar un papel clave en cambiar las percepciones y fomentar un mayor aprecio por el trabajo de los pescadores. Iniciativas educativas pueden ayudar a

informar a las futuras generaciones sobre las prácticas sostenibles y el valor cultural del trabajo pesquero, contribuyendo así a una mayor conciencia comunitaria.

La investigación también destaca la necesidad de establecer un diálogo continuo entre los participantes y el gobierno local para garantizar que sus necesidades sean consideradas en las políticas públicas. Este vínculo es esencial para asegurar que se implementen medidas que mejoren sus condiciones laborales y reconozcan su labor. El enfoque colaborativo puede facilitar el desarrollo de políticas más inclusivas que reflejen las realidades del sector pesquero artesanal.

Por otro lado, la información de los pescadores debe ir más allá de aspectos técnicos; debe incluir herramientas de comunicación y estrategias digitales que les permitan contar sus propias historias y promover sus productos. Esto empoderará a los pescadores para gestionar su propia visibilidad y reputación, asegurando que sus voces sean parte del discurso sobre el desarrollo sostenible.

Al aumentar su visibilidad y reconocimiento se puede considerar que las políticas públicas sean más favorables para este sector promoviendo un marco justo y equitativo para la pesca artesanal transformando percepciones y fomentando un entorno social y político que ayude al desarrollo sostenible de las comunidades pesqueras.

Recomendaciones

Se recomienda fomentar la participación activa de los pescadores en el desarrollo e implementación de políticas públicas relacionadas con su sector. Su inclusión en estos procesos va a garantizar que sus intereses sean defendidos y considerados adecuadamente. Además, el reconocimiento y apoyo a los pescadores artesanales no solo beneficia a esta comunidad, sino que también contribuye al desarrollo sostenible del entorno local, promoviendo prácticas pesqueras responsables que aseguran la salud del ecosistema marino para futuras generaciones.

Desarrollar un sistema de certificación para productos pesqueros artesanales que garantice prácticas sostenibles puede ser una herramienta poderosa para mejorar la percepción pública sobre su trabajo. Esta certificación no solo aumentaría la confianza del consumidor, sino que también podrá abrir nuevas oportunidades en mercados locales e internacionales, destacando el compromiso con la sostenibilidad.

También se recomienda establecer mecanismos para evaluar continuamente el impacto de las estrategias luego de implementarse. Esto permitirá ajustar las acciones según sea necesario y asegurará que se estén logrando los objetivos propuestos en cuanto al reconocimiento y apoyo a los pescadores artesanales. La formación en gestión empresarial también es esencial.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. J., De Frutos García, R., & Galarza Fernández, E. (2015). La comunicación en los procesos de cambio social en América Latina: Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela (Communication in processes of social change in Latin America: Bolivia, Argentina, Ecuador and Venezuela) *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 1-13. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2015-1031>
- Barqueno, R. (2024). *Estrategias de Comunicación Participativa en la Asociación de Mujeres Artesanas "ASOMUWOB"*. [Diplomado de profundización para grado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/63062>
- Barranquero, A. (2010). Comunicación participativa y educación en medios: implicaciones del concepto de prealimentación ("feed-forward") de Mario Kaplún. In *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales (2010)*,. Universidad de Sevilla. http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comunicacion_participativa_y_educacion_en_medios_implicaciones_del_concepto_de_prealimentacion_feed-forward_de_mario_kaplun.pdf
- Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 63-78. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422004.pdf>
- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5181393>
- ISOSPAM. (2024). Misión y Objetivos. *Proyecto de Innovación y Sostenibilidad del Sector Pesquero Artesanal de Manabí*. <https://isospam.ups.edu.ec/>

- Loaiza, Y. (2022). *Entre robos, extorsiones y la peligrosa tentación de “la vuelta”: la pelea por sobrevivir de la pesca artesanal en el Ecuador*. Infobae. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2022/11/26/entre-robos-extorsiones-y-la-peligrosa-tentacion-de-la-vuelta-la-pelea-por-sobrevivir-de-la-pesca-artesanal-en-el-ecuador/>
- Marín, M. X. (2009). Plan estratégico de comunicación participativa y adaptación del proyecto de producción más limpia y desarrollo sostenible, para la implementación del plan de saneamiento básico de Nabusimake, César. *Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá*. <http://hdl.handle.net/10554/5286>
- Martínez Roa, O. G., Guzmán Rodríguez, C. H., & Lara Avilés, G. L. (2023). Una revisión sistemática de la comunicación para el cambio social (2015-2021). *Cuadernos. info*, (55), 332-354. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2023000200016&script=sci_arttext&tlng=pt
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2022). PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DEL SECTOR PESQUERO ARTESANAL. *Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca*. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/PROGRAMA-DE-FORTALECIMIENTO-DE-LAS-CAPACIDADES-DEL-SECTOR-PESQUERO-ARTESANAL-1.pdf>
- Morales, A. (2020). Comunicación participativa para el desarrollo e intraemprendimiento en una institución tecnológica pública. *Sintaxis*, 1(4), 142–161. <https://revistas.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/297/187>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). La pesca artesanal representa el medio de vida de 1,8 millones de familias en América Latina. *Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2019/09/1461652>
- Encalada, M., & Bosetti, E. (2023). Comunicación para el cambio social en proyectos de Cooperación Internacional. Caso de estudio: ISOSPAM. *Comunica*. <https://core.ac.uk/download/pdf/570981742.pdf#page=136>
- Rojas, C. D. (2007). Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina. *Redes*, com, 4, 129.

<https://www.academia.edu/download/64668503/La%20Comunicacio%CC%81n%20Pu%CC%81blica%20en%20Iberoame%CC%81rica%20I.pdf#page=339>

- Sala Valdés, C. (2017). La Comunicación para el Desarrollo: conceptos, aproximación histórica y características generales. *JANUS*. <http://hdl.handle.net/11144/3563>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 17-40. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422002.pdf>
- Servaes, J. (1999). Communication for development: One world, multiple cultures. *Creskill, Hampton Press*. [10.13140/RG.2.1.2113.7120](https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2113.7120)
- Servaes, J., & Malikhao, P. (2007). Comunicación participativa: ¿el nuevo paradigma? *Redes. com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (4), 43-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- Sierra, F., & Martínez, M. (2012). Comunicación y desarrollo (Vol. 44). *Editorial Gedisa*. <https://n9.cl/wxy6z>
- Torres, L. D. (2024). Estrategia de Comunicación desde la Comunicación Participativa en la Organización Social Participativa Asociación de Mujeres Unidas de San Isidro – AMUSI. [Diplomado de profundización para grado]. *Repositorio Institucional UNAD*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/63178>

Anexos

Enlaces de los resultados de las encuestas en Microsoft Forms

- Encuesta parte I: <https://acortar.link/JihPdM>
- Encuesta parte II: <https://acortar.link/58jzH5>

Evidencia de la realización de encuesta y taller

- Enlace: https://drive.google.com/drive/folders/1--XdFdNkATRtkzCuWZgPXyjTAeybscUa?usp=drive_link