Informe Final:

Elaboración de un Diagnóstico Comunicacional del Proyecto “Catalizando la implementación de un Programa de Acción Estratégico para la Gestión Sostenible de los Recursos Marinos Vivos Compartidos en el Sistema de la Corriente de Humboldt” Proyecto GEF ID 9592

Foto portada: © Meyling Tang

Valparaíso, Chile, Diciembre 2022

Elaboración de un Diagnóstico Comunicacional en Chile del Proyecto “Catalizando la implementación de un Programa de Acción Estratégico para la Gestión sostenible de los Recursos Marinos Vivos Compartidos en el Sistema de la Corriente de Humboldt” - Proyecto GEF ID 9592

Por:

Meyling Tang,

Periodista Especializada en Economía Pesquera y Vicepresidenta Fundación Cocinamar

Chile

Rodrigo Díaz Plá,

Antropólogo Social y Director Quiñe Pesca Artesanal

Chile

Gilda Medina,

Periodista Diplomada en Comunicación de la Ciencia

Chile

ÍNDICE

Resumen..……..4

1. Introducción……...5

2. Objetivos…….7

2.1 Objetivo general……..……....7

2.2 Objetivos específicos……..……...7

3. Propuesta metodológica…….….7

3.1 Marco conceptual…….….….7

3.1.1 Desafíos de la transformación azul…….....8

3.1.2 Chile país pesquero……....9

3.1.3 Gobernanza y emprendimiento pesquero……...……....9

3.2 Metodología de investigación……...11

3.2.1 Propuesta metodológica……11

3.3 Mapeo y categorización de actores relevantes……..….13

4. Plan de trabajo……...…18

5. Medios de comunicación……..…20

5.1 Registro de medios y canales de comunicación locales…….….20

5.2 Cómo comunicar en este mapa de actores……....21

5.3 Sobre espacios de participación……..…….…23

6. Herramientas de comunicación sugeridas…….……27

7. Listado de proyectos asociativos para redes y alianzas…….30

8. Entrevistas……..…34

9. Resultado de encuestas de conocimiento, actitudes y prácticas…..…...….37

10. Conclusiones……58

11. Recomendaciones……...…59

12. Anexos……...62

Resumen

El presente informe da cuenta del diagnóstico comunicacional del proyecto “Catalizando la Implementación de un Programa de Acción Estratégico para la Gestión Sostenible de los Recursos Marinos Vivos Compartidos en el sistema de la corriente de Humboldt” - Proyecto GEF ID 9592, ejecutado en Chile.

El informe reporta en la primera sección los antecedentes correspondientes a esta consultoría; con el marco conceptual y metodología de investigación, la cual incorpora el enfoque de género. En un siguiente apartado se presentan un mapeo de actores de importancia para esta consultoría y el desarrollo del proyecto, poniendo especial énfasis en los medios de comunicación a relevar. En este apartado se realiza un análisis de los medios de comunicación en las regiones de Coquimbo y Atacama, lugares de implementación del proyecto GEF Humboldt 2. Adicionalmente, se incorporan las sugerencias realizadas por el equipo ejecutor para la implementación de una estrategia comunicacional acorde al proyecto. Asimismo, se presenta los resultados de la encuesta de Conocimientos, Actitudes y Prácticas (CAP) y una lista de proyectos asociativos identificados para redes y alianzas. Finalmente, se detallan las entrevistas realizadas a 34 actores y sus resultados, para dar paso a las conclusiones y recomendaciones finales por parte del equipo ejecutor.

1. Introducción

El Gran Ecosistema Marino de la Corriente de Humboldt (GEMCH) es uno de los ecosistemas más grandes y productivos del mundo, provee cerca del 15% de la producción total de pescados y mariscos y sostiene la mayor pesquería monoespecífica a nivel global (anchoveta). Además, posee una biodiversidad de alto valor para la conservación, sin embargo, el riesgo de deterioro de los atributos del GEMCH es alto. En ese contexto, Chile y Perú han aunado esfuerzos estableciendo una visión conjunta que permita contar con un Gran Ecosistema Marino saludable, productivo y resiliente, mediante una gestión con enfoque ecosistémico que garantice la conservación y el uso sostenible de sus bienes y servicios en beneficio de sus pueblos.

Durante el periodo 2011-2016, fue ejecutado el Proyecto Chile-Perú “Hacia un Manejo con Enfoque Ecosistémico del Gran Ecosistema Marino de la Corriente de Humboldt”, mediante el cual, los países realizaron un Análisis Diagnóstico Ecosistémico Transzonal (ADET) para identificar los problemas ambientales y antropogénicos que afectan la salud del GEMCH y elaboraron un Programa de Acción Estratégico (PAE) con el objetivo de mitigar o al menos disminuir los problemas identificados, entre los que destaca: i) la explotación no óptima de los recursos pesqueros, ii) la alteración antrópica del hábitat marino y iii) la elevada pesca incidental o fauna acompañante y descartes.

Actualmente, Chile y Perú están implementando el proyecto “Catalizando la implementación de un Programa de Acción Estratégico para la gestión sostenible de los recursos marinos vivos compartidos en el Sistema de la Corriente de Humboldt”, conocido como “Proyecto Humboldt II”. La iniciativa es ejecutada por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura de Chile (SUBPESCA) y el Viceministerio de Pesca y Acuicultura del Ministerio de la Producción de Perú (VMPA-PRODUCE) e implementada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con cofinanciamiento del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por su sigla en inglés). También participan en calidad de socios estratégicos los Ministerios de Ambiente de ambos países, los Ministerios de Relaciones Exteriores, los Institutos de investigación IFOP e IMARPE, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura de Chile y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado de Perú. A través del proyecto, el cual tiene un enfoque altamente participativo e inclusivo, se beneficiará directamente a unas 289 mil personas, se implementarán experiencias prácticas para generar aprendizajes que puedan potenciarse o replicarse y se sentarán las bases para implementar mecanismos binacionales para la gestión coordinada y sostenible del GEMCH bajo un enfoque ecosistémico.

El objetivo del proyecto es "facilitar manejo pesquero basado en ecosistemas y restauración de ecosistemas en el Sistema de la Corriente de Humboldt para la provisión sostenible y resiliente de bienes y servicios de los recursos marinos vivos compartidos, de acuerdo con el Programa de Acción Estratégico aprobado por Chile y Perú." Los resultados esperados son:

1. Los recursos pesqueros priorizados han mejorado los escenarios de manejo existentes para ayudar a su recuperación y existen sistemas para asegurar el mantenimiento a niveles óptimos de población mientras se mantiene un ecosistema saludable y productivo considerando el cambio climático y los escenarios de El Niño oscilación del sur.

2. Calidad ambiental costera y marina mejorada mediante la aplicación de la gestión integrada de los ecosistemas y la Planificación Especial Marina (PEM)

3. Existen sistemas para ayudar con el mantenimiento y, si es necesario, la recuperación de la biodiversidad en el sistema de la corriente de Humboldt 2

4. Las actividades pesqueras se diversifican y se crean nuevas oportunidades productivas para los pescadores, organizados en organizaciones integradas de la sociedad civil, dentro y fuera del sector pesquero.

5. La población en general se beneficia de una mayor seguridad alimentaria e inocuidad de los alimentos sobre la base de una mejor gestión de los ecosistemas y de las pesquerías, junto con un mejor control de la calidad de la captura.

6. Se ha compartido las lecciones y buenas prácticas con los actores clave de cada país, entre países y mundialmente.

El proyecto tiene un enfoque altamente participativo e inclusivo para promover colaboración y diálogo multi-nivel entre los actores clave de ambos países. Se implementará experiencias prácticas en recursos priorizados y sitios específicos para generar aprendizajes que puedan potenciarse posteriormente. Cuatro recursos fueron seleccionados por los socios del proyecto para enfocar las intervenciones del proyecto: (i) anchoveta (*Engraulis ringens*), (ii) jibia/pota (*Dosidicus gigas*), (iii) recursos bentónicos costeros, y (iv) macroalgas. Además, se seleccionaron los siguientes sitios de intervención:

i. Las bahías de Iquique en Chile y Paracas en Perú, para intervenciones de manejo integrado de espacios marino-costeros y calidad ambiental y PEM.

ii. Las localidades de Coquimbo, Puerto Aldea, Torres del Inca, y el tramo entre Chañaral y Caldera en Chile, y las localidades de Pisco, San Juan de Marcona, y Atico en Perú, para intervenciones de diversificación productiva.

iii. Las áreas protegidas de Punta Morro-desembocadura rio Copiapó-Isla Grande de Atacama y Chipana (por crearse) en Chile, y la Reserva Nacional San Fernando, Punta San Juan, y Punta Atico en Perú, para intervenciones de conservación de biodiversidad y gestión de actividades productivas dentro de áreas protegidas.

El proyecto beneficiará directamente a unas 200 mil personas en Chile y unas 89 mil personas en Perú. Sin embargo, la mayor contribución será apoyar a que los países establezcan las bases para ejecutar el PAE y, en el largo plazo, implementen medidas coordinadas para la gestión sostenible del GEMCH.

La presenta consultoría se enmarca en el resultado N. 6.1 *Facilitar la comunicación entre los actores clave del proyecto y la diseminación de los aprendizajes*, y sus resultados serán un insumo para desarrollar la estrategia de comunicaciones del proyecto.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico comunicacional en las zonas de intervención del proyecto en las localidades de Coquimbo, Puerto Aldea, Torres del Inca, el tramo entre Chañaral y Caldera y el área protegida de AMCP-MU Punta Morro desembocadura río Copiapó- Isla Grande de Atacama.

2.2. Objetivos Específicos

2.2.1. Objetivo Específico N°1

Revisar la información clave del proyecto y desarrollar un plan de trabajo y cronograma detallado.

2.2.2. Objetivo Específico N°2

Desarrollar una propuesta metodológica con las herramientas y técnicas a aplicar en campo.

2.2.3. Objetivo Específico N°3

Desarrollar una identificación preliminar de actores clave para realizar las entrevistas en terreno en las localidades de Coquimbo, Puerto Aldea, Torres del Inca, el tramo entre Chañaral y Caldera y el área protegida de AMCP-MU Punta Morro desembocadura río Copiapó- Isla Grande de Atacama.

2.2.4. Objetivo Específico N°4

Desarrollar un diagnóstico de comunicación y mapeo de actores que debe considerar al menos lo siguiente:

a) Análisis de conocimientos, actitudes y prácticas de los actores (CAP) con relación a los objetivos del proyecto.

b) Identificación de necesidades de información.

c) Identificación de canales y medios de comunicación locales.

3. Propuesta Metodológica

3.1 Marco Conceptual

3.1.1 **Desafío de la Transformación Azul**: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible sigue definiendo las estrategias de los países, las organizaciones internacionales y la sociedad civil en aras de un mundo justo, próspero y sostenible. Sus 17 ODS y sus metas e indicadores conexos son fundamentales para lograr un crecimiento económico

sostenible e inclusivo que tenga en cuenta preocupaciones sociales, económicas y ambientales.

El éxito de los ODS radica en gran medida en un seguimiento, examen y supervisión eficaces. En la Agenda 2030 se establece una estructura de elaboración de informes a nivel mundial que incluye aportaciones locales, nacionales y regionales y culmina en el foro político de alto nivel de las Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible. Los indicadores de los ODS sirven de fundamento a este marco mundial de rendición de cuentas mutua. En marzo de 2016, la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas estableció un marco de indicadores mundiales compuesto por 230 indicadores que permiten hacer seguimiento de las 169 metas de los ODS. En consonancia con el principio rector de la Agenda 2030 de “no dejar a nadie atrás”, los indicadores deben desglosarse por género, edad, ingresos, ubicación geográfica, ocupación y otros aspectos de la identidad social.

Para poner fin a la pobreza y el hambre y lograr un desarrollo sostenible es fundamental centrar la atención en el desarrollo rural, la creación de capacidad y la inversión en sistemas de producción de alimentos, con inclusión de la pesca y la acuicultura.

En 2022, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura de FAO (por sus siglas en inglés) incorporó un nuevo concepto para potenciar la pesca y la acuicultura de manera responsable y que evoluciona desde la llamada “revolución azul” y es la “Transformación Azul” y así lo ha denominado en el documento “El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2022. Hacia la transformación azul.”

La transformación azul requiere un compromiso por parte de los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil para ampliar al máximo las oportunidades que ofrece la pesca y la acuicultura. La transformación azul busca promover la expansión e intensificación sostenibles de la acuicultura, la ordenación eficaz de todas las pesquerías, y la mejora de las cadenas de valor de los alimentos acuáticos. Se precisan asociaciones proactivas entre los sectores público y privado para mejorar la producción, reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos y potenciar el acceso equitativo a los mercados lucrativos. Además, es necesario incluir los alimentos acuáticos en las estrategias nacionales en materia de seguridad alimentaria y nutrición, junto con iniciativas para mejorar la sensibilización de los consumidores sobre sus beneficios, para aumentar la disponibilidad y mejorar el acceso.

3.1.2 Chile País Pesquero: En 2020, la producción acuícola mundial alcanzó un récord de 122,6 millones de toneladas, con un valor total de 281 500 millones de dólares. Los animales acuáticos representaron 87,5 millones de toneladas y las algas constituyeron 35,1 millones de toneladas. En 2020, impulsada por el incremento experimentado en Chile, China y Noruega, la producción acuícola mundial creció en todas las regiones excepto en África, debido a un descenso en sus dos países productores principales, Egipto y Nigeria.

Chile es sin duda una nación pesquera y con múltiples oportunidades de aprovechar esa característica en el ámbito del turismo gastronómico. Está ubicada entre los diez países que capturan y cultivan una mayor cantidad de productos del mar a nivel mundial, según FAO.

Con más de 500 caletas de pescadores o asentamientos costeros y 97.000 pescadores inscritos en el Registro Pesquero Artesanal, según datos del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, la pregunta es cómo se pueden mejorar la gobernanza asociadas a estas caletas pesqueras del Pacífico Austral y cómo hacerlo de una forma sustentable, junto a sus pares de Perú.

De acuerdo a FAO, en 2016 el sector pesquero chileno ocupó el 8° lugar entre las potencias pesqueras mundiales, con alrededor de 3,5 millones de toneladas desembarcadas el año 2014.

La misma FAO señala que el 2014 Chile ocupó el 6° lugar como país exportador de productos pesqueros a nivel mundial mientras que el 2010 estaba en el 10°. Estos valores implican una pérdida de la competitividad producto de diversos factores, entre ellos la disminución de las capturas pesqueras tradicionales.

Por otra parte, Chile es considerado como el segundo productor mundial de salmónidos, después de Noruega, y el segundo productor mundial de mejillón, debajo de China. Lo anterior da cuenta de la importancia del país como potencia acuícola-pesquera.

Todo esto es posible gracias a la Corriente de Humboldt que es uno de los entornos marinos más ricos del planeta. Este ecosistema provee más de 20 por ciento de las capturas de peces y sostiene más de 1000 especies de peces.

La corriente Humboldt, también llamada corriente de Perú, viaja de sur a norte, desde el tercio superior de Chile hasta los límites entre Perú y Ecuador.

El movimiento de la Tierra empuja las aguas profundas, y por lo tanto frías, hacia el norte y hacia la superficie. Esto no solo enfría el agua de la superficie si no que impacta los ecosistemas costeros a su paso.

En Chile, por ejemplo, el desierto de Atacama se debe en gran parte al frío y la sequedad que genera la corriente en el ambiente. La corriente Humboldt empuja las aguas profundas ricas en plancton hacia la superficie, lo cual sirve de alimento a una gran cantidad de animales marinos. Es tal la cantidad de alimento que la zona es el ecosistema marino más rico del planeta y el área pesquera más productiva del mundo.

3.1.3 Gobernanza y emprendimiento pesquero: La comunidad internacional ha adoptado un marco jurídico para la pesca sostenible en reconocimiento del importante papel del sector en la seguridad alimentaria y la nutrición, el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y el bienestar de las personas. El instrumento internacional básico es la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (CNUDM), aprobada en 1982, que proporciona el marco jurídico para todas las actividades marítimas, incluida la conservación y utilización de los recursos marinos vivos.

Según el Estado Mundial de la Pesca y la Acuicultura 2022, en Chile un total de 40537 personas se emplearon en la elaboración de productos acuáticos en 2020, con una alta diminución, probablemente producto del impacto del COVID-19, comparado con la cifra de 49948 registrada en 2015.

El brote de la COVID-19 ha corroborado y ha reafirmado el papel central de la cooperación intersectorial frente a los desafíos de la gobernanza mundial de la pesca. Con el apoyo concertado de la FAO, la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización Marítima Internacional (OMI), se están llevando a cabo iniciativas encaminadas a mejorar la colaboración intersectorial entre las organizaciones regionales marítimas y los ORP con el fin de seguir reforzando sus funciones complementarias de apoyo a la aplicación a nivel local, nacional y regional.

A nivel nacional, desde la Confederación Nacional de Pescadores Artesanal de Chile, Conapach, se han establecido cinco puntos claves para apoyar y contribuir a la pesca artesanal y a la seguridad alimentaria. El primero de ellos tiene que ver con fortalecer la capacidad productiva y comercial de la pesca artesanal, y luego siguen las acciones para apoyar la acuicultura en pequeña escala, facilitando la comercialización de los productos pesqueros, prefiriendo los alimentos producidos en nuestro país, controlando los impactos negativos de la acuicultura y la pesca industrial que afectan hoy día a la biodiversidad y dando acceso a las zonas pesqueras a aquello que provoquen menos daños y den mayores garantías de sustentabilidad.

Todos ellos tienen relación con el apoyo a las capacidades de emprendimiento en la pesca artesanal para poder mejorar la oferta, mejorar la temporalidad y resguardar el espacio marítimo y terrestre donde realizan la actividad, para poder comercializar a un mejor precio y abastecer de proteína marina a los hogares.

En este contexto, se han desarrollado una serie de proyectos para mejorar el entorno emprendedor de este rubro donde el valor agregado, la gastronomía, el turismo y el acortamiento de las cadenas de abastecimiento, reduciendo la cantidad de intermediarios, es uno de los grandes desafíos.

Existen diferencias entre los productos comercializados de la pesca y la acuicultura por lo que se refiere a especies, origen, forma del producto, envasado y método de conservación, sin embargo, en ambos casos se deben buscar trabajar en conjunto con las organizaciones y servicios públicos para generar líneas de abastecimiento y logísticas para el mercado nacional.

Sin embargo, todos estos esfuerzos son inútiles si no existe una gobernanza adecuada para avanzar en esta transformación azul.

De lo anterior se extraen nuevos desafíos. La ordenación de un sistema pesquero de acuerdo con el Enfoque Ecosistémico de Pesca (EEP) implica la identificación de los elementos pertinentes de un ecosistema y de los vínculos que existen entre ellos. Ello es posible en el caso de la pesca a gran escala muy desarrollada, pero es una tarea abrumadora en el contexto de la pesca de especies múltiples sobre la que se tienen pocos datos, en particular la pesca artesanal.

En este contexto, los consumidores se han mostrado más interesados en agregar pescados y mariscos a su dieta y ello implica nuevos desafíos como son entregar la información, ya no solo sobre los beneficios para la salud, sino también las mejores temporadas de consumo, el respeto de las vedas y las mejores prácticas. La información sobre los productos pesqueros puede comunicarse a través de certificaciones desde

empresa a empresa (B2B), o desde el etiquetado de productos de empresa al consumidor (B2C). La pandemia también aceleró en algunos países el comercio electrónico de pescados y al mismo tiempo la conexión vía redes sociales, permitió vincular a pescadores y pescadoras de zonas costeras aisladas con nuevos clientes y permitir desarrollar " storytelling" o relatos desde los productos del mar y su patrimonio.

3.2 Metodología de Investigación

3.2.1 Propuesta metodológica

El diseño metodológico permitió recoger y analizar información desde fuentes directas e indirectas, para ello se utilizarán entrevistas semiestructuradas, encuestas electrónicas, búsqueda bibliográfica y visitas a terreno para reuniones con pescadores y pescadoras en las localidades donde están situadas las caletas donde interviene el proyecto.

Se realizó una revisión bibliográfica y de noticias en medios de comunicación sobre las caletas de pescadore(a)s participantes, así como también analizando la documentación entregada por el proyecto. El equipo de profesionales tiene una extensa experiencia en el trabajo de campo con organizaciones de pesca artesanal en las Regiones de Coquimbo y Atacama, por lo que también se han utilizado documentos propios elaborados por cada investigador.

Se elaboró una matriz de resultados de las entrevistas incorporando información sobre su conocimiento del proyecto Humboldt 2, la expectativa que tienen del mismo, los medios de comunicación y redes más usadas, sugerencias para mejorar la comunicación y las organizaciones a las que pertenecen.

A través de un Diagnóstico Participativo de Comunicación se desarrolló un proceso de investigación involucrando a la comunidad para identificar las necesidades de comunicación, los problemas o falencias en el acceso a ella y ofrecer una propuesta de herramientas que apoyen la estrategia comunicacional para los gestores del proyecto. En la estrategia se priorizan las oportunidades para contar con información creíble, oportuna y atractiva para los beneficiarios y beneficiarias, y que aporte al desarrollo de los objetivos del proyecto.

Una característica muy importante de este diagnóstico es la capacidad de observar otros aspectos que pueden no ser relatados verbalmente en las entrevistas pero que pueden ser extraídos desde la experiencia de observación de los consultores.

Asimismo, se ha puesto un especial énfasis en incorporar el enfoque de género en el desarrollo de la consultoría. Es importante destacar que el interés por incorporar la perspectiva de género en proyectos de conservación marina y pesca sostenible se ha vuelto cada vez más común, debido entre otros aspectos, a que instrumentos internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las Directrices Voluntarias para lograr la sostenibilidad de la Pesca en Pequeña Escala (Directrices PPE), hacen hincapié en la importancia de promover la igualdad de género como un elemento fundamental para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Para incluir la perspectiva de género en los proyectos y programas, es necesario realizar un análisis que permita:

1) Hacer visible las brechas y relaciones de poder entre mujeres y hombres en el manejo diferenciado sobre los recursos naturales

2) Identificar la división del tiempo entre el empleo remunerado y no remunerado

3) Documentar la influencia de los roles de género en el acceso a posiciones de liderazgo y la toma de decisiones.

En ese sentido, el mapeo de actores de esta consultoría y las otras actividades que involucra, se están trabajando con perspectiva de género, con el objetivo de obtener las voces, necesidades e intereses de la diversidad de actores, tanto hombres como mujeres, asociados al proyecto. En la zona norte de Chile esto es particularmente relevante, pues la visibilidad de las mujeres de la pesca es menor comparado con la zona sur del país.

Además se proponen ciertas estrategias para promover liderazgos de mujeres en las vocerías de los temas relacionados con el proyecto y en el contacto con los medios de comunicación.

3.2.2 Herramientas y técnicas de recolección de información

A continuación, se detallan las herramientas y técnicas de recolección de información implementadas para cumplir con los objetivos de este proyecto.

Entrevistas semi-estructuradas

La entrevista propiamente tal es definida por algunos autores como un proceso comunicativo en el cual se obtiene información de un sujeto (Alonso, 1999). Bourdieu (1984) por su parte, señaló que no existe un objeto de investigación que no conlleve un punto de vista, por lo que la utilización de entrevistas semi-estructuradas da la oportunidad de desarrollar un diseño flexible de investigación, donde el sujeto se constituya en el centro, es decir, un instrumento que se adapte a cada sujeto que participe de este (Tonon, 2010).

A través de entrevistas coordinadas con pescadores y pescadoras, y actores y actrices relevantes para el proyecto, e incorporando una perspectiva de género, se abordaron preguntas sobre los componentes del proyecto Humboldt II. El cuestionario base de las preguntas se estableció, según los objetivos del proyecto.

Encuestas online

Se elaboró una encuesta digital en formato Google Form, que se compartió mediante correo electrónico y WhatsApp a diferentes actores del proyecto, con el objetivo de conocer su nivel de conocimiento, actitudes y prácticas (CAP) respecto de los conceptos claves del proyecto. La encuesta incorporó 33 preguntas, con una duración aproximada de quince minutos para ser respondida.

La encuesta fue distribuida entre los siguientes grupos de actores: hombres y mujeres del sector de la pesca y sus organizaciones, gremios, sindicatos, empresas pesqueras, gobiernos regionales, gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y programas de cooperación, instituciones académicas y de investigación, medios de comunicación y comunicadores.

Link para contestar la encuesta

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfdiCCVvBmDqwW53K4dqCuqkv_5onwcXx-tfloiUQOATUIpNg/viewform

La encuesta fue aprobada por el equipo técnico del proyecto Humboldt II, y fue distribuida a la base de datos que generó el equipo de consultores.

El tamaño de la muestra fue definido en función del mapeo de actores y, posteriormente, se filtró a aquellos con acceso a correo electrónico y/o WhatsApp. La muestra consideró aproximadamente 300 personas, de las cuales 42 contestaron, representando el 14 por ciento de la muestra.

Se considera que la baja participación es causa de múltiples factores, siendo algunos de ellos: una alta concentración de actividades y activaciones de distintos proyectos sobre temas del mar en el último trimestre de 2022 en Chile, sumado a un agotamiento entre la gente de mar que es convocada a talleres, encuentros de la pesca para cambios de la normativa, mesas de trabajo y otras iniciativas en temporada alta, generando con ello desinterés; baja disponibilidad (en términos del tiempo entregado a la realización de la encuesta), entre otras.

Si bien la muestra resultó ser proporcionalmente baja en relación al universo, el equipo consideró que la cantidad alcanzada puede ser considerada como una muestra representativa relativa a los resultados esperados, además de una buena representación de distintos mundos, tanto académicos como de pesca artesanal, y con una alta participación de mujeres.

3.2 Mapeo y categorización de actores relevantes

Para desarrollar la intervención de un proyecto con las aristas sociales, biológicas y medio ambientales que tiene el proyecto Humboldt 2, es importante entender los contextos en cada territorio y la agenda pública que se genera, especialmente en ámbitos sensibles como la gestión pesquera.

Desde la institucionalidad se cruzan diferentes organismos responsables de la fiscalización, administración e investigación de los recursos pesqueros y las actividades de cultivos marinos, como son la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca), el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, (Sernapesca), el Instituto de Fomento Pesquero (IFOP), el Instituto de Desarrollo de la Pesca Artesanal y la Acuicultura (Indespa).

Uno de los focos de esta consultoría es conocer cómo se informan los actores y reconocer en cuáles instituciones depositan mayor o menor confianza, así como identificar si asocian a algunas de estas organizaciones como vinculadas a los temas destacados por el proyecto (seguridad alimentaria, conservación marina, diversificación productiva, entre otros), además de identificar posibles aliados en la estrategia de comunicación del proyecto.

Como contexto es importante recordar que hay un anhelo de los actores por contar con un Ministerio del Mar para potenciar al sector pesquero, sin embargo, actualmente, las instituciones que ordenan el marco de funcionamiento de las actividades de la pesca y la acuicultura se estructuran bajo el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

En las conversaciones sostenidas con pescadores y pescadoras se escucha la necesidad de la creación de un Ministerio del Mar que pueda gestionar de manera integral el sector pesquero y acuícola desde una mirada focalizada, teniendo como objetivos una mejor política para el abastecimiento de alimentos del mar en el territorio nacional, así como también una mayor participación en las decisiones sobre las cuotas de pesca y de mejor y mayor ordenamiento del espacio marítimo, donde la pesca y acuicultura también se relacionen con otras actividades realizadas en el mar como el turismo, la conservación y las actividades recreativas. De hecho en el último congreso de la Confederación Nacional de Pescadores Artesanales (Conapach), realizado en Puerto Montt en noviembre de 2022, con más de 500 pescadores asistentes, una de las consignas del encuentro fue “Yo quiero un Ministerio del Mar”.

A nivel territorial, en la Región de Coquimbo existen caletas que han avanzado en temas de valor agregado e identidad de marca asociadas a ciertos recursos del mar. Existen municipios como el de Coquimbo que tienen implementada una oficina de pesca y ha logrado activar instancias para resolver problemas de sindicatos de pescadores y generar espacios para promover el consumo de productos del mar.

En la Región de Atacama, hay diversos proyectos para fomento de la pesca artesanal que han sido articulados con apoyo público y privado, con participación de la industria minera en la zona y consultoras de gestión como la Fundación Simón de Cidere o la agrupación cultural del Festival de Cocinas del Pacífico.

En el presente análisis se definió un listado de actores que interactúan en el mundo de la pesca artesanal y permiten avanzar o ralentizar algunos procesos por lo que se consideran como agentes clave. (ANEXO 1)

- Organismos públicos: Gobierno Regional, Municipio, Subpesca, Sernapesca, Indespa, IFOP, etc.
- Organizaciones de Pescadores
- Organizaciones de mujeres pescadoras o vinculadas actividades conexas
- Armada de Chile
- Organizaciones sin fines de lucro
- Centros de Investigación y Universidades
- Comunidad
- Actores del mundo gastronómico y de turismo
- Prensa

Además, se analizaron las interacciones en las zonas donde se ubican las caletas definidas por el proyecto, para categorizar otros actores relevantes.

Del mismo modo se tomó contacto con algunos dirigentes y dirigentas nacionales o locales de organizaciones representativas de la pesca artesanal en Chile, para obtener sus perspectivas desde una visión más macro, de cómo puede beneficiar el proyecto y cómo ellos y ellas desde sus puntos estratégicos pueden ser actores relevantes para la difusión de la iniciativa. Especialmente se contactó a líderes mujeres de la pesca artesanal, quienes han formado nuevas agrupaciones enfocadas a visibilizar a las mujeres pescadoras.

Se planificó, además, la participación en el Congreso Nacional de la Confederación de Pescadores Artesanales de Chile para contactar con pescadores que no habían respondido llamados ni correos.

En la siguiente tabla se describe el rol de cada uno:

Actor	Rol
Gobierno Regional	Organismo encargado de la administración superior de la región. Se preocupa por el desarrollo de la región en el ámbito económico, social y cultural, considerando la preservación y mejoramiento del medio ambiente y la participación ciudadana. Existe líneas de financiamientos para el sector pesquero que son aprobadas por los Consejeros Regionales. Los Gobernadores regionales y los Consejeros se eligen por votación popular. Y desde el Gobierno central están como contraparte la figura de los Delegados Presidenciales.

Ministerio del Medio Ambiente	Propone políticas y formula normas, planes y programas asociados a temas medioambientales. Es también la entidad que lidera los ámbitos de conservación marina y la definición de áreas marinas protegidas y reservas marinas. Tiene oficinas regionales a través de las Seremías. Tiene presencia en Coquimbo y Atacama.
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	De este Ministerio que fomenta las actividades económicas dependen diversos servicios que interactúan con las actividades pesqueras, especialmente asociadas a la innovación, si se analiza el rol de Corfo y Sercotec, mientras que directamente están las instituciones encargadas de establecer las normativas y la fiscalización , a través de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca), y el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (Sernapesca). Además, el responsable de líneas de financiamiento directo por medio de Indespa
Indespa	La Ley N° 21.069 crea en 2017 el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala (Indespa) para impulsar, través de políticas, planes y programas, la actividad comercial y productiva de las 461 caletas. Existen programas de financiamiento y ventanilla abierta para postulación de proyectos.
Subpesca	Regular y administrar la actividad pesquera y de acuicultura, a través de políticas, normas y medidas de administración, bajo un enfoque precautorio y ecosistémico que promueva la conservación y sustentabilidad de los recursos hidrobiológicos para el desarrollo productivo del sector. Tiene oficinas regionales llamadas Direcciones Zonales de Pesca. Es motor de los comités de manejo y del Consejo Nacional de Pesca y sus consejos zonales. Para la Región de Atacama y Coquimbo es una sola dirección zonal de pesca .
Sernapesca	Tiene la responsabilidad de fiscalizar los recursos pesqueros y acuícolas con foco en la sustentabilidad del sector, manteniendo siempre a la vista los principios probidad y transparencia en su labor fiscalizadora. Debe entregar anualmente un balance sobre la fiscalización pesquera. Tiene oficinas en Coquimbo y Atacama.
Instituto de Fomento Pesquero (IFOP)	Es una Corporación de Derecho Privado, sin fines de lucro, cuyo rol público es apoyar al desarrollo sustentable del sector pesquero y acuícola del país. Se destacan alianzas estratégicas con universidades chilenas, instituciones del sector nacional e internacional. Su aporte es entregar la base de la ciencia para la toma de decisiones de administración pesquera. Su casa matriz está en Valparaíso.

Armada de Chile	Tiene el mandato de contribuir a resguardar la soberanía e integridad territorial, debe mantener la seguridad de la nación, impulsar el desarrollo nacional y respaldar los intereses nacionales donde sea requerido. También realiza acciones de fiscalización en ámbito marítimo y aéreo. Tiene presencia en todos los puertos del país.
Municipios costeros	Las municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas. Algunos municipios costeros tienen creado un departamento de pesca artesanal. En algunos municipios, pescadores han sido candidatos o ejercen como concejales. Como les corresponde ámbitos de aseo y ornato pueden ser un buen aliado en la promoción de la educación ambiental de la población, la prevención en la generación de residuos y la valorización del mar, diseñando e implementando estrategias de comunicación y sensibilización. Se podría implementar convenios con municipios costeros.
Pescadores y Pescadoras	De acuerdo a Sernapesca son más de cien mil en Chile y están organizados en Confederaciones, Federaciones, Sindicatos, Corporaciones y Cooperativas. Además, tienen un Registro Pesquero Artesanal (RPA). Asimismo, existen muchas mujeres que trabajan en actividades conexas a la pesca, que no se encuentran formalizadas. Hace tres años se creó una mesa de trabajo para mujeres pescadoras de todo Chile. Adicionalmente, se desarrolló un curso de líderes pescadoras junto a Subpesca y Universidad de Chile. Existe también una Corporación Nacional de Mujeres en la Pesca Artesanal y una Asociación Gremial Nacional de Mujeres de la Pesca Artesanal de Chile, las cuales son antagónicas.
ONG´s	Las Organizaciones sin Fines de Lucro (ONGs) trabajan junto a organizaciones de pescadores, centros de investigación e instituciones públicas para la elaboración e implementación de programas de conservación marina ambiental. Contribuyen, junto a otros organismos/ instituciones, a aumentar la conciencia ciudadana sobre el impacto de la pesca ilegal, la contaminación de los mares, el mejor uso de los recursos y el fomento a acciones de sustentabilidad en la región y el país.
Centros de Investigación y Universidades	Fomentan la investigación y difusión del conocimiento científico, promoviendo la coordinación de acciones en el campo de la educación ambiental y colaborando en la implementación de proyectos orientados a la valorización de los recursos y a la información científica sobre el estado

	de las principales pesquerías. Varias universidades han hecho proyectos de colaboración con pescadores.
Prensa	Los medios de comunicación son canales a través de los cuales se difunde una información de manera masiva. Estos tienen como propósito informar, educar, entretener y formar opinión, todo siempre dependerá de la intencionalidad con la que transmita el mensaje o la información. En general los medios de prensa analizados tienen poco personal y por lo tanto entregarles información redactada, acceso a fotografías de calidad y audios de entrevistas, facilitará la difusión. Hay medios identificados en Atacama y Coquimbo.
Actores de Turismo Gastronómico	Si bien no existen organizaciones que unan al turismo y a la gastronomía a nivel nacional en Chile, si existen gremios de cocineros con cobertura nacional y presencia regional, además de Federaciones de Turismo y consultoras que aportan en visibilizar el concepto de turismo gastronómico. Desde Subpesca y Subturismo existe una línea de trabajo para desarrollar una estrategia de turismo gastronómico de caletas. Hay pilotos en ejecución en Bahía de Tongoy, Pichilemu y Los Molinos. En Atacama, desde hace diez años, se realiza el Festival de Cocinas del Pacífico.
Comunidad	Son los responsables de consumir productos del mar de origen legal, disponer adecuadamente sus residuos para ser valorizados, siendo protagonistas y líderes de los cambios de hábito en el comportamiento sobre decisiones de compra, especialmente el origen. Desde la implementación de campañas de difusión de vedas, por parte de Sernapesca, y el acceso a un fono de denuncia, existe mayor preocupación por estos temas e interés por conocer mejores temporadas y denunciar a proveedores que no cumplen.

4 Plan de trabajo

En el marco de las actividades de la línea de trabajo N. 6.1 *Facilitar la comunicación entre los actores clave del proyecto y la diseminación de los aprendizajes*, y como insumo del desarrollo de la estrategia de comunicaciones del proyecto, se solicitó realizar un diagnóstico comunicacional en las zonas de intervención del proyecto.

El conocimiento y entendimiento de los diversos grupos de interés es clave para diseñar una estrategia de comunicaciones, la cual genere espacios efectivos y equitativos de involucramiento, participación y toma de decisión. Una estrategia de comunicaciones brinda apoyo a la gestión efectiva del proyecto, acompañando el proceso de cambio que el proyecto plantea a través de sus enfoques para la gestión sostenible de los recursos marinos compartidos del HCLM.

El equipo de esta consultoría está integrado por dos periodistas y un antropólogo social con experiencia en trabajo en terreno en proyectos vinculados a la pesca artesanal y la diversificación productiva. Además, el equipo cuenta con alto conocimiento de las caletas definidas por el estudio, así como también de las personas entrevistadas.

La confianza generada por años de trabajo en terreno permitió agilizar procesos el recojo de la información, que de otra manera, habrían demorado más tiempo, así como para tener una buena recepción en las solicitudes de entrevistas y acceso a información necesaria para el desarrollo de esta consultoría.

Como parte de las acciones de planificación de la consultoría, se sostuvieron reuniones con el equipo técnico del Proyecto Humboldt II, además de actualizar las bases de datos de representantes de la pesca artesanal en ambas regiones. Asimismo, se identificaron algunos líderes nacionales o regionales que puedan tener una visión para aportar respecto a cómo socializar el proyecto.

Lo anterior se entiende por la alta jerarquización que existe a nivel de las caletas de pescadores y por lo mismo, si bien el alcance de este consultoría está centrada en las Regiones de Coquimbo y Atacama, también se incluyeron a líderes nacionales como dirigentes de la Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile, Conapach, de la A G de mujeres pescadoras, y de AG San Pedro de La Serena y de Punta de Choros, por ser líderes en la región en desarrollo de valor agregado en la pesca artesanal y acuicultura de pequeña escala.

Con respecto a los medios de comunicación y redes sociales, se buscaron contactos actualizados y se entrevistó a periodistas para conocer cómo se informan sobre los temas relevantes para los componentes del proyecto y quiénes son sus fuentes creíbles en el sector de la pesca.

Con respecto al análisis de los resultados, el equipo de la consultora desarrolló una propuesta para mejorar la bajada comunicacional del proyecto, considerando herramientas para cada actor relevante del mapa identificado.

Actividades desarrolladas

Se organizó una visita a terreno en septiembre a la localidad de Puerto Aldea para conocer la dinámica actual de la caleta, post Covid 19, y sostener reuniones con actores locales de la Bahía de Tongoy. Además, se invitó a actores del proyecto a participar de un taller de turismo gastronómico de las caletas en Tongoy, que tenía como objetivo brindar herramientas para la puesta en escena de festivales gastronómicos.

En noviembre, se organizó otra visita a terreno en la Región de Atacama para visitar las caletas; Caldera, Caleta Obispito, Caleta Portofino, Chañaral, Bahía Inglesa y Los Patos, a fin de realizar las entrevistas presenciales. Algunos de los pescadores y pescadoras participaron en las entrevistas, pero no quisieron identificar sus nombres.

Se gestionaron entrevistas semi-estructuradas para recopilar información sobre el conocimiento del proyecto y sus conceptos claves, así como también sobre las expectativas de los actores con respecto al proyecto Humboldt II, y se recopiló información y material gráfico de las zonas visitadas.

Adicionalmente, se actualizaron bases de datos de medios de comunicación de las Regiones de Coquimbo y Atacama, además de mapear a actores y proyectos importantes en redes sociales que puedan apoyar la divulgación del proyecto. Asimismo, se identificaron publicaciones del mundo de la pesca y la gastronomía asociadas a las regiones estudiadas.

5. Medios de Comunicación

Los medios de comunicación se pueden clasificar según su alcance en:

a) Medios de comunicación interpersonales: Son aquellos medios o canales a través de los cuales se da un intercambio de información dentro de la esfera privada. Por ejemplo: el teléfono o más actualmente los audios de Whatsapp.

b) Medios masivos de comunicación: Son aquellos medios que alcanzan a un gran número de la población y transmiten información de carácter público. A su vez, se clasifican según el medio o soporte que utilizan para la transmisión de la información.

Los medios masivos de comunicación se clasifican en:

a) Medios audiovisuales: Son aquellos medios cuyos mensajes pueden ser simultáneamente vistos y escuchados. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información, como por ejemplo: la televisión y el cine. La televisión tuvo su aparición en los años 30 y es el medio con mayor índice de público a nivel mundial. Los telespectadores de todo el mundo reciben la señal de esta herramienta informativa en tiempo real, en vivo o diferido. Sin embargo, es un medio de comunicación de alto costo y no necesariamente conectado a los horarios de la pesca artesanal.

b) Medios radiofónicos: Es un medio que se basa exclusivamente en información trasmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión. La principal limitación tiene que ver con el alcance de la onda, ya que la distancia geográfica imposibilita la transmisión o afecta la calidad de sonido. En las últimas décadas, ha habido un desarrollo de radios online y contenidos auditivos como podcasts cuyo proceso de producción es radiofónico y luego se distribuye de manera digital. En uno de los medios más recomendados por pescadores para recibir información de utilidad.

c) Medios impresos. Son todos los medios que difunden alguna información o publicidad impresa, como las revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos. En la actualidad, por el elevado costo de producción y el uso masivo de Internet, estos medios se encuentran en declive. Hoy el público utiliza medios más inmediatos a la hora de informarse y muchas publicaciones se adaptan a la nueva era digital ofreciendo sus contenidos en la web.

d) Medios digitales. Surgidos en la década de 1980, estas “nuevas tecnologías” han logrado expandirse con rapidez y de manera masiva. Los medios digitales utilizan como soporte computadoras personales, celulares, tablets y otro tipo de dispositivos móviles, a través de los cuales se transmite información con una rapidez que aventaja a cualquier otro medio masivo de comunicación. Los medios digitales cumplen la función de informar y entretener. Algunos medios tradicionales se han ido adaptando a la realidad digital de este siglo, por lo que es posible encontrar contenidos televisivos y radiofónicos de manera online. En el caso de la pesca artesanal, la red más ampliamente usada es el Facebook, especialmente los grupos de Facebook para informarse o compartir historias.

5.1 Registro de medios y canales de comunicación locales

Se elaboró una base de datos en las regiones de Coquimbo y Atacama, identificando a los medios de comunicación, editores , teléfonos y correos electrónicos, y actualizada a noviembre de 2022. Además se identificaron otros medios de comunicación a nivel nacional que puedan ser de utilidad para la difusión del proyecto y que trabajan con temas medioambientales (Plataforma Costera), temas de Gastronomía y Turismo (Revista Chef and Hotel, 7 Caníbales, Viaje al Sabor) y la plataforma de la Confederación Nacional de Pescadores de Chile (Conapach) (ANEXO 3).

Todos los periodistas entrevistados coinciden en que sus fuentes provenientes de la pesca artesanal son principalmente masculinas y representantes del algún sindicato.

Por otro lado, también señalan buscar información en la institucionalidad, principalmente, a través de la Subsecretaría de Pesca y el Servicio Nacional de Pesca. Particularmente, Cristian Escalante, periodista de la Región de Coquimbo, señala que también acude a los Municipios o a las Universidades, quienes los buscan para publicar algunos temas.

En cuanto a fuentes femeninas provenientes del sector pesquero artesanal, la mayoría de los periodistas indican que prácticamente no se ven mujeres que hablen en los medios, algunos incluso señalan que se trata de un rubro machista. Declaran no conocer o no tener acceso a fuentes femeninas, a excepción del periodista de la Región de Atacama, Erwin Hidalgo, quien comenta que en Chañaral de Aceituno, sí existe una mayor presencia femenina, que se ve reflejada en algunas vocerías.

"Ellas tienen restaurantes o negocios de hospedaje, entonces cuando pasa algo sobre temas pesqueros, sale a hablar la comunidad, sobre todo mujeres", indicó.

Respecto a cuál es la información que cubren los medios sobre temas de pesca artesanal, todos los periodistas apuntan a la contingencia y a los diferentes conflictos que se dan en el sector, principalmente vedas, protestas por cuotas de pesca, denuncias de robos, etc. Información que llega directamente desde los pescadores artesanales, quienes buscan a los medios para realizar sus denuncias.

"Los mismos pescadores a veces se acercan a los medios, nos avisan que se van a manifestar. Esa es la forma de informarnos sobre las problemáticas que tienen ellos. No es que uno tenga un contacto fluido semanalmente con ellos, sino que funcionamos en base a la contingencia", explicó el periodista de la Región de Coquimbo, Carlos Ruiz.

Sobre el proyecto Humboldt 2, todos los periodistas entrevistados declararon no conocerlo o al menos no recordar ninguna noticia o nota de prensa relacionada con ello. En esa línea, al preguntarles sobre el interés en capacitarse en temas de pesca, todos señalan que sería una buena oportunidad para aprender.

5.2 Cómo comunicar en este mapa de actores

Para cada actor hemos definido una serie de herramientas para difundir iniciativas asociadas al proyecto. En cada una de ellas se ha considerado las entrevistas realizadas así como la experiencia de los consultores en la divulgación de proyectos de este tipo.

Es importante destacar que, en conversaciones con pescadores se nota un desgaste con respeto a la participación de proyectos asociativos. No se comprende bien los alcances o el beneficio que los pescadores recibirán y comentan que ya han participado muchas veces sin luego ser considerados.

Asimismo, recomiendan que la comunicación no llegue solamente a los dirigentes, sino que se pueda informar a las bases y pueda ser difundida a través de espacios públicos como murales de sindicatos o colegios de sus hijo(a)s para dar conocer los alcances del proyecto.

Para dar visibilidad a este proyecto se sugiere buscar alianzas a corto, mediano y largo plazo con instituciones u organizaciones que ya cuentan con plataformas de divulgación operativas, como Subpesca, Plataforma Costera, Waterman, Ladera Sur, entre otras, pues se puede llegar de forma más rápida a capturar nuevos seguidores del proyecto.(Ver Listado de Proyectos Asociativos).

Se sugiere realizar el diseño de material gráfico de los principales recursos pesqueros de las zonas de intervención, incluyendo información relevante sobre sus características, su estado de explotación, sugerencias de extracción, temporadas de vedas y recomendaciones de consumo local. Sería importante imprimir y repartir ese material en las caletas y en servicios públicos regionales donde la comunidad realiza trámites. Esta información también es útil para la comunidad y actores del mundo de la gastronomía y turismo, así como material para escuelas y estudiantes de las comunidades costeras, con el fin de dar a conocer y promover el cuidado de sus recursos.

Las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter son canales importantes para la difusión de este proyecto, pues muchos de los actores locales se informan mejor y más rápido por redes sociales consultadas desde su teléfono que por los propios correos electrónicos o medios de comunicación tradicionales.

Es importante definir también una estrategia de Whatsapp Business, pues una gran mayoría de los pescadores entrevistados, utilizan la plataforma de Whatsapp para comunicarse e informarse de cosas importantes y además se suscriben a Whatsapp grupales, mientras sean informativos y útiles.

Se sugiere utilizar un nombre corto asociado al proyecto como Proyecto Humboldt 2 y con ese mismo concepto desarrollar cuentas especificas del proyecto para divulgar información, utilizando además el hashtag #ProyectoHumbolt2.

Considerando que el proyecto cuenta solo con un par de años para generar una visibilidad importante, se sugiere sumar sus capacidades a iniciativas ya consolidadas en el mundo de la pesca y acuicultura y buscar alianzas con actores para participar en congresos, charlas y exposiciones, tal como se hizo con el Festival Acción Azul o con el Mes del Mar que celebra la Armada de Chile. Así como también vincularse con las confederaciones y federaciones de pescadores artesanales, por ejemplo a través de un acuerdo de colaboración de información, para que transmitan en sus canales oficiales (redes sociales, páginas web, entre otros), los boletines o invitaciones de las actividades del proyecto.

Para acercar este proyecto a las comunidades se sugiere ponerle “rostros” a los logros, vía entrevistas o videos cortos que puedan transmitir las voces de los actores de las caletas participantes, utilizando para su difusión medios de comunicación formal y también las redes sociales.

Al tener carácter de proyecto binacional, para los entrevistados puede ser interesante conocer experiencias de pescadores de otros países y regiones, para saber cómo han resuelto problemáticas relacionadas con valor agregado, comercialización, promoción y gestión de eventos gastronómicos. Para mujeres pescadoras de Chile sería relevante conocer a sus pares y aprender más sobre iniciativas de promoción de consumo de productos del mar de Perú. Por ejemplo, desde Puerto Aldea, se sugiere realizar pasantías presenciales de intercambio de experiencias e idealmente hacerlo coincidir con alguna fiesta gastronómica.

Con respecto a los medios de información utilizados por las mujeres de la pesca o vinculadas a actividades conexas, algunas mujeres indican que se informan vía grupos de WhatsApp, como por ejemplo, el grupo de la Red de Trabajo de Mujeres Pescadoras de la Región de Coquimbo. Mientras que en Atacama indican que también cuentan con una Mesa de Mujeres

de Atacama, respaldada por la Corporación Nacional de Mujeres de las Pesca Artesanal. En ambos casos, las dirigentas destacan al menos la articulación que se dio hace años con la Mesa de las Mujeres de la Pesca Artesanal, liderada por Subpesca y Sernapesca y donde en 2021 se desarrolló un curso de mujeres líderes de la pesca artesanal, coordinado por la Universidad de Chile, con más de 70 mujeres en la convocatoria.

Se destaca también una gira técnica que hicieron mujeres pescadoras de la Asociación Gremial Nacional Mujeres de la Pesca Artesanal de Chile Tejiendo Redes (en Facebook @tejiendoredes) para conocer los cultivos y proyectos asociativos en la Región de Coquimbo como el cultivo de congrio en estanques, cultivos en áreas de manejo de piure y ostiones y cultivos de macroalgas.

Asimismo, se identificó que existe una escasa presencia de mujeres en las vocerías o fuentes de información en los medios, tal como se conocen a nivel periodístico a los expertos que entregan información y opinión a reporteros. Generalmente los periodistas se comunican con dirigentes, la mayoría hombres. Se sugiere impulsar el desarrollo de talleres de vocerías para mujeres pescadoras o recolectoras, con el fin de promover su participación en medios de comunicación, ya que muchas de ellas no lo hacen, no por falta de conocimientos o antecedentes, sino porque creen que no se manejan o no se atreven. En este mismo sentido, sería interesante generar algún programa de radio, por ejemplo, para darle voz a las mujeres pescadoras en alianza con el Ministerio de la Mujer (ya existen iniciativas similares en la Región de O Higgins y se han desarrollado experiencias en la Región De Los Lagos). Esto podría suponer una mayor participación de mujeres en los medios para hablar sobre pesca y acuicultura.

5.2.1 Medios de Comunicación y su relación con la pesca

Con respecto a los medios regionales existe una gran diferencia entre las noticias sobre pesca y acuicultura abordadas en la Región de Coquimbo y la Región de Atacama. Una de las razones puede ser que en la región de Atacama las noticias que predominan son del ámbito minero y en menor medida las noticias sobre actividades pesqueras, mientras que en la Región de Coquimbo, en la prensa regional, las noticias de pesca tienen buena recepción e incluso páginas especiales como en el Semanario Tiempo, con su página dedicada a pesca y acuicultura. También sucede lo mismo con las radios de corte regional o local como Guayacán, que mantiene un programa semanal sobre pesca apoyado por el Programa Masmar de Corfo, la radio Miradiols, la radio Nostálgica, entre otras.

Asimismo, se ha identificado que los pescadores, generalmente hombres, tienen una buena llegada para plantear sus temas y la prensa se hace eco. Además, en la Región de Coquimbo existe una buena estrategia de divulgación científica de muchos proyectos que son difundidos por medios locales (Ver listado de proyectos asociativos para redes y alianzas), especialmente en el caso de las acciones de los investigadores de la Universidad Católica del Norte.

Respecto a las redes sociales, Facebook es la plataforma más utilizada entre pescadores y pescadoras. El uso de Instagram es más reciente pero está bien difundido entre los pescadores y las pescadoras que realizan emprendimientos, ya que se considera una buena herramienta de promoción y ventas directas. Además de esto, los grupos de whatsapp serán fundamentales para transmitir cualquier tipo de información relacionada con el proyecto. Toda difusión mediante cualquier plataforma, ya sea TV, prensa, radio o portales web, debería ser enviada con su respectivo enlace o invitación a los grupos de WhatsApp/páginas de Facebook donde se encuentran pescadores y pescadoras, como por ejemplo: WhatsApp de sindicatos,

de mesas de mujeres de mar, de recolectoras, buzos, algueros, etc., para así amplificar su alcance.

5.2.2 Análisis de Medios de Comunicación de Coquimbo

Según información entregada por los mismos periodistas entrevistados en la Región de Coquimbo, las radios más escuchadas son Mi Radio y Guayacán FM. Se trata de radios orientadas principalmente a un público que consume noticias. Cada una de ellas tiene una programación en donde se abordan distintas temáticas, en su mayoría desde el punto de vista noticioso. La información que se entrega respecto a la pesca artesanal, se relaciona básicamente con la contingencia.

"Los temas de pesca son recurrentes en los noticiarios. En mi programa lo tratamos generalmente desde el punto de vista de la contingencia. La semana pasada lo tratamos por una protesta, por el tema de la anchoveta. Abordamos temas en La Higuera, las caletas del sur, Caleta Sierra, donde también hay problemas medioambientales. Se habla de temas medioambientales, no con la frecuencia que quisiéramos, quizás porque generalmente ocurren en sectores más aislados", explicó el periodista y conductor en Radio Guayacán FM, Carlos Ruiz (mismo editor del diario online "El Observatodo").

Se reconoce también con buena sintonía a las radios América y Carnaval, de corte más popular. (Muchas de ellas nombradas por los pescadores artesanales). Estas radios tienen llegada a un público masivo, principalmente por su estilo musical. En ese sentido, una buena oportunidad para el proyecto Humboldt 2 podría ser, programar algún tipo de spot en algunas de esas emisoras.

En cuanto a la prensa escrita, aunque se reconoce el Diario El Día como el más tradicional y conocido dentro de la zona, no tiene mayor alcance en las localidades costeras, pues principalmente llega a La Serena y Coquimbo, por lo que sus contenidos son de carácter más regional. Existen otros medios informativos digitales de carácter localista, que podrían ser útiles a la hora de comunicar sobre el proyecto Humboldt 2, pues tienen una llegada y mirada que puede otorgar un sentido de pertenencia con el territorio, y por ende, con los alcances del mismo proyecto en zonas específicas.

Existe también el Semanario Tiempo que se publica los viernes en la Región de Coquimbo y tiene una página especial sobre pesca y acuicultura.

Es el caso, por ejemplo, de la red de Diarios Comunales (online), cuya presencia se encuentra en 15 comunas de la Región de Coquimbo y donde tres de ellos, tienen un espacio exclusivo relacionado con la pesca. Se trata de los diarios locales, "El Comunal" que cubre noticias de La Higuera, y que en su apartado de pesca aborda temáticas como la producción de ostras de cultivo a pequeña escala; información relativa a fondos de apoyo a cultivos; el rechazo de los pescadores ante el proyecto Dominga, entre otras noticias.

Por su parte, el diario El Vileño, correspondiente a la comuna de Los Vilos, también cuenta con una sección de pesca, donde se abordan temas como la cosecha de los primeros ejemplares de congrios colorados. Si bien en el último año, no aparecen más noticias ligadas al sector pesquero, existe un genuino interés por uno de sus dueños y editor de la red de Diarios Comunales, de poder visibilizar estas temáticas. En ese sentido, se recomienda tomar contacto con ellos y facilitar el acceso de información, ya sea con comunicados y fotografías, además de convocarlos a las actividades y puntos de prensa que realice el Proyecto Humboldt 2.

Por último, “El Coquimbano” es otro de los diarios comunales que incluye una sección de pesca. Según su editor, *“lleva aparejado temas de innovación y los estudios de las Universidades. Existe harta información con respecto a eso, que no pescan mucho los medios tradicionales porque son muy puntuales y específicos*”.

También declara respecto a la red de Diarios Comunales, “*Nuestra línea es localista, el tema es que la gente se vea reflejada, tenemos muchas historias y tocamos temas como el rescate de los oficios, de personas de la comunidad, se hacen reportajes de ese tipo, todo lo que no consideran los otros medios, lo hacemos nosotros”.*

Otra red de diarios locales digitales es la Red “Mi Voz”, que en la Región de Coquimbo informan a través del “El Observatodo”, otro diario de carácter local y ciudadano, que según su editor, Carlos Ruiz, no tiene domicilio político. Además destaca que, si bien, se trata de un diario de carácter informativo, también hace énfasis en temas culturales.

En cuanto a los temas medioambientales, asegura que “*Abordamos harto estos temas, pues tenemos una mirada un poco más crítica a veces de los procesos industriales y sus efectos en la región. Le hemos puesto harto ojo a los temas de la minería como Choapa o Dominga, y a los efectos de lo que podría pasar en el Archipiélago”.* Es interesante destacar que los diarios digitales asociados a La Voz están presentes en casi todas las regiones de Chile y tienen un foco de periodismo ciudadano donde invitan a actores a publicar columnas de opinión que luego son compartidas también en sus newsletter. Sería una oportunidad interesante para los técnicos del proyecto Humboldt, así como también para los líderes de las caletas piloto.

Los medios de información online reconocidos en la zona, son La Serena Online, Es Hoy y con mayor convocatoria, Kuarta TV, que también funciona muy bien en redes sociales, con una buena cantidad de seguidores (Más de 36.000 en Instagram y 32.000 en Facebook)

No se reconocen claramente cuentas de influenciadores en la zona, pero sí se destaca la labor y el conocimiento sobre medios y actividades de varios periodistas (Ver anexo 2). Caso aparte es el de Nilson Véliz en la localidad de Puerto Aldea, quien no es periodista, sin embargo, es un comunicador que une a la localidad en torno a su radio y a las películas que dirige y lleva a cabo junto a la comunidad y la escuela local, dando a conocer temas con identidad local.

En este caso, siendo además Puerto Aldea un punto piloto del proyecto, el trabajo de Nilson, su aporte y sus conocimientos, podrían ser una buena posibilidad para realizar alguna producción audiovisual que aborde temáticas relacionadas al proyecto Humboldt 2, involucrando a los actores (habitantes) de la localidad.

Los medios televisivos son pocos y con corresponsales que reciben pautas de prensa desde Santiago: Tvn Red Coquimbo, Radio América TV y Vive Televisión, considerándose TVN regional como el más relevante, pues Radio América tiene señales digitales y Vive Televisión se transmite por cable. En algunas ocasiones las notas de TVN regional son también difundidas en programas de corte magazine los fines de semana como Chile Conectado y que también se difunden en los canales 24 horas de TVN y la señal internacional. Estos espacios, especialmente con salidas a terreno, también se presentan como una buena oportunidad para mostrar los logros del proyecto.

Dentro de los periodistas y comunicadores señalados en la lista de contactos entregada en esta consultoría, hay un genuino interés por poder acceder a mayor información y entregarla a la comunidad. Yerko Ávalos por ejemplo, de TVN Región de Coquimbo, se manifestó muy abierto e interesado en mostrar más sobre Puerto Aldea. Una buena oportunidad es

contactarlo para realizar una cobertura de la fiesta gastronómica que organiza la comunidad en el verano de 2023.

5.2.3 Análisis de Medios de Comunicación de Región de Atacama

Los medios de mayor cobertura en cuanto a prensa escrita, son El Diario Atacama, que pertenece a la cadena de EMOL y otro de carácter regional que es el Diario El Chañarcillo. Son los dos medios impresos y digitales de mayor circulación en la región.

Hay otros portales digitales que también tienen un público virtual. Por ejemplo, en las provincias del Huasco se encuentra El Noticiero del Huasco, que según explica el periodista de la zona, Erwin Hidalgo, *"Llega a las 7 de la mañana, de manera virtual a varias autoridades".*

Por último, en la zona se encuentra el semanario, La Estrella del Huasco, que es un suplemento del Diario de Atacama, corresponden a la misma línea editorial, pero se publica solo los viernes.

Respecto a las radios, la que más se escucha es la Radio Nostálgica, ya que es una de las pocas que tiene cobertura en las 9 comunas de la región. Llega incluso hasta Punta de Choros y abarca todo el borde costero de Atacama. Según señala el periodista, Erwin Hidalgo, *"La ventaja de esa radio, es que es una de las pocas que tiene transmisiones en vivo las 24 horas del día y eso es bueno porque cuando acá pasa algo de contingencia regional, como por ejemplo, un aluvión, un temblor fuerte, todo el mundo escucha la Nostálgica, porque saben que ahí está todo en vivo y la información actualizada".*

Esta radio transmite varios informativos durante el día, además de algunos programas.

Radio Maray es otra de las radios más escuchadas en la región, la cual tiene un fuerte componente turístico en sus mensajes, haciendo una invitación constante a la zona. Lo que podría ser una oportunidad para el proyecto Humboldt 2, pues podría posicionar el proyecto en algún espacio e incluso difundir algún spot haciendo alusión a alguna temática relacionada con el turismo y los recursos hidrobiológicos de la zona, o la diversificación del sector pesquero con relación al turismo.

En cuanto a la televisión regional, se encuentra presente como medio principal, TVN Región de Atacama, además de Desierto de Atacama TV (mismos dueños de Radio Madero). A través del sitio web Atacama Noticias y su página de Facebook, se transmite el matinal "Un Nuevo Día", que aborda la contingencia y actualidad regional.

Respecto a páginas de Facebook e Instagram, Erwin comenta que en Copiapó sigue siendo Facebook la principal red social, muy por debajo se encuentra Instagram. Algunas páginas de Facebook informativas son: Copiapó Noticias 24/7 y Copiapó Informa.

Otro dato interesante entregado por el profesional, es que en la región son pocos los periodistas, puesto que es una carrera que no se imparte en la zona, por lo mismo son muy pocos los profesionales de las comunicaciones que llegan a trabajar allá desde otros lugares.

5.3 Sobre espacios de participación

Respecto a los espacios de participación, es posible reconocer una inmensa brecha dada al interior de los Sindicatos y Gremios de Pescadores Artesanales en relación a la variable de género. Y es que si bien desde un tiempo a esta parte esta brecha ha tendido a disminuir por el aumento progresivo de la participación de mujeres en la formalidad de la actividad pesquera (ya sea en recolección, pesca y otras actividades conexas), al interior de las organizaciones

aún impera con mayor volumen la presencia masculina, y por tanto, son quienes generalmente toman las decisiones colectivas. Sin embargo, grupos de mujeres de mar comenzaron desde hace ya algunos años procesos de organización propios, los cuales han decantado en la formalización de espacios de participación que se han consolidado en el tiempo como la Mesa Regional de Mujeres de la Pesca Artesanal y Actividades Conexas de Atacama o la Red Nacional de Mujeres de la Pesca, espacio donde participan mujeres afiliadas a la Corporación Nacional de la Mujer de la Pesca Artesanal de Chile o Tejiendo Redes asociada a la CONAPACH. Si bien tanto la Corporación como Tejiendo Redes comparten como tema en común el empoderamiento de la mujer pescadora, hay antagonismo y desconfianza entre sus líderes y por lo tanto no trabajan en conjunto.

Principalmente los lugares donde se reúnen las colectividades y organizaciones de gente de mar en la zona estudiada, son sus sedes comunitarias, sindicales o gremiales, las cuales pertenecen a cada organización. Algunas de estas últimas cuentan con espacios físicos que les permiten realizar reuniones y asambleas periódicas, sin embargo también es posible encontrar algunas organizaciones que no cuentan con infraestructura propia para desarrollarlas. Cabe señalar que muchas de las organizaciones del área urbana de Caldera, cuentan con sedes que no se encuentran cercanas al sector de la caleta. También fue posible dar cuenta de algunas sedes recién inauguradas, y que por lo tanto, aún no se encuentran en uso para el momento de la visita a terreno. Se pudo constatar la existencia de algunos espacios de uso común y de administración municipal como la antigua estación de ferrocarriles ubicada cercana al puerto, la que cuenta con un amplio espacio para altas convocatorias y que ha servido para actividades propias de la pesca artesanal. Cabe destacar también el uso de instalaciones de algunas empresas privadas, las cuales se relacionan constantemente con las organizaciones pesqueras, a través de proyectos asociativos.

En un caso particular, una acuicultora de Tongoy, señaló como un lugar importante para publicar información el colegio de sus hijo(a)s. Lo anterior, porque es un lugar de encuentro, pero sobre todo, un lugar donde asisten más mujeres que hombres a dejar a sus hijo(a)s, por lo tanto, según declara, podría ser un buen lugar donde encontrar información relevante.

Otro punto importante es que las mujeres declaran tener poco tiempo para leer diarios o ver TV, por lo que la información debe ser entregada de manera sintetizada y de fácil acceso.

6. Herramientas de comunicación sugeridas para Mapa de Actores

En la siguiente tabla se describen herramientas de comunicación sugeridas para cada actor, según el mapeo de actores:

Actor	Herramientas de comunicación sugeridas
Gobierno Regional	Newsletter digital con información del proyecto Comunicados conjunto con logros del proyecto Convocatoria conjunta en seminarios
Ministerio del Medio Ambiente	Newsletter digital con información del proyecto Comunicados conjunto con logros del proyecto en temas de conservación marina
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Newsletter digital con información del proyecto Coordinación de publicación de gráficas del proyecto en redes sociales de Minecon (etiquetar y publicación en colaboración)

	Comunicados conjuntos en temas asociados al proyecto Etiquetar en otras redes sociales institucionales como Twitter para llegar a nuevos usuarios.
Indespa	Newsletter digital con información del proyecto Coordinación de publicación de gráficas del proyecto en redes sociales de Indespa (etiquetar y publicación en colaboración)
Subpesca	Newsletter digital con información del proyecto (Considerar formato para imprimir en PDF para impresión en oficinas, sindicatos o diario murales) Coordinación de publicación de gráficas del proyecto en redes sociales de Subpesca (etiquetar y publicación en colaboración) Comunicados conjuntos en temas asociados al proyecto Etiquetar en otras redes sociales institucionales como Twitter para llegar a nuevos usuarios. Elaboración de Reels para redes sociales con caletas piloto (Puerto Aldea y Torres del Inca) para publicación conjunta. Mantener archivo fotográfico actualizado de caletas asociadas al proyecto Elaborar un taller conjunto para medios de comunicación on line sobre conceptos relevantes del proyecto y presentar casos de éxito de los pescadores y pescadoras en caletas piloto, que luego se conviertan en referentes y fuentes de información oficial para periodistas.
Sernapesca	Newsletter digital con información del proyecto Coordinación de publicación de gráficas del proyecto en redes sociales de Sernapesca (etiquetar y publicación en colaboración) Comunicados conjuntos en temas asociados al proyecto. Etiquetar en otras redes sociales institucionales como Twitter para llegar a nuevos usuarios o su personaje digital Chungungo @chungungoSNP
Instituto de Fomento Pesquero (IFOP)	Newsletter digital con información del proyecto Coordinación de publicación de gráficas del proyecto en redes sociales de IFOP (etiquetar y publicación en colaboración) Comunicados conjuntos en temas asociados al proyecto Etiquetar en otras redes sociales institucionales como Twitter para llegar a nuevos usuarios.
Armada de Chile	Newsletter digital con información del proyecto Coordinación de exposición o muestra fotográfica en Museo Marítimo Nacional de caletas asociadas al proyecto. Identificar y sumarse a acciones de difusión del Mes del Mar.

Municipios costeros	Newsletter digital con información del proyecto para encargados oficinas de pesca, fomento productivo y turismo en Municipios Costeros. Enviar comunicados de actividades de intervención y gastronómicas en municipios costeros asociados a las caletas piloto. Solicitar patrocinio para eventos gastronómicos asociados a caletas del proyecto vinculadas a municipios costeros.
Pescadores y Pescadoras	Elaborar un newsletter con información actualizada del proyecto, trimestral, con formato que pueda ser impreso y compartido en diarios murales. Elaborar un resumen del proyecto Humboldt 2 con sus líneas de acción que pueda ser impreso en Diario Mural. Elaborar cartillas para buceo con principales especies pesqueras de la zona para identificar. Utilizar los canales de sus Gremios, Federaciones y Confederaciones para hacer llegar la información a las bases. Elaborar poster con principales recursos pesqueros en la zona para imprimir en zonas de intervención y en todo Chile. Utilizar la radio como medio de comunicación, pero identificando radios locales que difunden información de utilidad para los pescadores, por ejemplo; mareas, vientos, condiciones climatológicas, con auspicio de Proyecto Humboldt 2. Además utilizar los canales de información del proyecto para dar alertas de futuras convocatorias, llamados a concursos y otras líneas de financiamiento para pescadores y emprendedores. Crear una base de dato de pescadores y pescadoras que quieran informarse a través de un whatsapp grupal. Existe interés de los pescadores de visibilizar su patrimonio pesquero, sus historias de pueblo chango y sus artes de pesca como el arpón de la albacora, para todas esas instancias se podría trabajar en una línea de patrimonio pesquero junto a Indespa y Ministerio de la Cultura (Fondart) para registro audiovisuales o podcast.
ONG´s	Newsletter digital para informar avances del proyecto Identificar acciones que se pueden realizar en conjunto para potenciar ámbitos de conservación marina. Identificar acciones que se pueden realizar en conjunto para potenciar ámbitos de valor agregado y consumo responsable.
Centros de Investigación y Universidades	Newsletter digital para informar avances del proyecto. Buscar alianzas en iniciativas que potencien la difusión.
Prensa	Actualizar base de datos de prensa local.

	Etiquetar en publicaciones de redes sociales a periodistas y actores relevantes de la zona, para que compartan en sus redes. Desarrollar un cuestionario de preguntas y respuestas (breve) sobre aspectos relevantes del proyecto. Mantener un organigrama actualizado de investigadores del proyecto con sus temas de especialidad, con el objetivo de ser fuentes de consulta para periodistas. Mantener un archivo fotográfico con insumos del proyecto y registro de actividades pesqueras de las caletas selecciones a libre disposición de la prensa, en plataforma online para descarga fácil, con previa solicitud de mención de Proyecto Humboldt 2 en los créditos. Ofrecer un taller para medios de comunicación on line sobre conceptos relevantes del proyecto y presentar casos de éxito de los pescadores en caletas piloto, que luego sean fuentes de información para periodistas. Potenciar liderazgos femeninos en las vocerías y entrevistas asociadas al proyecto.
Actores de Turismo Gastronómico	Conectar con gremios de cocineros y de turismo para informar sobre recursos pesqueros, vedas, temporadas, tallas mínimas de productos que se extraen en la zona de intervención. Invitarlos a cocinar los productos del mar recomendados por el proyecto Humboldt 2. Entregar material sobre recursos pesqueros de zonas de intervención del proyecto. (Calendario con vedas y recursos recomendado de consumo) Utilizar canales de comunicación donde participan cocineros para dar a conocer iniciativas de valor agregado con productos de caletas participantes. Solicitar patrocinio para eventos gastronómicos asociados al proyecto
Comunidad	Desarrollar un cuestionario de preguntas y respuestas (breve) sobre aspectos relevantes del proyecto. Activar redes sociales con fotografías y gráficas con información breve del proyecto. Invitar a la comunidad a participar de actividades del proyecto que son abiertas al público Elaborar campaña radial sobre patrimonio pesquero de las caletas asociadas a Proyecto Humboldt 2. Buscar proyectos de ciencias sociales que estén trabajando en patrimonio pesquero para potenciar el relato en las caletas seleccionadas.

7.- Listado de Proyectos asociativos para redes y alianzas

A continuación se proponen proyectos que están actualmente en ejecución en Chile o vinculados con Chile y tienen líneas y enfoques similares al proyecto Humboldt 2

Nombre Proyecto	Foco	Redes sociales Instagram
Proyecto Quimeras (Fondef)	Repoblamiento de super algas para mitigación en áreas de manejo de cuatro caletas (incluido Punta Frodden)	@proyecto_quimeras_chile
Nodo Laboratorio Natural Océano Centro Norte	Buscan fortalecer la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en torno a los laboratorios naturales.	@labnaturaloceano
Instituto Milenio Secos	Instituto Milenio en socioecología costera (Secos). Coproducen conocimiento para la sostenibilidad costera	@institutosecos
Explora	Promoviendo la ciencia en el mundo de la educación. Cuenta con programas regionales	@explora_cl @explora.coquimbo @exploraatacama
Exploradores Marinos	Usando el mar como apoyo y bienestar para niños entre 4 y 12 años	@exploradores.marinos
Laboratorio Botánica Marina UCN	Desarrollo y Difusión de nuevas tecnologías de cultivo y conocimientos sobre la diversidad de las macroalgas	@laboratorio_botanicamarina_ucn
Fundación Cocinamar	Organización sin fines de lucro que promueve el consumo de pesca responsable. Organiza Semana de Consumo Responsable	@fundacioncocinamar
Programa de Acuicultura en Áreas de Manejo	Programa de Transferencia Tecnológica de Universidad Católica del Norte para desarrollar acuicultura en áreas de manejo por parte de pescadores	@programa_ape_ucn
Cetalab	Laboratorio de investigación de megafauna marina	@cetalab_chile
Plataforma Costera	Plataforma de difusión de proyectos asociados al borde	@platcostera

	costeros y de conversación marina	
Capital Azul	Tienen como misión crear junto a pescadores artesanales la primera red de refugios marinos en Chile.	@capitalazul.chile
Chile es Mar	Programa de educación Marina	@chileesmar
Oceana Chile	Es una organización internacional dedicada a proteger y recuperar los océanos. Tiene una campaña de consumo responsable	@oceana_chile
Cultura Oceánica 360°	Proyecto audiovisual para difundir iniciativas del mar	@culturaoceanica
Fundación Litoral Marino	Apoyar el desarrollo integral del borde costero por medio de la investigación y difusión del patrimonio natural cultural y ancestral en la zona del litoral	@litoral_marino
Archipiélago de Humboldt Ilustrado	Acercamiento al Archipiélago de Humboldt a través de los sentidos . Proyecto Fondart.	@humboldtilustrado
Acción Azul	A través de un festival conectan a personas con el océano y las artes.	@accionazul_org
Gef Gobernanza	Buscan mejorar la gobernanza para la conservación y el uso sostenible de los ecosistemas marinos costeros de Chile	@gefgobernanza
Sociedad Chilena de Ciencias del Mar	Sociedad chilena de Ciencia del mar que promueve el conocimiento del medio ambiente marino para el desarrollo científico, social y cultural de Chile	@schcmar
Quiñe Artesanal	Equipo multidisciplinario de investigación y acción de la pesca artesanal y sociedades costeras.	@quine_pescaartesanal
Conapach	Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile desde 1986.	@conapach

Confederación Nacional Campocoop Chile	Confederación Nacional de Cooperativas agroalimentarias de Chile y Mercosur	@campocoop
Corporación Observatorio del Mercado Alimentario CODEMA	Compuesta por organizaciones de pequeña agricultura familiar, la pesca artesanal, cooperativas agrícolas, ferias libres y consumidores	@prensa_codema
Comunidad y Biodiversidad A.C (COBI)	Desde México trabajan en conservación marina y pesquerías sostenibles con foco en visibilizar a las mujeres de la pesca.	@cobi_mx
Igualdad en el mar	Fomentamos la participación igualitaria en la toma de decisiones de conservación marina y pesca sostenible en México, América Latina y el Caribe	@igualdadenelmar
Conservación peces litoral	Buscan informa , difundir y concientiza sobre la biología, estado de conservación y consumo responsable de los peces del litoral del norte de Chile	@conservacionpeceslitoralescl
Fundación Mar y Ciencia	Acercando el océano a las personas, a través de comunicación científica y educación ambiental. Tienen podcast Como pez en el agua.	@maryciencia
Centro de Ecología y Manejo Sustentable(Esmoi)	Centro de Ecología y Manejo Sustentable de Islas Oceánicas (Esmoi) Desarrollaron podcast de sonidos oceánicos	@esmoi_ucn
Núcleo Pintarroja	Investigación, conservación y divulgación científica de condrictios en Chile	@nucleopintarroja
Oceanósfera	Educar e inspirar a las personas a cuidar , respetar y conservas nuestros océanos y su biodiversidad.	@oceanosfera
Másmar Coquimbo	Buscan transformar a la Región de Coquimbo en una fuente de bioproductos, alimentos y productos con	@masmarcoquimbo

	valor agregado de origen marino. Promueven consumo de productos del mar.	
Waterman	Conecta a las personas con el océano y el futuro de nuestro planeta.	@watermanchile.cl
Científicos de la Basura	Hace 15 años desarrollan programa de científicos de la Basura y Red Latinoamericana. Escolares haciendo ciencia e investigando la basura	@cientificos_delabasura
Costa Humboldt	Organización de Conservación Costera y Marina, Apoya la creación de Espacios Costeros Marinos de Pueblos Originarios (ECMPO)	@costahumboldt

8. Entrevistas

Para las entrevistas el equipo consultor viajó a distintos puntos del país para conectar con pescadores y pescadoras y conocer sus intereses y visiones con respecto al proyecto y como les gustaría ser informados. Además se hicieron entrevistas por teléfono.

Al realizar las entrevistas presenciales varios pescadores/as solicitaron no identificar su nombre para contestar las preguntas, así está consignado en el siguiente listado:

Dévora García, integrante de la agrupación AcuiPesca Tongoy Mujeres. Tongoy, Coquimbo
Áurea Jorquera, delegada de la Red Nacional de Mujeres en la Pesca Atacama y Presidenta del Sindicato Sintramar. Caldera, Región de Atacama
Gustavo Delgado, presidente del S.T.I. Mixto de Buzos y Recolectores de Orilla de Caldera (Caleta Obispito),Región de Atacama
Nilson Véliz, director radio océano de Puerto Aldea, Región de Coquimbo
Carlos Ruiz, editor del diario online “El Observatodo”, Región de Coquimbo
Yerko Avalos, periodista TVN Red Coquimbo y Radio Montecarlo, Región de Coquimbo
Cristian Escalante, Periodista y Director de la Red de Diarios Comunales, Región de Coquimbo
Erwin Hidalgo, periodista trabajó en TVN Red Atacama, Copiapó. Región de Atacama
Cristian Quiroz, agrupación gastronómica Puerto Aldea , Región de Coquimbo
Nelson Plaza, ex presidente de la AG de Puerto Aldea, emprendedor turístico y gastronómico, Región de Coquimbo
Paola Madrid, pescadora y comercializadora de Puerto Aldea, Región de Coquimbo

Karen Cisternas, pescadora y concejala de Comuna de Los Vilos. Dirigente de Organización Nacional de Mujeres “Tejiendo Redes”. Nacional
Franklin Zepeda, dirigente de la pesca artesanal zona norte. Región de Coquimbo
Piero Carvajal, pescador y acuicultor . Comercializador de productos del mar . Tongoy
Zoila Bustamante, presidenta Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile, Nacional
Miguel Avalos, presidente de Corporación de pescadores Caldera, Región de Atacama
Elvio Martínez, presidente de falucheros de Caldera, Región de Atacama
Carlos Pescador, Región de Atacama
Anaiz, pescadora ligada al STI Pajonales, Región de Atacama
María Gloria Cornejo, Investigadora independiente y profesora de Acuicultura
Javiera Palacios, consultora independiente, Nacional
Paz González, consultora Relacionados+
Carolina, pescadora, Región de Atacama
Julio , pescador, Región de Atacama
Esteban, recolector, Región de Atacama
Pescador 1, Región de Atacama
Pescador 2, Región de Atacama
Mariela Pescadora, Región de Atacama
Remero 1 Pescador Caldera, Región de Atacama
Pescador 3 Albacorero, Región de Atacama
Pescador 4 Albacorero, Región de Atacama
Pescador 5 pescador, Región de Atacama
Juan Galaz Buzo mariscador, Región de Atacama
Carolina González, Operadora Turística, Región de Atacama

6.1 Resultados de entrevistas según Matriz

Con las entrevistas realizadas se desarrolló una matriz de contenido para concentrar las respuestas de los actores en un formato de fácil lectura. (Ver Anexo 4)

En general, existe poco conocimiento del proyecto entre los pescadores. Se sabe de algunas caletas que serán beneficiadas . Algunos conocen la fase inicial y recuerdan haber participado del seminario de lanzamiento en Caldera. Existen otros que son parte de las caletas pilotos donde tienen más claro que se les apoyará en ciertas actividades asociadas a turismo y gastronomía, como es el caso de Puerto Aldea.

Sobre las expectativas que genera el proyecto, algunos de los pescadores entrevistados esperan que pueda tener mayor alcance a nivel comunal y que beneficie a la pesca artesanal y esperan que sea una real contribución al cuidado de los bosques submarinos.

Asimismo, sostienen que esperan que sea dirigido hacia las comunidades pesqueras artesanales y entregue oportunidades para diversos actores del borde costero.Puntualmente, esperan que los beneficios del proyecto puedan llegar a todas las caletas de la región de Atacama o al menos de la comuna de Caldera.

Otro pescador de Caldera recalca que ojalá alguna vez se ponga atención a los oficios ancestrales, destacan el uso de arpón en la pesca de la albacora y la necesidad de generar más registros audiovisuales o de entrevistas a pescadores mayores, considerando que aún están vivos los pescadores que han enseñado esta antigua técnica a otros pescadores de otras regiones.

Otra persona más escéptica cree que las expectativas son escasas y no ve que pueda tener un real impacto para la pesca artesanal.

Sobre los aspectos más técnicos, esperan tener mayor participación en la toma de decisiones y que los espacios del proyecto permitan informarse mejor sobre los recursos. Otros actores lo ven como un proyecto lejano, y comentan que tienen muchos desafíos con la Ley de Caletas y la formalización como cooperativas para poder comercializar de mejor forma pescados y mariscos. La tramitación de un nuevo proyecto de Ley de Pesca también genera ansiedad en organizaciones de ambas regiones.

Uno de los puntos que más interesa es que este proyecto dé la posibilidad de diversificar y que esa diversificación incluya al turismo con fines especiales y mejore en su calidad. Esperan que se pueda rescatar las vivencias y la historia de la pesca artesanal, además de trabajar el turismo familiar. Asimismo, indican que hacer pasantías sería una buena oportunidad de aprendizaje.

Desde la Bahía de Tongoy señalaron que esperan que Puerto Aldea se convierta en un destino turístico con apoyo del proyecto, que sea una caleta con sentido turístico y se pueda reflotar la organización de los festivales gastronómicos que han estado frenados producto de la crisis del Covid-19.

Más al detalle, una dirigente indica que se debería trabajar en el lenguaje y forma en que se comunican los conceptos. Espera que no haya tantos términos técnicos en las presentaciones de charlas, pues dificulta entender los alcances del proyecto. Sostiene que la mayoría de los dirigentes no tienen estudios, entonces les cuesta un poco entender las modalidades, y especialmente, algunos términos.

Otro tema importante con relación al enfoque de género, es considerar talleres de liderazgo para mujeres de la pesca y la acuicultura. Asimismo, indican que no existe ningún medio de comunicación especializado para los pescadores. Indican que sería una buena idea una revista o diario sobre pesca y acuicultura, que salga todos los meses y se pudiera dejar ejemplares (10 o 20) en cada caleta.

En lo comunicacional, esperan que todo Tongoy y Puerto Aldea se entere de este proyecto pues consideran muy relevante para ellos como pobladores y pescadores/as del lugar. En ese sentido, la acuicultora, Dévora García, sostiene que viven y navegan todos los días en esta corriente de Humboldt, lo que les otorga un sentido de pertenencia. Señalando además, que esto le produce una gran felicidad, pues les entrega conocimientos para cuidar sus aguas y les da un realce como pescadores/as que viven y se nutren de esta corriente.

Con respecto a los medios de comunicación por donde se informan, las principales vías son la radio, la televisión y el celular, entendiendo este medio como las comunicaciones que se reciben por WhatsApp. Muchos indican la poca conectividad que tienen, por lo que la radio se convierte en la principal herramienta para estar informados. En Caldera, señalan que las radios más escuchadas tienen programación con buena música y humor. Asimismo, indican que generalmente sintonizan las radios locales, más que las radios nacionales.

Con respecto a las radios, las más escuchadas en cada región son en el caso de Atacama la Radio Nostálgica y Maray y en Región de Coquimbo, Mi Radio y Guayacán FM. El periodista Yerko Ávalos señala que incluso se podría armar un panel en su programa "Primera Mirada" en Radio Montecarlo, también se podría ver una posibilidad como la descrita en el programa "Juntos por la Mañana" de Radio Guayacán FM (está en sugerencias el contacto de uno de sus conductores, Francisco Valdivia). Por otro lado, en radio y redes sociales de Guayacán FM también se trasmite el programa de Masmar Coquimbo, Corfo y el Gobierno Regional, "Caleta de Sabor", programa que promueve el consumo de productos del mar locales, con recetas, puntos de ventas, distribuidores. Una buena idea podría ser tomar contacto con ellos, realizar alianzas y poder realzar los recursos e historias que se relacionen con la corriente de Humboldt. Otra opción podría ser, realizar una producción propia de este mismo estilo en la Región de Atacama, que sea transmitida a través de Radio Nostálgica o en el canal de TV y redes sociales de Desierto de Atacama TV.

También destacan los boletines o informaciones desde Subpesca y Sernapesca que se reciben por correo. Algunos indican que donde viven tiene muy poca conectividad a internet por eso es importante poder imprimir los documentos y pegarlos en zonas de acceso público.

Otro punto importante es que piden utilizar las redes a través de las mesas de trabajo nacional de mujeres en la pesca y hacer llegar la información oficial por correo electrónico.

Con respecto a las sugerencias para comunicar, los pescadores piden que se informe a las comunidades a través de reuniones periódicas y una mayor presencia en medios de comunicación como TV y Radio, destacando iniciativas que han generado un impacto positivo en las caletas como los programas de TV Sabingo, Recomiendo Chile, Chile Conectado y otros programas que visitan las caletas y hacen reportajes muy visualizados.

Se pide al proyecto que realice un trabajo directo con comunidades, caletas y organizaciones y tener una mayor presencia territorial. Que se enfoque en informar a distintas esferas y ámbitos de los lugares prioritarios, y así generar redes de información sobre los avances y actividades.

Adicionalmente, solicitan que se establezca una comunicación con los sindicatos y pescadores en forma permanentemente. No hacer iniciativas entre cuatro paredes y destinar recursos en campañas comunicacionales en cada caleta.

Por otro lado, una persona sostuvo que no hay forma de tener buena comunicación, pues el proyecto no está enfocado en ellos. Indica que las dirigencias son quienes se llevan los beneficios, y los pescadores no participan de eso y solo ejercen el oficio , así es que no tienen posibilidades de poder contar con los beneficios que traen este tipo de proyectos.

A su vez, recomiendan utilizar todos los medios disponibles a nivel local, como la radio y los diarios de la comuna. Buscar aliados y que participen los pescadores en las reuniones de trabajo. Que puedan transmitir la información a toda la gente que trabaja en la mar, a través de anuncios en radio.

Mencionan que es importante bajar la información a las bases y no quedarse solo en las dirigencias. Este es un problema que se da en todo ámbito de cosas en los proyectos que se desarrollan en la comuna o el sector. Muchos no se enteran qué pasa, sostienen.

En ese sentido, se solicita informar a la ciudadanía y la comunidad a través de distintos medios locales y regionales, así como también generar redes informativas entre personas que son del territorio. También se pide apoyó en la organización de cooperativas y que se usen los canales de comunicación de gremios (Ver anexo 3 Medios de Comunicación.)

A su vez, solicitan imprimir boletines con información del proyecto y así publicar en murales del sindicato y espacios públicos de la comunidad. Indican que son buenos canales los programas de Radio como La Voz del Pescador y que en televisión muchos pescadores se conectan a los canales de TV como el Senado y la Cámara de Diputados, especialmente en épocas donde se tramita leyes importantes para el sector pesquero. Piden publicar más información en redes sociales sobre temas de Tongoy y Puerto Aldea, sobre los recursos que allí existen, sobre la corriente de Humboldt y su relevancia para la zona. Piden que se elabore material, fichas o posters con los recursos pesqueros de las caletas para colgar en lugares públicos.

9. Resultados Encuesta de Conocimientos, Actitudes y Prácticas (CAP) sobre temáticas vinculadas al proyecto Humboldt II PNUD

Con el objetivo de obtener información sobre el estado de conocimiento, información e interés del mapa de actores respecto a los temas vinculados al proyecto Humboldt II, el equipo consultor elaboró un cuestionario en formato Google Form sobre Conocimientos, Actitudes y Prácticas (CAP). El cuestionario fue revisado y aprobado por el equipo técnico del proyecto, incorporando cuatro áreas. El primer tema abordó la “Recuperación y mantenimiento a niveles óptimos de biomasa de la población de la mayoría de los recursos pesqueros, manteniendo al mismo tiempo la salud y productividad de los ecosistemas bajo escenarios de cambio climático”, abordando preguntas sobre Gestión y Manejo Sostenible de los Recursos Pesqueros, Bienes y Servicios Ecosistémicos y Medidas de Administración Pesquera, mientras que en el segundo tema: “Restaurar y mantener el hábitat y la biodiversidad de los sistemas marinos y costeros a niveles sostenibles”, las preguntas abordaron la biodiversidad y conservación de los recursos marinos. Para el tercer tema: “Diversificar y agregar valor creando oportunidades productivas dentro y fuera del sector pesquero con personas socialmente organizadas e integradas”, se incluyeron preguntas sobre diversificación pesquera y agregación de valor, consumo directo de recursos pesqueros, turismo y gastronomía, cultivos marinos y seguridad alimentaria.

La encuesta se envió por correo electrónico en los meses de octubre y noviembre y se reforzó vía WhatsApp a los contactos en el mes de diciembre. Se solicitó a contactos que trabajan en servicios públicos como Sernapesca y Subpesca apoyo en la convocatoria para obtener mejores respuestas. Se recibieron 42 respuestas de un total de 300 personas a las que les fue enviado el cuestionario, de ellos un 54,8 % fueron respuestas de mujeres (23), mientras que un 45,2 % fueron hombres, ninguno se identificó como otra u otro género.

Cabe desatacar que, contestar la encuesta completa tomaba alrededor de 15 minutos. No se tiene el registro de cuántas personas comenzaron a contestar y no concluyeron el formulario.

Gráfico 1 : Género

Del total de personas que contestaron la encuesta, un 54,8 % fueron respuestas de mujeres (23), mientras que un 45,2 % fueron hombres (19), ninguno se identificó como otra u otro género.

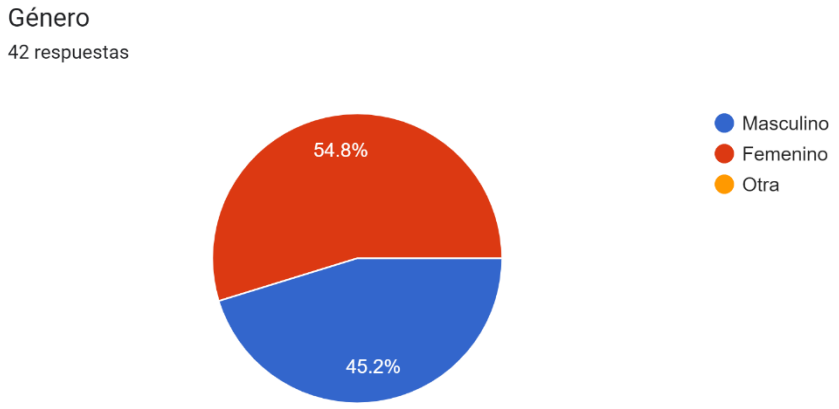


Gráfico 2: Edades

En cuanto a las edades, estas fluctúan entre 28 y 71 años, con un mayor número de personas en el rango de los cuarenta y cincuenta años.

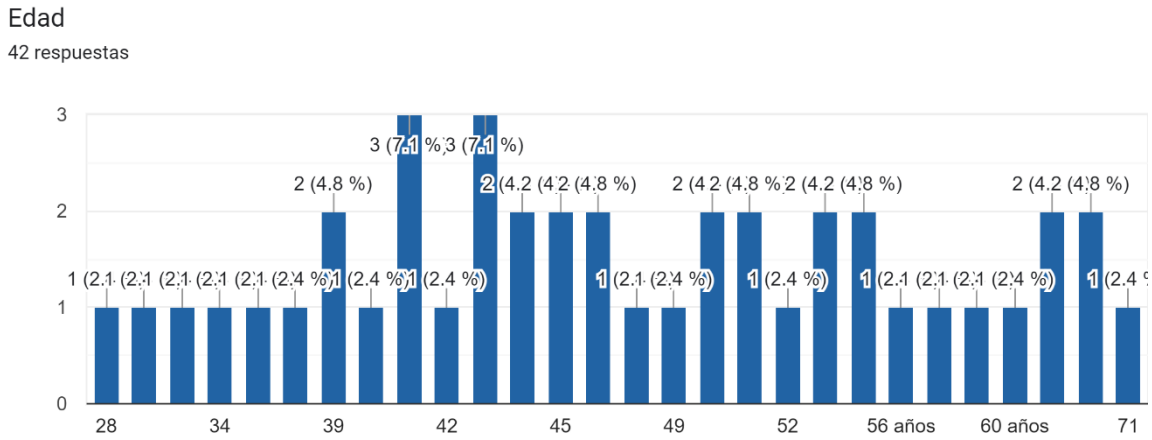


Gráfico 3: Ocupación

De un total de 42 respuestas, un 50 % se define como académico o profesional del área (21), mientras que 28.6% se identifica como pescadores o pescadoras (12) y un 11,9% se clasifica como trabajador sectorial o instituciona. Por otro lado, 2 personas se identifican como

cocineros (5 %), (una se describió como chef y la otra como cocinero en las respuestas abiertas).

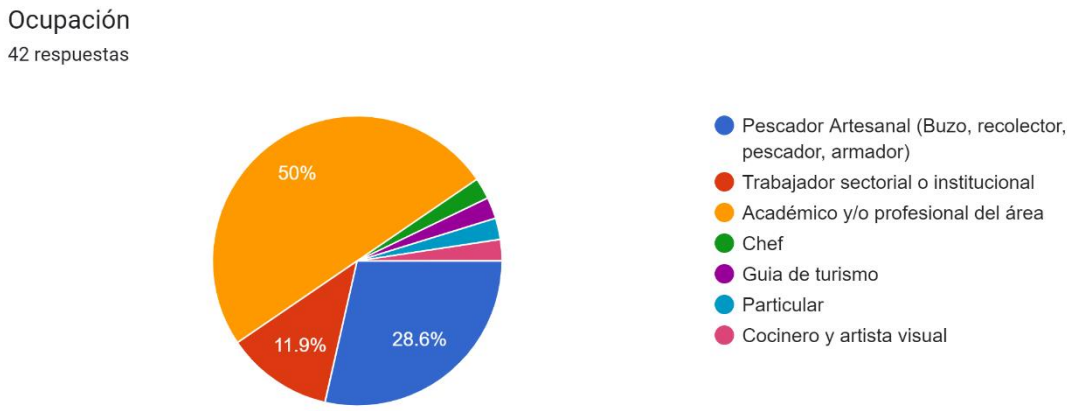
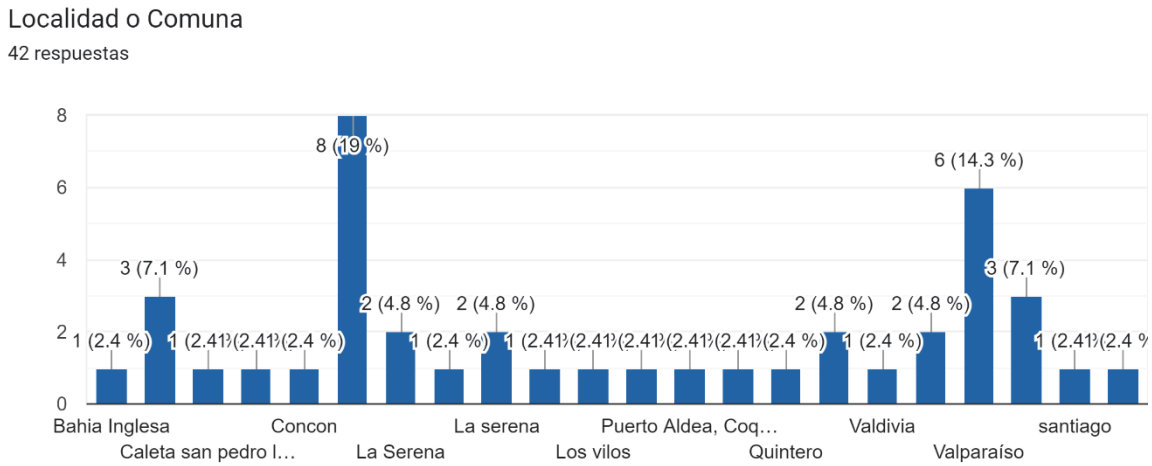


Gráfico 4: Localidad o Comuna

Las personas que contestaron a la encuesta son de localidades de la Región de Atacama, como Bahía Inglesa, Caldera y de la Región de Coquimbo, como La Serena, Coquimbo, Puerto Aldea, Los Vilos y Tongoy. Asimismo, hay algunas personas de Valparaíso, Santiago y Valdivia.



TEMA 1

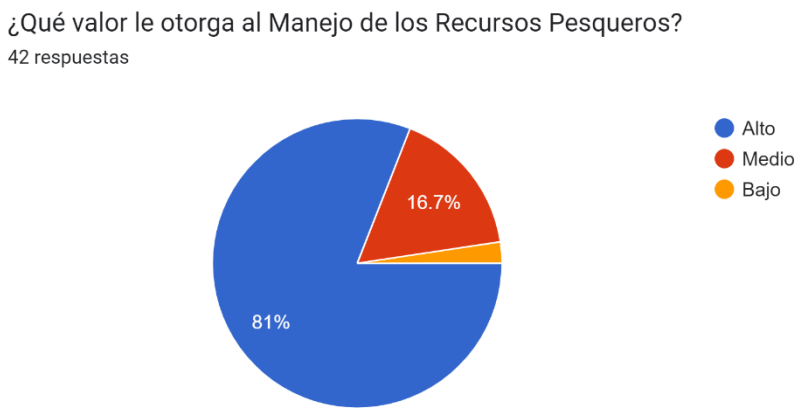
Tema N°1: Recuperación y mantenimiento a niveles óptimos de biomasa de la población de la mayoría de los recursos pesqueros, manteniendo al mismo tiempo la salud y productividad de los ecosistemas bajo escenarios de cambio climático.

Gestión y Manejo Sostenible de los Recursos Pesqueros

Con respecto al valor que se le otorga al manejo de los recursos pesqueros, un 81% de los encuestados considera alto, un 16% considera medio y una sola respuesta otorga un nivel bajo.

Lo anterior es relevante para las siguientes interrogantes de este tema, pues una gran mayoría tiene alta sintonía con buscar fórmulas para recuperar o mantener sostenible los recursos pesqueros en Chile.

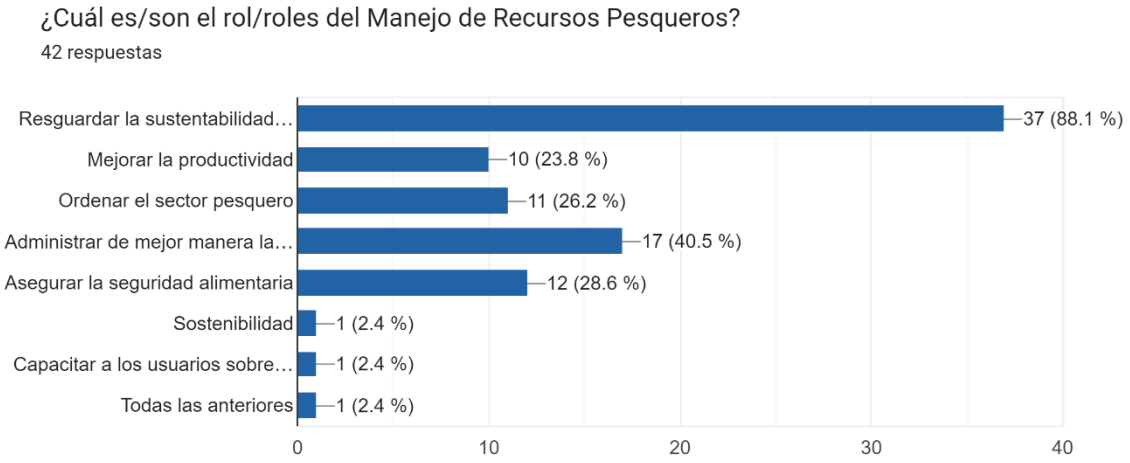
Gráfico 5: ¿Qué valor le otorga al manejo de los recursos pesqueros?



Rol del manejo de recursos pesqueros

Con respecto a los roles del manejo de los recursos pesqueros, una notable mayoría, 88.1%, sostiene que es prioritario resguardar la sustentabilidad, mientras que un 40.5% considera importante administrar de mejor manera las cuotas asignadas, un 28,6% considera que el rol es asegurar la seguridad alimentaria, mientras que un 26,2% indica que se debe ordenar el sector. Solo una persona consideró que todas las alternativas entregadas eran válidas e importantes por igual.

Gráfico 6: ¿Cuál es el rol o roles del manejo de recursos pesqueros?



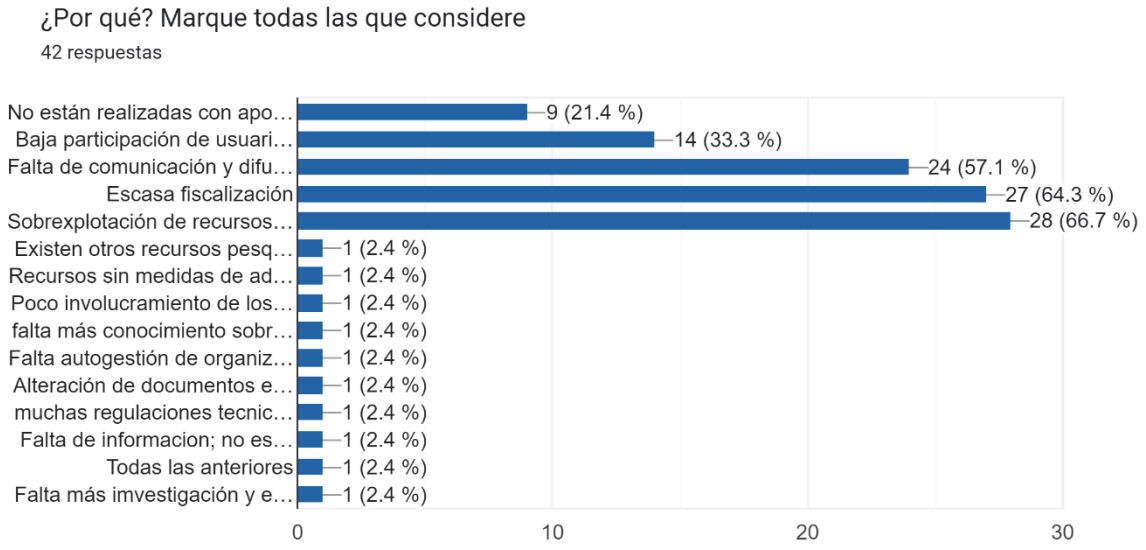
Al consultar sobre si existen falencias y vacíos en el manejo de los recursos pesqueros en Chile, 95,2% de las personas indicó que sí.

Gráfico 7: ¿Cree que existen falencias en el manejo de recursos pesqueros en Chile?

Respecto a cuáles son las principales falencias, un 67% indicó la sobreexplotación de los recursos pesqueros, seguido por un 64% que señaló la escasa fiscalización y un 57% que mencionó la falta de comunicación y difusión. Además, un tercio de las respuestas critica una falta de participación de los usuarios, realizando una crítica directa a que existe poca participación especifica de los pescadores.

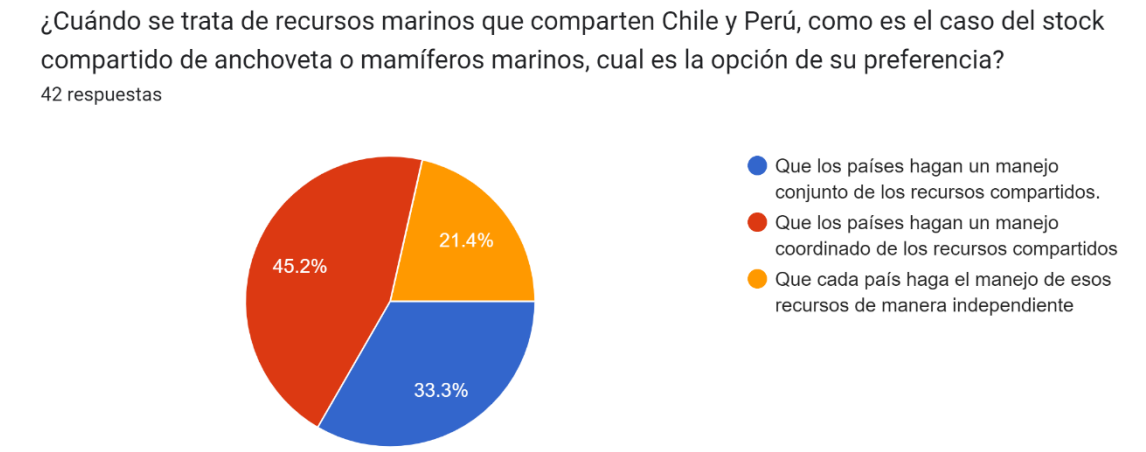
Otros temas como la falta de regulación o investigación no fueron tan relevantes.

Gráfico 8: Respuestas sobre las falencias



En cuanto a la pregunta sobre si se debe realizar un manejo conjunto, coordinado o independiente de los recursos marinos que comparten Chile y Perú, un 45% prefiere un manejo coordinado de los recursos compartidos, frente a un 33,3% que prefiere un manejo conjunto y finalmente, un 21.4 % indica que el manejo de recursos debe ser independiente.

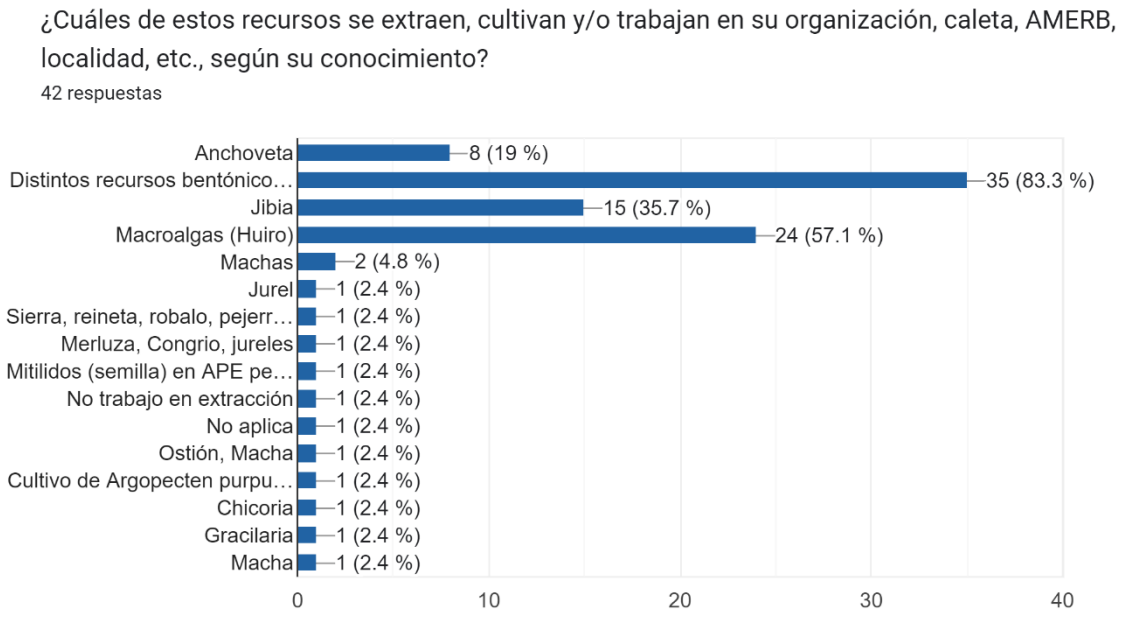
Gráfico 9: ¿Cuándo se trata de recursos marinos que comparten Chile y Perú, como es el caso del stock compartido de anchoveta o mamíferos marinos, cual es la opción de su preferencia?



Al ser consultados sobre los recursos que más se extraen o cosechan en sus caletas, la principal respuesta es distintos recursos bentónicos, con un 83%, seguido por las macroalgas,

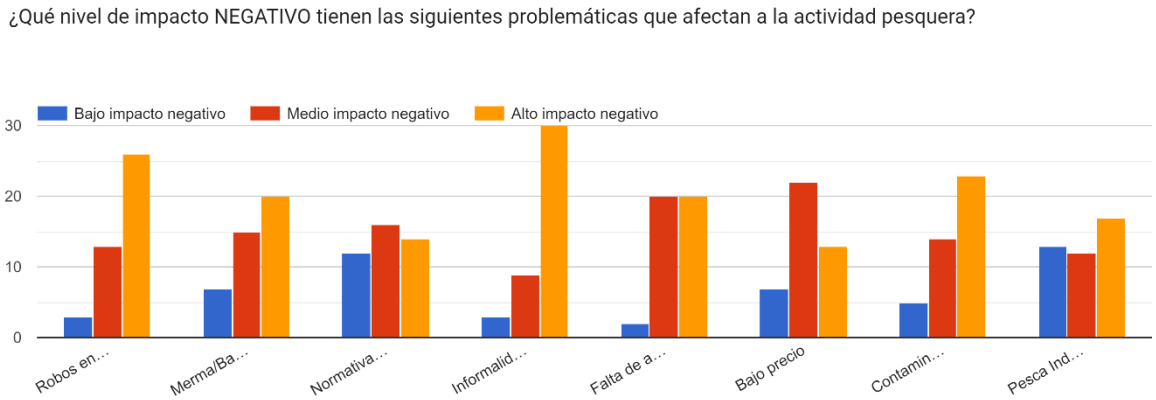
principalmente asociadas al huiro, con un 57%, y en cuanto a peces se destaca la importancia de la anchoveta con un 19% y la jibia con un 35%.

Gráfico 10: Recursos que se extraen o cultivan en su caleta



Sobre el impacto que tienen las problemáticas en la actividad pesquera, la informalidad en la extracción, producción y venta se considera la de mayor impacto, seguido de los robos, la contaminación ambiental y la falta de apoyo de las instituciones. Asimismo, de las respuestas recibidas, 17 personas consideran que la pesca industrial tiene un alto impacto negativo.

Gráfico 11: Nivel de impacto negativo de problemáticas que afectan a la actividad pesquera.



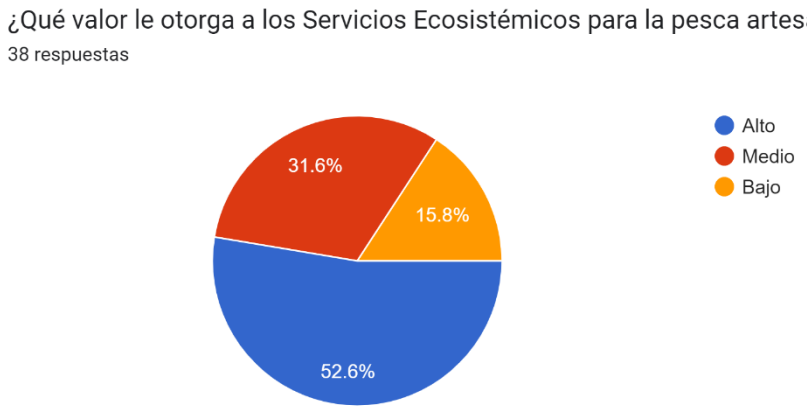
Bienes y Servicios Ecosistémicos

Respecto a la pregunta sobre si están familiarizados con el concepto de servicios ecosistémicos, un 66.7 % (28 personas), contestó que sí, mientras que un 33.3% (14 personas) sostiene no conocer el concepto.

Gráfico 12: Conoce el concepto Servicios ecosistémicos

Gráfico 13: Valor que le otorga a los servicios ecosistémicos

De las 38 respuestas obtenidas, un 52,6% otorga un valor muy alto a los servicios ecosistémicos, mientras que un 31,6% considera de importancia media este tema, y un 15.8% de importancia baja.



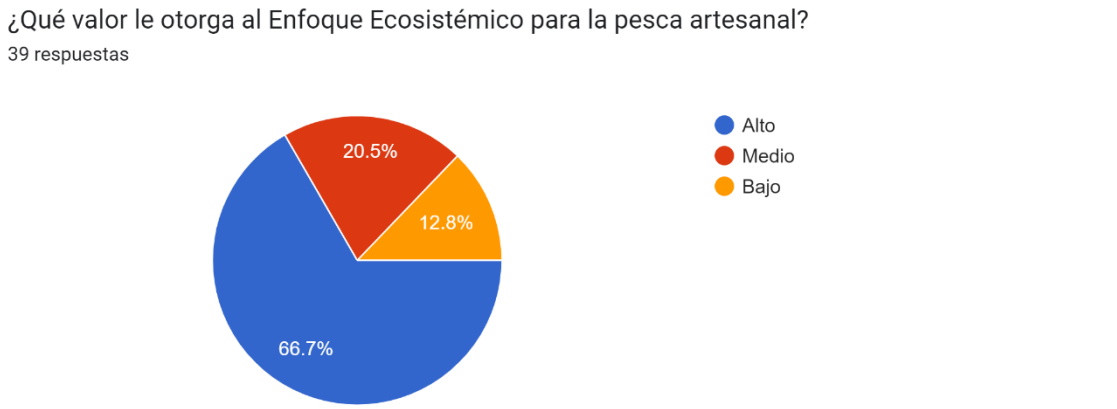
Enfoque Ecosistémico

Con respecto a si conoce el concepto de enfoque ecosistémico, la mayoría, 73.8% indica conocer el concepto, mientras que un 26,2% indica no conocerlo.

Gráfico 14: Conoce el concepto de Enfoque Ecosistémico

De 39 preguntas respondidas,un 66,7% otorga un valor alto al enfoque ecosistémico, mientras que el 20,5% le otorga un valor medio y un 12,8% le otorga una importancia baja.

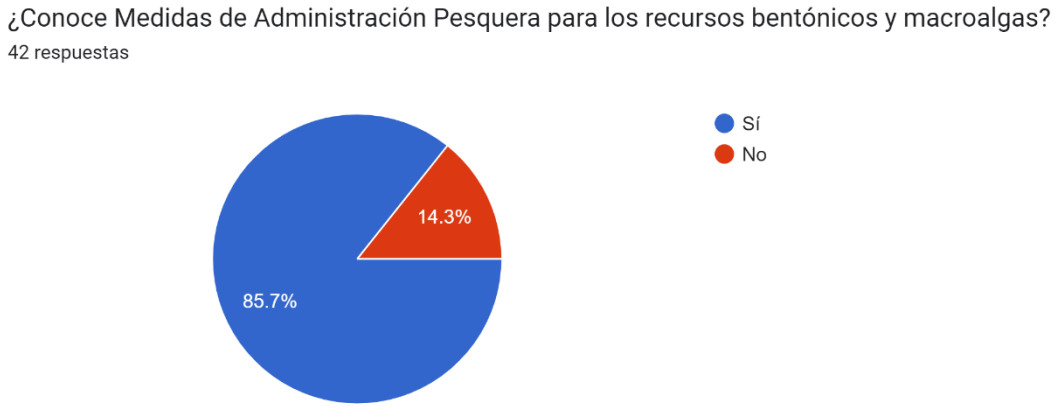
Gráfico 15: Valor que le otorga al Enfoque Ecosistémico



Medidas de Administración Pesquera

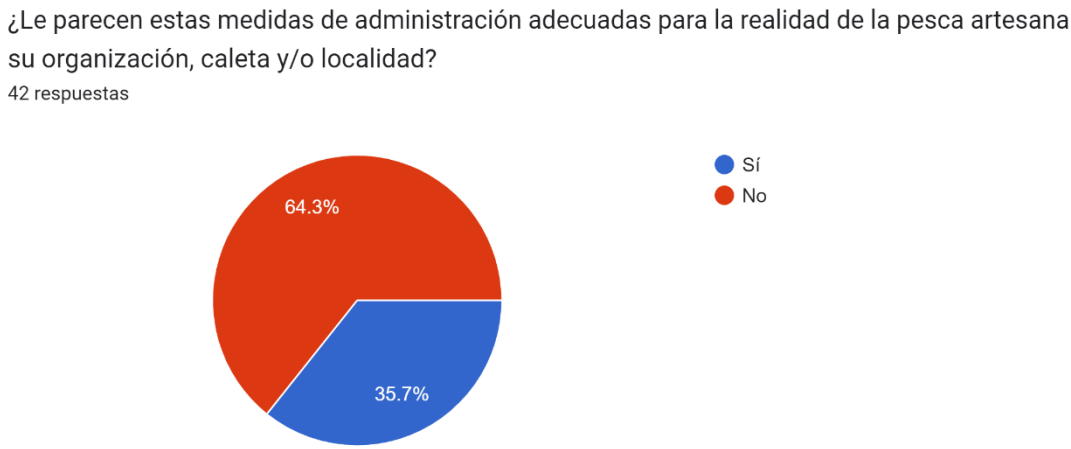
En relación a la pregunta sobre si conoce medidas de administración pesquera para los recursos bentónicos y macroalgas, un alto porcentaje, 85,7% indica que si las conoce, mientras que el 14,3% señala que las desconoce.

Gráfica 16: Conoce las medidas de Administración Pesquera



En relación a la apreciación que tienen sobre las medidas de administración y si son o no adecuadas para su organización o caleta, 64,3% indica que no le parecen adecuadas y solo un 35,7% indica que sí.

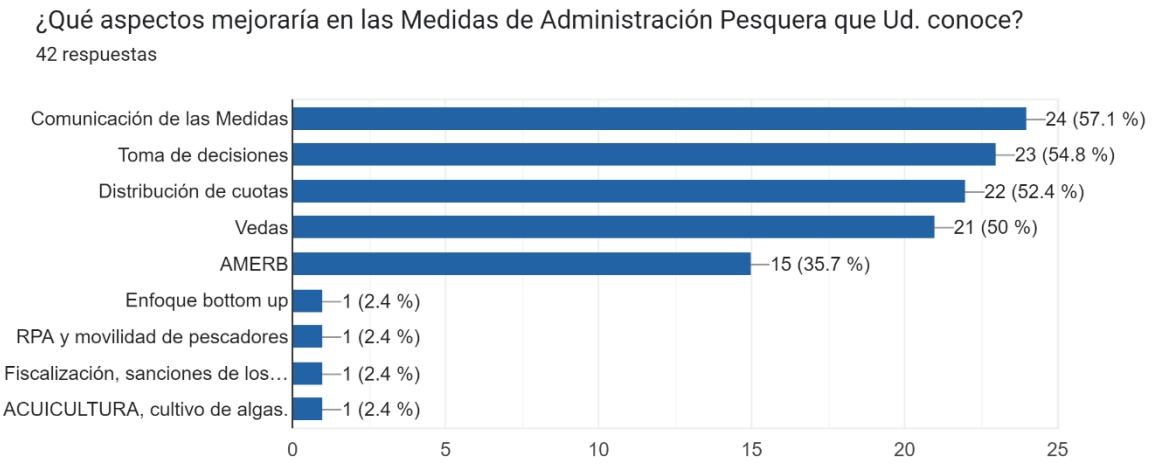
Gráfica 17: Le parecen adecuadas las medidas de administración para su caleta



Sobre qué aspectos se deben mejorar en las medidas de administración pesquera, lidera la demanda por mejorar la comunicación de las medidas, con un 57,1%, seguido por la mejora

en la toma de las decisiones, con un 54,8%, y muy de cerca, la mejora de la distribución de las cuotas, con un 52,4%, así como también las vedas con un 50%.

Gráfica 18: Aspectos que mejoraría en las medidas de Administración Pesquera

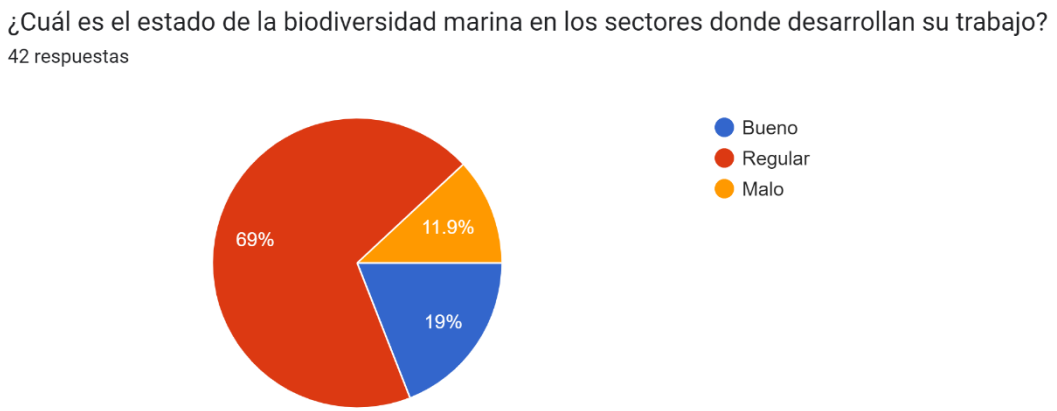


Tema N°2: Restaurar y mantener el hábitat y la biodiversidad de los sistemas marinos y costeros a niveles sostenibles.

Biodiversidad marina

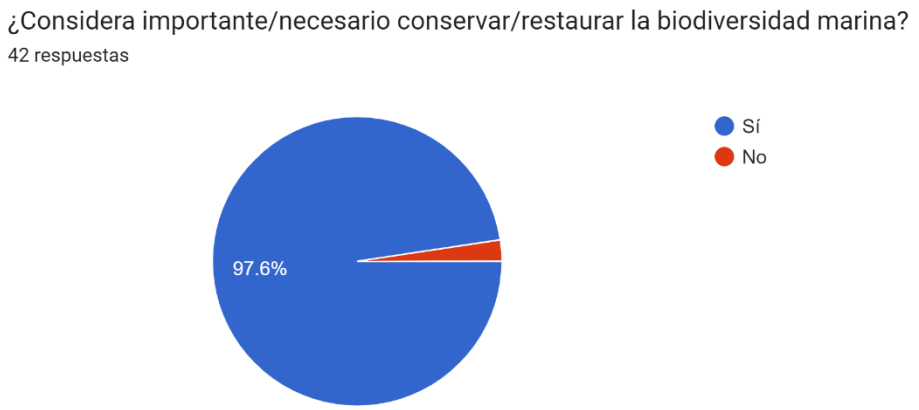
Con respecto al estado de la biodiversidad marina en los sectores donde desarrollan su trabajo, la mayoría considera un estado regular, con 69%, seguido por un estado bueno con 19% y un 11,9% , que indica un mal estado.

Gráfico 19: Estado de la Biodiversidad marina en los sectores donde desarrolla su trabajo



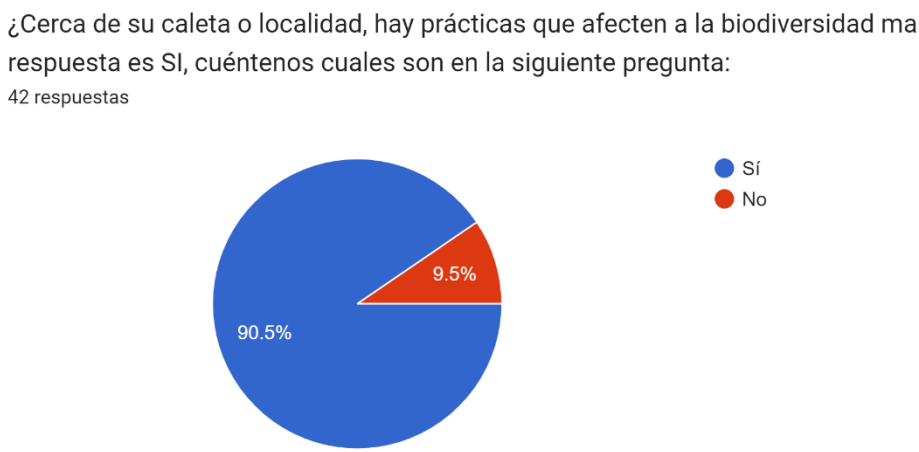
Sobre la importancia de conservar la biodiversidad, los y las encuestado(a)s consideran importante conservar y restaurar la biodiversidad marina con un 97,6% de respuestas positivas.

Gráfico 20: Considera importante restaurar la biodiversidad marina



Con respecto a la pregunta si cerca de su caleta o localidad hay prácticas que afecten a la biodiversidad marina, un 90,5% sostienen que sí.

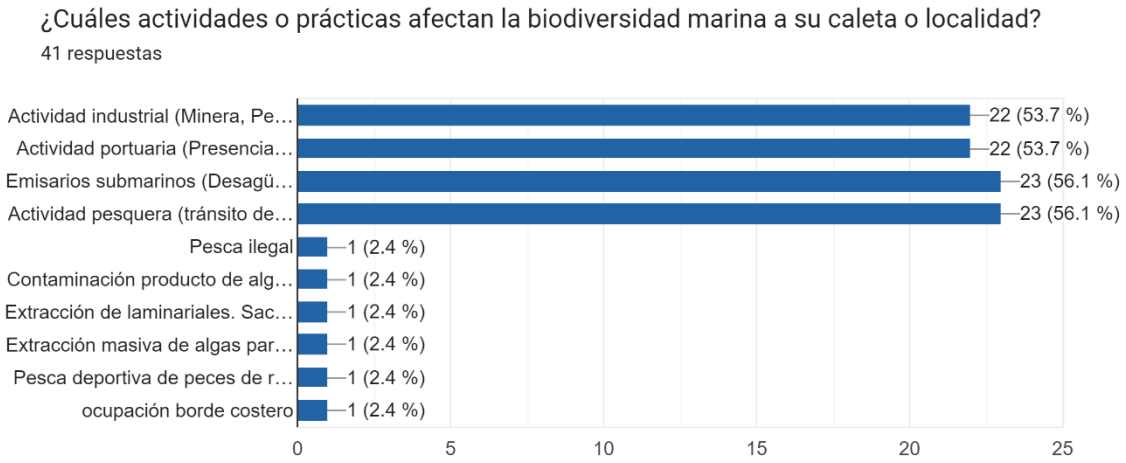
Gráfico 21: Hay prácticas cerca de su caleta que afecten la biodiversidad marina



Dentro del grupo de personas que respondieron a la encuesta, 90.5% mencionaron que existen prácticas en su caleta que afectan la biodiversidad. Al analizar en detalle esas prácticas, extraña que no se consideren relevante el raleo o extracción masiva de algas

pardas o la pesca ilegal, pero si se atribuye impacto a actividades ajenas a la pesca artesanal como los emisarios submarinos o desagües, las actividades industriales como la minería, la pesca Industrial y las termoeléctricas o directamente las actividades portuarias de grandes puertos y buques.

Gráfico 22: Actividades que afectan la biodiversidad marina en su caleta



Tema N°3: Diversificar y agregar valor creando oportunidades productivas dentro y fuera del sector pesquero con personas socialmente organizadas e integradas

Diversificación pesquera y agregación de valor

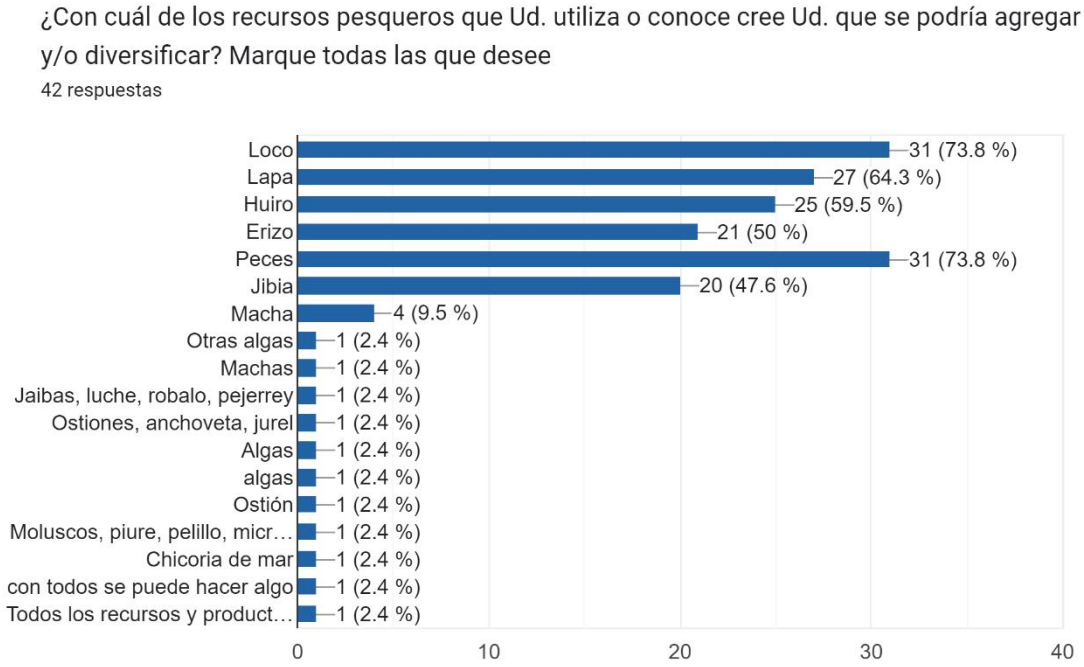
Al ser consultados sobre las actividades de agregación de valor o diversificación que conocen en el sector pesquero, las respuestas refieren a varias actividades de diversificación productiva como la acuicultura de pequeña escala (APE), el turismo, la comercialización directa de productos del mar procesados, además de la elaboración de congelados y conservas. También se destacan las plantas de proceso y la importancia de desarrollar iniciativas con bioproductos y revalorizar los residuos de esos procesos. Se destaca el comercio circular en las localidades donde pescadores elaboran sus propios productos a partir de lo que pescan en sus botes y la importancia de diversificar hacia el valor agregado de diferentes especies.

La mayoría de los y las encuestado(a)s considera que se debe avanzar en la diversificación de la actividad pesquera con un 97,6%.

Gráfico 23: Considera importante agregar valor o diversificar la actividad pesquera

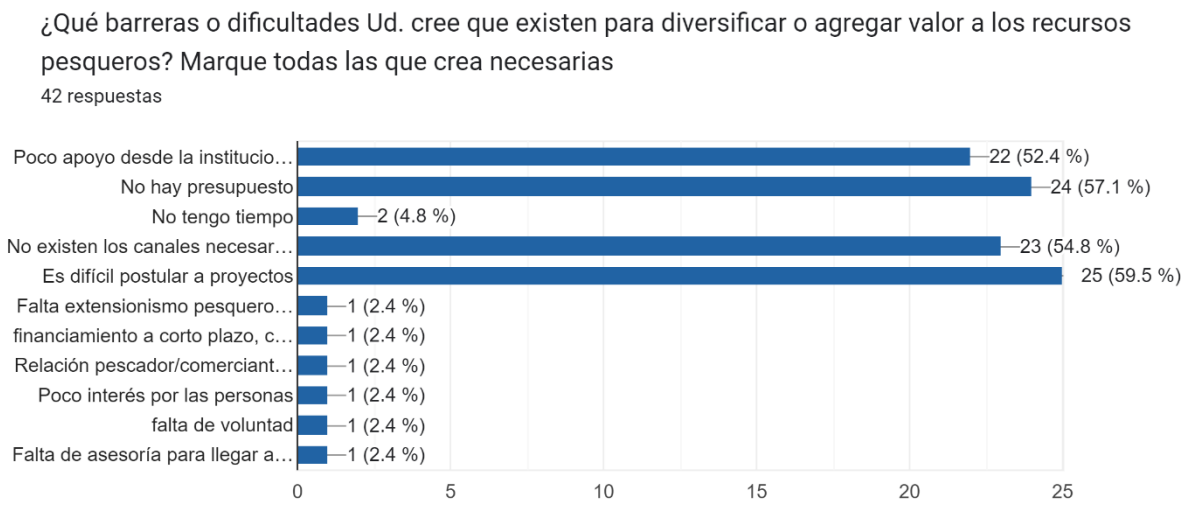
Al analizar la diversidad de los recursos marinos y preguntar sobre a cuáles se debe agregar valor o diversificar, los peces y el loco lideran el interés, con un 73,8%, ambos. No tan atrás se sitúa un recurso no tan valorado como es la lapa, con un 64,3% de las elecciones. En el caso de las algas, el huiro concentra la mayor atención, especialmente considerando el estado negativo de la sobreexplotación de este recurso en la zona norte del país. Además, el erizo, la jibia y la macha se ven atractivos para esta apuesta de diversificación. Cabe destacar que por ley, la captura de la jibia es 100% artesanal por lo que debería también generarse una línea de trabajo importante en la zona norte de Chile. Solo una persona considera que todos los recursos se puede agregar valor.

Gráfico 24: A cuáles recursos pesqueros cree que se debe agregar valor o diversificación



Al analizar las barreras mencionadas para la diversificación productiva, 59.5% considera que es difícil postular a los proyectos, seguido de un 57.1% que seleccionó que no existe presupuesto y un 54.8% que no existen los canales necesarios.

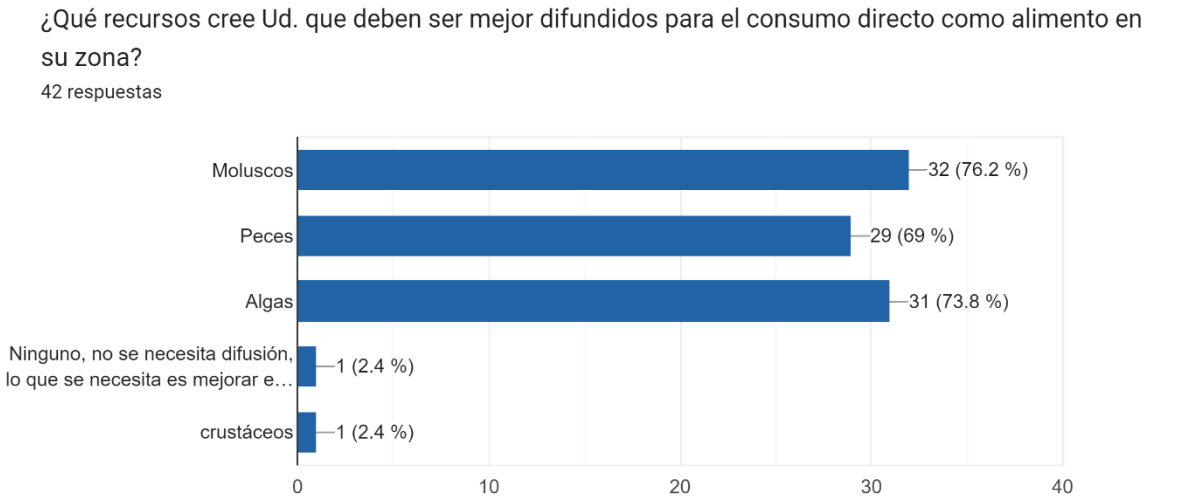
Gráfico 25: Barreras que existen a la hora de diversificar o agregar valor a los recursos



Consumo directo de recursos pesqueros

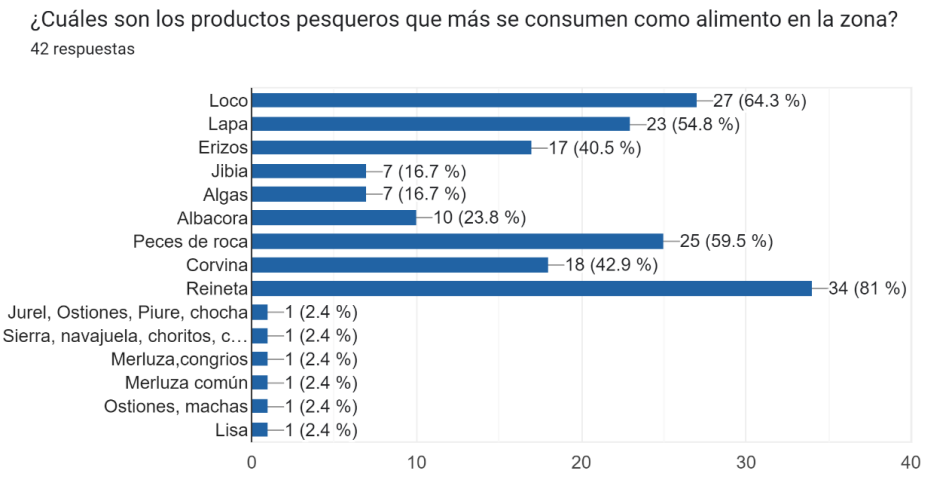
La mayoría de los y las encuestado(a)s coincide en que debe mejorarse la difusión de los recursos del mar para su consumo, especialmente en el caso de los moluscos, con un 76,2%, mientras que el 73.8% considera importante mejorar la promoción del consumo de algas, seguido por un 69% que considera se debe promover más el consumo directo de los pesces. Solo una persona cree que no se necesita más difusión, y solo una persona cree que es importante difundir el consumo de crustáceos, lo que llama la atención pues la zona norte es un área importante de extracción de diferentes tipos de jaibas.

Gráfico 26: Recursos que deben ser mejor difundidos para el consumo directo como alimento



Al ser consultados por los productos del mar que más se consumen en la zona de los encuestados, la reineta aparece como la primera, con un 81% de las respuestas, seguido por el loco, con un 64,3%, lo que llama la atención por el alto costo de ese molusco. Le sigue en esta apreciación los peces de roca, con 59, 5%, los erizos, la corvina y la albacora (considerando que se hizo la encuesta en temporada de captura).

Gráfico 27: Productos Pesqueros que más se consumen como alimento en la zona



Consultados respecto de si los productos pesqueros son publicitados como alimentos en forma efectiva, la respuesta fue mayoritariamente negativa, con un 76,25%, lo que indica el gran trabajo que se debe hacer para mejorar las campañas de consumo, las temporadas y la identificación de la despensa marina con sus territorios.

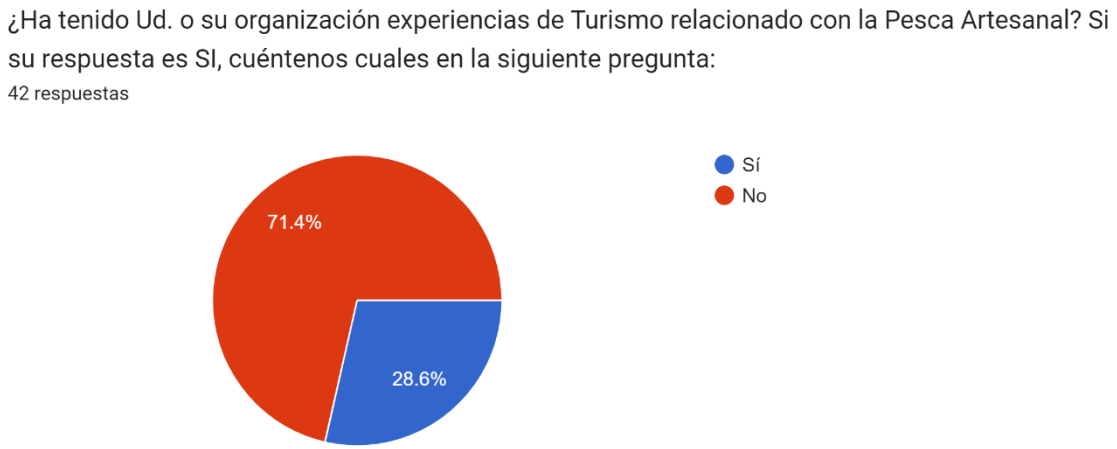
Gráfico 28: Productos pesqueros son publicitados en forma efectiva

Turismo y Gastronomía

En el ámbito de la diversificación productiva, se consultó si las organizaciones tienen experiencias de turismo relacionadas con la pesca artesanal, lo que en otros países se conoce como Turismo Marinero y del que existen hasta especializaciones de formación

técnica. Del total un alto porcentaje indica que no han tenido experiencias de turismo de este tipo, 71,4%, mientras que solo un 28,6% responde en forma positiva.

Gráfico 29: Experiencias de turismo y pesca artesanal



Al ser consultados con respecto a la descripción de las experiencias de turismo, los y las encuestado(a)s que respondieron positivamente destacan en las respuestas abiertas algunas actividades como; el avistamiento de mamíferos marinos, los tour de pesca, rutas de pesca deportiva, la visita a restaurantes costeros y los viajes en botes de pescadores y la experiencia en sus restaurantes.

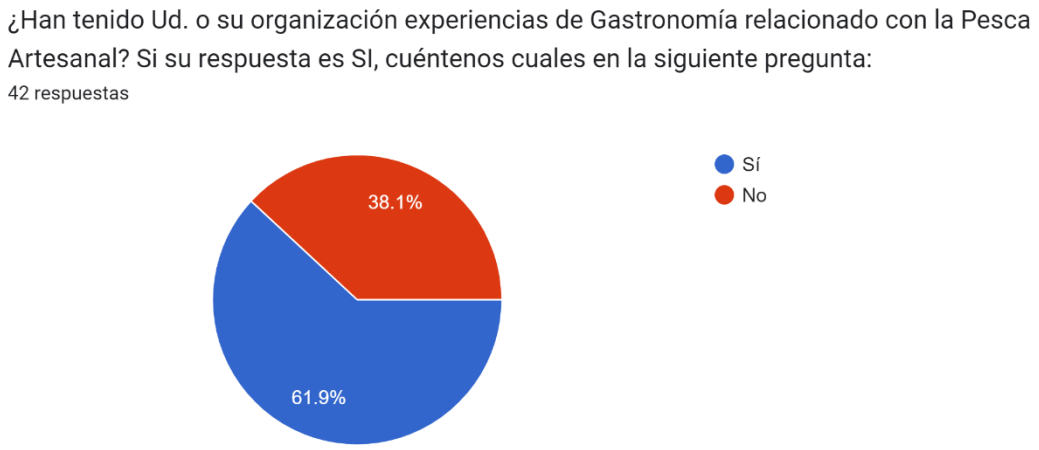
Destacan también ciertos documentos como el desarrollo de guías para turismo de intereses especiales y el libro que recopila experiencias de Turismo Comunitario de Caletas llamado Travesía. Asimismo, mencionan en caletas del sur de Chile el desarrollo de algunas rutas inclusivas. Destacan también la visita y acercamiento de turistas a corta distancia de mamíferos marinos.

Adicionalmente, se nombran los festivales y las ferias gastronómicas, y degustaciones en el terminal pesquero. Una persona nombra el trabajo de artesanía en cuero de pescado con participación en ferias a nivel nacional, regional y comunal.

Experiencias de gastronomía relacionadas a pesca artesanal

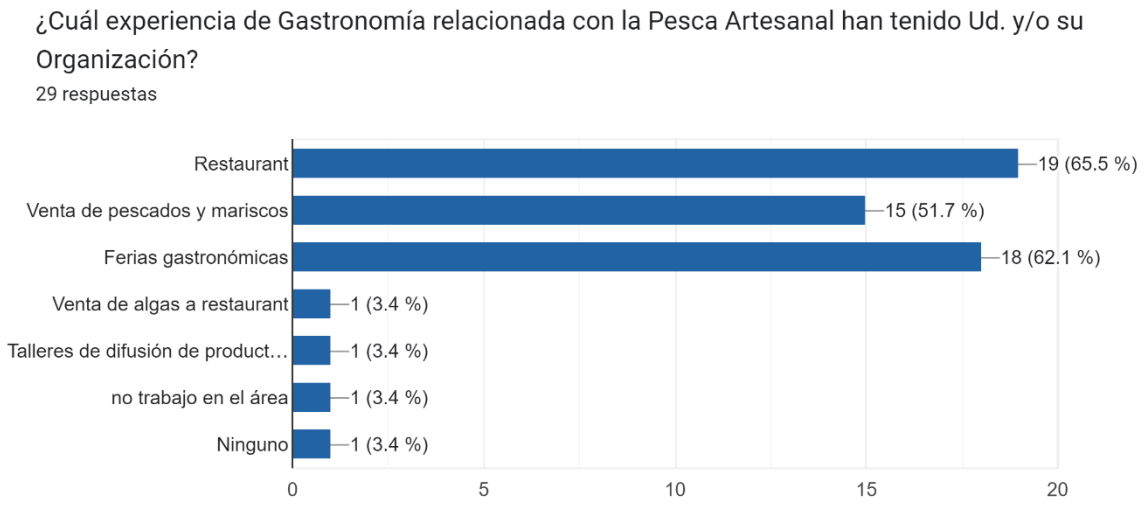
Al ser consultados sobre si han tenido experiencias de gastronomía con la pesca artesanal, un 61,9% sostienen que sí. Lo anterior, da pie para pensar en la gastronomía como una importante herramienta para mejorar la difusión de los recursos pesqueros y acercar este tipo de proyectos a la comunidad.

Gráfico 30: Experiencias de gastronomía relacionadas con la pesca artesanal



Tanto la visita a restaurantes como la asistencia a ferias gastronómicas son las actividades que más se asocian con la gastronomía y la pesca artesanal. La primera con un 65,5% y la segunda actividad con un 62,1% como indica el gráfico 30. A estas le siguen la venta de pescados y mariscos con un 51,7%. Llama la atención que no se mencionen las rutas gastronómicas o alguna ruta de navegación que existen en algunos lugares de Chile y que incluyen degustaciones de productos del mar.

Gráfico 31: Experiencia de Gastronomía relacionada con la Pesca Artesanal



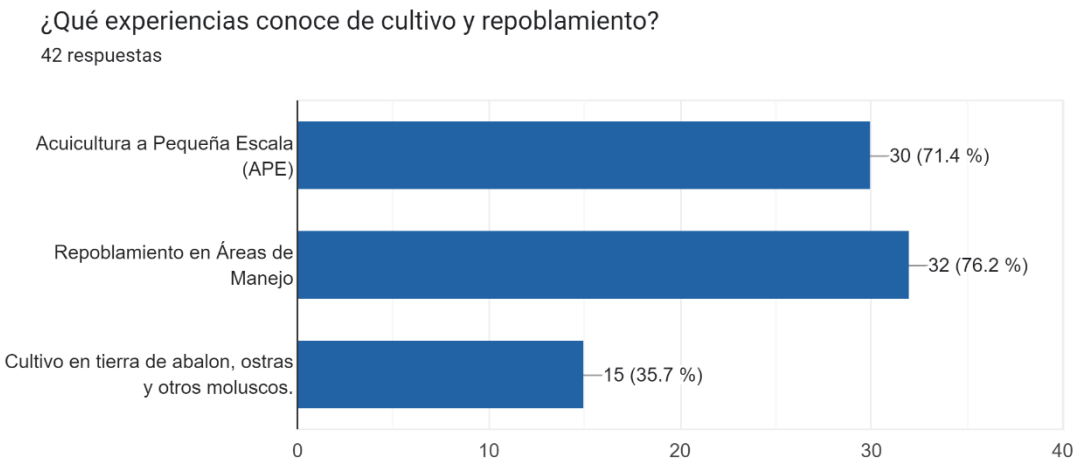
Cultivos Marinos

Al ser consultados sobre experiencias de cultivo o repoblamiento de recursos bentónicos, un 90,5% conoce de estos conceptos y los diferencia con las actividades de pesca extractiva, mientras que un 9.5% indica no conocer experiencias de este tipo.

Gráfico 32: Experiencias de cultivo o repoblamiento de recursos bentónicos

De las 42 respuestas, un 71,4% conoce experiencias de acuicultura de pequeña escala como son el cultivo de los ostiones, piures o algas, mientras que un 76,2% conoce el repoblamiento en áreas de manejo. También se conocen otros cultivos en tierra como abalón, ostras y otros moluscos.

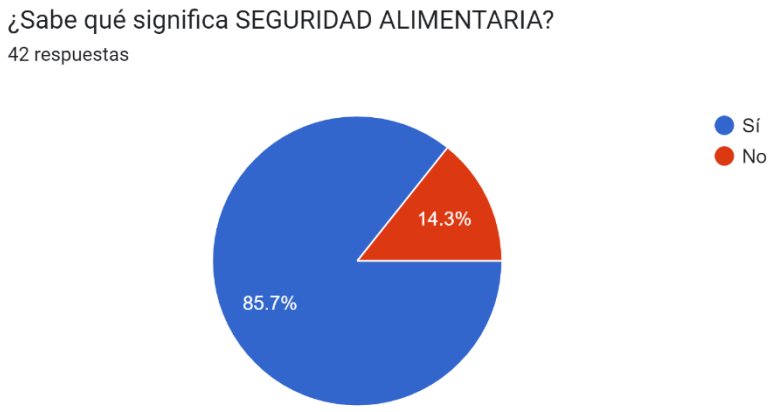
Gráfico 33: Experiencias de cultivo y repoblamiento



Seguridad Alimentaria

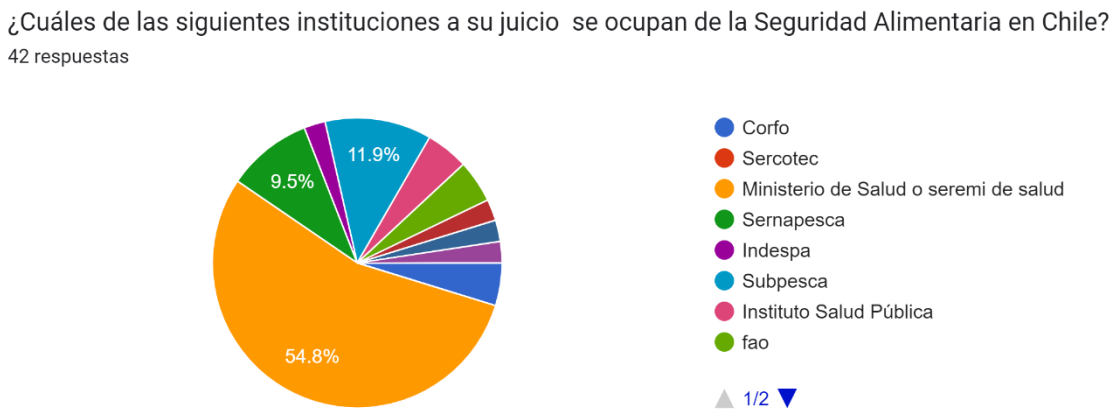
Al ser consultados por el concepto de seguridad alimentaria, un 85,7% sostiene que si conoce el concepto, mientras que el 14,3% indica no conocerlo.

Gráfico 34: Significado Seguridad Alimentaria



Al consultar respecto a las instituciones que en Chile están vinculadas a la seguridad alimentaria, la mayoría de los encuestados, un 54.8% vincula al Ministerio de Salud, o a nivel regional al Seremi . Adicionalmente, Subpesca y Sernapesca, son mencionados, con 11,9% y 9.5% respectivamente.

Gráfica 34 Instituciones que se ocupan de la Seguridad Alimentaria en Chile



Conclusiones del informe CAP

Al analizar las respuestas de cada uno de los temas, se puede identificar que respecto al manejo pesquero, existe una mirada común sobre la importancia de la sustentabilidad entre

los y las encuestado(a)s, quienes dan un alto valor a mejorar el manejo de los recursos pesqueros y mejorar en los canales de comunicación. Adicionalmente, existen otros aspectos que generan alto interés como por ejemplo; quién administra las cuotas pesqueras asignadas.

Asimismo, la mayoría de los y las encuestado(a)s, un 95%, considera que existen falencias en el manejo de recursos pesqueros, no solo vinculadas al estado de sobreexplotación de los recursos hidrobiológicos, sino también a la escasa fiscalización y a la falta de participación de los pescadores y pescadoras en las decisiones de administración pesquera.

Con respecto al manejo conjunto de los recursos marinos que comparten Chile y Perú, un 45% prefiere que se haga un manejo coordinado de los recursos compartidos. Con respecto a términos técnicos como el enfoque ecosistémico, una alta mayoría, 73,8% indica conocer el concepto, mientras que un 26,2% indica no conocerlo.

Consultado(a)s sobre si conocen medidas de administración pesquera para los recursos bentónicos y macroalgas, un alto porcentaje, con más de 85,7% indica que si las conoce, contrapuesto con el 14,3% que las desconoce. Lo anterior hace sostener que existe un amplio conocimiento de aspectos técnicos entre los encuestados, pero que no necesariamente son incorporados en sus prácticas o acciones diarias.

Por otro lado, en relación al tema de la conservación y cuidado de los recursos marinos, se ha podido identificar que la mayoría de los y las encuestado(a)s, considera importante conservar y restaurar la biodiversidad marina, con un 97,6% de respuestas positivas. Adicionalmente, el 90.5% menciona que existen prácticas en su caleta que afectan la biodiversidad. Al analizar en detalle esas prácticas que afectan a la biodiversidad, se da importancia a los emisarios submarinos, las actividades industriales como la minería o la pesca industrial, pero extraña que no consideren relevante, especialmente en la zona norte del país, el raleo o extracción masiva de algas pardas o la pesca ilegal.

Finalmente, respecto a la diversificación productiva, destaca que la mayoría de los y las encuestado(a)s, un 97,6%, considera que se debe avanzar en esta actividad. El camino de apostar por el valor agregado es claro, además del necesario el apoyo a las actividades complementarias a la pesca o que pueden involucrar a las familias pescadoras como el turismo gastronómico en las caletas.

10. Conclusiones

En ambas regiones analizadas (Coquimbo y Atacama) existen organizaciones de pescadores, instituciones y oficinas regionales con las cuales se puede trabajar en conjunto las acciones de difusión del proyecto. Asimismo, se debe potenciar la vinculación con las instituciones pesqueras que tienen sede en Valparaíso y que cuentan con canales de comunicación que gozan de credibilidad.

Vale la pena destacar que existe un desgaste en las organizaciones de pescadores artesanales con respecto a su participación en proyectos. Muchos pescadores y pescadoras manifiestan que son invitados a ceremonias de inauguración y luego no saben más del impacto o del beneficio que el proyecto tendrá para sus localidades. En ese sentido, es importante reconocer estas preocupaciones y desconfianzas, y comunicar de manera adecuada los alcances reales que puede tener el proyecto para los actores involucrados.

Con respecto a la participación de las mujeres se ha podido identificar que, en ambas regiones existen mujeres líderes, menos desgastadas con este tipo de iniciativas y con ganas de construir y avanzar especialmente en temas de conservación marina, siembra del mar y valor agregado. En este contexto, se considera que las iniciativas del proyecto que tengan que ver con conservación marina, turismo y gastronomía pueden tener una buena convocatoria.

Respecto a las redes sociales que utilizan los y las pescadore(a)s para informarse destaca principalmente grupos WhatsApp, grupos de Facebook y más recientemente, las cuentas de Instagram, especialmente entre quienes son emprendedore(a)s.

Específicamente, en el caso de las mujeres de la pesca o vinculadas a actividades conexas, destacan los grupos de WhatsApp, como por ejemplo, el grupo de la Red de Trabajo de Mujeres Pescadoras de la Región de Coquimbo o la Mesa de Mujeres de Atacama. Asimismo, las mujeres indican que los periódicos murales de los colegios son espacios útiles para difundir información.

Con respecto a los medios de comunicación tradicionales, se puede concluir que las radios siguen siendo un canal importante de información a nivel local, si bien la mayoría no recoge o difunde temas vinculados al sector, existe apertura para recibir información respecto a la pesca artesanal y difundirla. Por otro lado, los diarios digitales se presentan como una oportunidad de canal alternativo, ya que sus contenidos son de carácter más territorial.

Asimismo, se puede indicar que, existe interés de los medios por recibir información del proyecto, sin embargo, al ser equipos de prensa pequeños o con un solo corresponsal en la zona, se ve necesario facilitar la labor de difusión entregando comunicados de prensa, entrevistas por audio, material audiovisual y una base de fotografías de las zonas de intervención del proyecto para que tengan material de contexto. Adicionalmente, se sugiere dar un listado de posibles entrevistados, sus contactos y perfiles para que sean incorporados como fuentes de información en los temas atingentes al proyecto.

11. Recomendaciones

Con respecto al ámbito comunicacional se presentan diversas oportunidades para el proyecto Humboldt II. En el caso de los medios tradicionales, hay un interés y disposición de muchos periodistas para comunicar temas de pesca; encontrar nuevas fuentes o “voceras” en mujeres pescadoras; dar a conocer lugares de la región (como por ejemplo, Puerto Aldea) e incluso a abrir espacios en sus programas para comunicar sobre este proyecto.

Tal como se ha señalado anteriormente, en las regiones los equipos periodísticos son pequeños, por lo que es muy necesario que el proyecto Humboldt II convoque a periodistas, sobre todo de medios locales, en sus actividades, entregue material y se mantenga en contacto con ellos para publicar de manera constante los alcances y avances del proyecto, poniendo foco en las personas; pescadores y pescadoras, los recursos, así como en actividades llamativas para medios de comunicación como fiestas gastronómicas y otras actividades que convoquen a la comunidad. Es fundamental que la estrategia de comunicación se encuentre basada en estos puntos, sin que esto implique no comunicar también otras aristas del proyecto, que se relacionan más con aspectos científicos y técnicos. En ese sentido, se considera que proyectos liderados por universidades, sobre todo en la Región de Coquimbo, pueden ser buenos aliados.

Para los medios de comunicación es sumamente llamativo “contar historias”, en ese sentido, este tipo de productos puede ser una buena forma de dar a conocer los alcances del proyecto, particularmente historias de las mujeres de mar. En esta línea, tanto periodistas como medios de comunicación se muestran interesados en contar estas historias con rostros de mujer.

Un aspecto fundamental de este proyecto, tiene que ver con los territorios, teniendo en cuenta que se han definido diversos puntos geográficos claves dentro del mismo. En ese sentido, es importante que el proyecto Humboldt II centre sus comunicaciones en medios locales, que tengan llegada a estos mismos territorios donde sus habitantes se sientan representados. Buenos aliados para esto, son los medios electrónicos como Diarios Comunales (Ver detalles en anexos) o la red Mi Voz con su diario “El Observatodo”, además de las radios.

Para optimizar la llegada de la información y también de la difusión de este proyecto, es importante que toda comunicación y aparición en distintos medios, sea viralizada mediante grupos de WhatsApp a los cuales están adscritos los pescadores y las pescadoras. Otra buena alternativa sería crear un grupo de WhatsApp del proyecto Humboldt II, donde se entregue información relevante a este público y también se de acceso a las noticias que están apareciendo en distintos medios. Además, de la difusión de historias de vida donde ellos sean protagonistas, y puedan reconocer sus historias y también los recursos con los que han trabajado toda una vida.

El tema identitario, el hecho de vivir en un lugar con el ecosistema marino también es un factor que otorga identidad por la zona donde se habita; los relatos que puedan tener hombres y mujeres de mar frente a estas y otras temáticas relacionadas con este proyecto son sumamente valiosos, tanto para la comunidad como para los medios de comunicación.

Respecto al conocimiento del proyecto por los medios locales, todos los periodistas entrevistados declararon no conocerlo o al menos no recordar ninguna noticia o nota de prensa relacionada con el mismo. Se sugiere generar alguna capacitación sobre temas de pesca para medios de comunicación pues todos señalan que sería una buena oportunidad para aprender.

Al tratarse de un proyecto con enfoque de género, la participación femenina dentro del mismo también es una arista importante. En esa línea, contactarse con las mesas de mujeres en la pesca artesanal y darles herramientas para que estén informadas y puedan ser portavoces de este proyecto, sería una buena oportunidad para “entrenar” a mujeres pescadoras que tomen un rol más protagónico dentro de los medios de comunicación; y para que los periodistas y comunicadores las conozcan y las llamen y puedan también ser un referente respecto a los diversos temas de la pesca artesanal y actividades conexas.

Adicionalmente, se considera que podría ser un aporte del proyecto incluir en su estrategia de comunicación, mayor difusión respecto a las convocatorias de concursos o financiamientos enfocados en pesca y acuicultura para ambas regiones, así como también difundir los llamados a postulaciones a proyectos de fomento productivo,(Indespa, Sercotec, Fosis, Prodemu, Corfo, Minecon, Fondart) pues muchas de las alertas de postulaciones a proyectos siempre llegan tarde y es una queja constante de los usuarios. Sería bueno publicar esa información por Facebook (que tiene a una mayoría de usuarios pescadores conectados) o enviar por correo las organizaciones sindicales locales para que sientan al proyecto como un canalizador de información útil para el sector.

Finalmente, se recomienda que el proyecto pueda apoyar a una mayor difusión de leyes y decretos que sean relevantes a las zonas de intervención del proyecto. Cabe destacar que este proyecto se estará realizando mientras el Congreso debate sobre la fórmula para anular la Ley de Pesca, que ya fue aprobado hace dos meses por el Senado y la reformulación de una nueva ley de Pesca que debería ingresar al congreso en abril del próximo año. En este periodo, Subpesca ha desarrollado los “Encuentros con la Pesca” para consultar a los pescadores sobre las principales preocupaciones, sin embargo un cuerpo legal que debe administrar tantos aspectos del mundo pesquero no estará fuera de la polémica y estos aspectos deben ser considerados por el Proyecto Humboldt II en sus convocatorias de seminarios y eventos presenciales, pues será un año donde la política pesquera cruzará a todos los proyectos en ejecución.

12. Anexos

ANEXO 1.- Mapa de actores y Listado de organizaciones para entrevistas

Región de Atacama
Organizaciones

REGION	COMUNA	CALETA DE OPERACIÓN	ORGANIZACION
Atacama	CALDERA	CALDERA	COOPERATIVA DE TRABAJO MULTIACTIVA DE BAHIA CHASCO
Atacama	CALDERA	CALDERA	S.T.I. BUZOS MARISCADORES Y RECOLECTORES DE ORILLA DEL PUERTO DE CALDERA
Atacama	CALDERA	CALDERA	S.T.I. BUZOS Y RECOLECTORES DE ORILLA - SICAL
Atacama	CALDERA	CALDERA	S.T.I. DE BUZOS APNEA Y RECOLECTORES DE ORILLA
Atacama	CALDERA	CALDERA	S.T.I. MIXTO DE BUZOS Y RECOLECTORES DE ORILLA DE CALDERA
Atacama	CALDERA	PUERTO VIEJO	S.T.I. DE PESCADORES, BUZOS MARISCADORES ARTESANALES, CALETA PUERTO VIEJO
Atacama	CHANARAL	CHAÑARAL	1) SINDICATO INDEPENDIENTE DE RECOLECTOR DE ALGAS Y BUZO MARISCADOR DE AREAS LIBRES DE CHAÑARAL 2) SINDICATO DE TRABAJADORES INDEPENDIENTES DE ALGUEROS ARTESANALES DE CHAÑARAL
Atacama	CHANARAL	PALITO	A.G. DE BUZOS MARISCADORES Y OTROS "CALETA PALITO"
Atacama	CHANARAL	PAN DE AZÚCAR	S.T.I. BUZOS MARISCADORES ARTESANALES DE CHAÑARAL
Atacama	CHANARAL	PORTOFINO	S.T.I. DE MARISCADORES DE ORILLA Y ALGUEROS ARTESANALES DE CHANARAL
Atacama	CHANARAL	TORRES DEL INCA	S.T.I. RECOLECTORES DE ALGAS, BUZOS MARISCADORES Y RAMAS SIMILARES
Atacama	COPIAPO	PAJONALES	S.T.I. DE PESCADORES ARTESANALES, BUZOS MARISCADORES Y RECOLECTORES DE ORILLA DE LAS CALETAS DE PAJONALES Y MALDONADO
Atacama	COPIAPO	TOTORAL BAJO	S.T.I. CALETA TOTORAL DE LA PROVINCIA DE HUASCO
Atacama	HUASCO	CARRIZAL BAJO	S.T.I. DE BUZOS MARISCADORES Y PESCADORES ARTESANALES EN TODAS SUS CATEGORIAS DE CALETA CARRIZAL BAJO, COMUNA DE HUASCO
Atacama	CALDERA	PUNTA FRODDEN	S.T.I DE BUZOS, MARISCADORES Y ARTESANALES DEL MAR DE CALDERA
Atacama	CALDERA	BARRANQUILLA	S.T.I DE BUZOS MARISCADORES, PESCADORES Y RECOLECTORES DE ORILLA BARRANQUILLA N°2

Contactos

CALETA	ORGANIZACION	Teléfono	Contact	Cargo
CALDERA	S.T.I. BUZOS MARISCADORES Y RECOLECTORES DE ORILLA DEL PUERTO DE CALDERA	973239900	Alexis Concha	President e STI
PUNTA FRODDEN	S.T.I. CALETA LOS PATOS Punta Frodden	965408595	Luis Mariano Placios	President e STI
OBISPITO	S.T.I. MIXTO DE BUZOS Y RECOLECTORES DE ORILLA DE CALDERA	997878754	Gustavo Delgado	President e STI
PUERTO VIEJO	S.T.I. DE PESCADORES, BUZOS MARISCADORES ARTESANALES, CALETA PUERTO VIEJO	933834781	María Cerda	President a STI Puerto Viejo
PALITO	A.G. DE BUZOS MARISCADORES Y OTROS "CALETA PALITO"	950895867	Guillermo Sapunar	President e STI
PAN DE AZÚCAR	S.T.I. BUZOS MARISCADORES ARTESANALES DE CHAÑARAL	986640463	Manuel Carrasco	President e STI
PORTOFINO	S.T.I. DE MARISCADORES DE ORILLA Y ALGUEROS ARTESANALES DE CHANARAL	953903603	Fernando Aguilera	President e STI
TORRES DEL INCA	S.T.I. RECOLECTORES DE ALGAS, BUZOS MARISCADORES Y RAMAS SIMILARES	966750077	Pedro Contreras Chacana	President e STI
PAJONALES	S.T.I. DE PESCADORES ARTESANALES, BUZOS MARISCADORES Y RECOLECTORES DE ORILLA DE LAS CALETAS DE PAJONALES Y MALDONADO	998529469	Antenor Neira	President e STI Pajonales
TOTORAL BAJO	S.T.I. CALETA TOTORAL DE LA PROVINCIA DE HUASCO	940684980	Juan Pablo Avalos	President e STI
CARRIZAL BAJO	S.T.I. DE BUZOS MARISCADORES Y PESCADORES ARTESANALES EN TODAS SUS CATEGORIAS DE CALETA CARRIZAL BAJO, COMUNA DE HUASCO	982230298	Ivar Escobar	Dirigente STI

Líderes mujeres pesca artesanal

Región	COMUNA	CALETA DE OPERACIÓN	ORGANIZACION
Coquimbo	Los Vilos	Nacional	AG Tejiendo Redes Mujeres Pescadoras Karen Cisternas, directiva, fono : +56957841265
Nacional	Nacional	Nacional	Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile (CONAPACH Zoila Bustamante, presidenta, fono: +56968363961
Coquimbo	Tongoy	Tongoy	Agrupación de mujeres AcuiPesca Devora García fono +56959870661

Región de Coquimbo

REGION	COMUNA	CALETA DE OPERACIÓN	ORGANIZACION
Coquimbo	Tongoy	Puerto Aldea	AG Pescadores Puerto Aldea Ricardo: +5699646142
Coquimbo	Tongoy	Tongoy	AG Pescadores Tongoy Priscila Haro, fono: +56920677566

Coquimbo	La Serena	San Pedro de La Serena	Cooperativa de Pescadores de San Pedro de la Serena Franklin Zepeda, fono: +56977644127
Coquimbo	Tongoy	Puerto Aldea	Agrupación Cultural y Gastronómica Puerto Aldea Cristian Quiroz fono +56989046125
Coquimbo	Tongoy	Puerto Aldea	Nelson Plaza fono +56985230627
Coquimbo	Tongoy	Tongoy	Piero Carvajal, Piero Tongoy fono +56974116124

Anexo 2.- Encuesta de Conocimiento, Actitudes y Prácticas (link de acceso a encuesta)

https://docs.google.com/forms/d/1ChEQIKHxo6-_AmXPY3OEVd0j2RJLn3LVI5MLW0CZrpU/edit?ts=6397b51f#responses

Anexo 3.- Medios de Comunicación y Prensa

1.-Sugerencias de contactos de periodistas y comunicadores:

REGIÓN DE COQUIMBO

Yerko Ávalos, periodista TVN red Coquimbo, conductor programa matinal en Radio Montecarlo.

Fono: 949704432
Redes sociales: www.instagram.com/yerkoavalos
Correo: yerko.avalos@tvn.cl

Nilson Véliz, director Escuela Puerto Aldea, director de Radio Océano, productor y director de películas locales.

Fono: 985964349
Redes sociales: www.facebook.com/nilson.veliz1
Correo: nilsonveliz@gmail.com

Cristian Escalante, periodista, dueño y editor de red de Diarios Comunales (15) y editor de Radio América.

Fono: 984375497
Correo: cev2005@gmail.com

Francisco Valdivia, periodista Radio Guayacán FM y editor del portal web www.eshoy.cl con espacio dedicado a medioambiente.

Fono: 958396948
Redes sociales: www.instagram.com/panchovaldiviac
Correo: fvaldivia@eshoy.cl

Carlos Ruiz, periodista, editor Diario online El Observatodo y conductor programa radio informativo en Radio Guayacán FM.

Fono: 983149897
Correo: carlosruiz1@gmail.com

REGIÓN DE ATACAMA

Erwin Hidalgo, periodista Servicio de Salud Atacama, ex periodista de TVN Región de Atacama.

Fono: 981381636
Correo: erwin.hidalgo@redsalud.gov.cl

2.-Medios de comunicación de Región de Coquimbo

2.1 Contacto Prensa Diarios de Región de Coquimbo

Región	MEDIO	CARGO	NOMBRE	CORREO	TELÉFONO
Coquimbo					
DIARIOS					
	DIARIO EL DÍA (IMPRESO Y DIGITAL)	EDITORA	LUCÍA DÍAZ	ldiaz@eldia.la	988493351
	DIARIO ONLINE EL OBSERVATODO	EDITOR	CARLOS RUIZ	carlosruiz1@gmail.com - cruiz@mivoz.cl	983149897
	SEMANARIO TIEMPO (IMPRESO Y DIGITAL)	DIRECTOR	VÍCTOR HUGO VILLAGRÁN	editor@semanariotiempo.cl	93695418
	DIARIO LA REGIÓN DE COQUIMBO	EDITOR	VÍCTOR HUGO VILLAGRÁN	vhvillagran@gmail.com	93695418
	DIARIOS COMUNALES (15 DIARIOS)	DIRECTOR	CRISTIAN ESCALANTE	ev2005@gmail.com, editorcomunales@gmail.co	984375497
	DIARIO EL OVALLINO	EDITOR	ROBERTO RIVAS	periodistaselovallino@gmail.com	942862299

2.2 Contacto de Prensa Radios Región de Coquimbo

RADIOS					
	RADIO GUAYACÁN	EDITOR	RODRIGO SÁNCHEZ	prensa@radioguayacan.cl	962094813
	RADIO "MI RADIO"	EDITORA	BÁRBARA SÁNCHEZ BORLANDO	prensa@miradiols.cl	958416535
	RADIO MONTECARLO	DUEÑO	OREL ALÍ		998420645
	RADIO MONTECARLO	PERIODISTA	WILSON CASTRO		964612968
	RADIO SAN BARTOLOMÉ (ARZOBISPADO)	EDITOR	CARLOS RIESCO ROMER0	cpriescor@gmail.com	93097993
	RADIO RIQUELME (AM)	DIRECTOR	PEDRO CASTILLO	mp3radioriquelme@gmai.com	(51) 2321051
	RADIO CARNAVAL	DIRECTOR	JAIME DÍAZ	carnavalfm@radio.fm	998371094
	RADIO AMÉRICA	DIRECTOR	ERICK ZAMBRA	erickzambra@gmail.com	
	RADIO AMÉRICA	EDITOR	CRISTIAN ESCALANTE	cev2005@gmail.com	984375497
	RADIO OCÉANO (RADIO COMUNITARIA COLEGIO PU	DIRECTOR	NILSON VÉLIZ	nilsonveliz@gmail.com	985964349

2.3 Contacto de Prensa TV Región de Coquimbo

TELEVISIÓN				
	TVN RED COQUIMBO	EDITORA	MARÍA JOSÉ DEL SOLAR	mariajose.delsolar@tvn.cl
	TVN RED COQUIMBO	PERIODISTA	YERKO ÁVALOS	yerko.avalos@tvn.cl
	VIVE TELEVISIÓN (CABLE SEÑAL 3 VTR)	DIRECTOR	CRISTIAN RIVERA	productorarendermax@gmail.com

2.4 Contacto Prensa Páginas web Región de Coquimbo

PORTALES WEB				
	LA SERENA ONLINE	EDITORA	CAROLINA GONZÁLEZ	editor@laserenaonline.cl
	KUARTA TV CHILE	EDITOR	DANIELA KUHNE	kuartatv@gmail.com
	ES HOY	EDITOR	FRANCISCO VALDIVIA	fvaldivia@eshoy.cl - prensa@eshoy.cl

2.5 Redes Sociales de Medios de Comunicación Región de Coquimbo

Región	MEDIO	REDES SOCIALES	WEB
Coquimbo			
DIARIOS			
	DIARIO EL DÍA (IMPRESO Y DIGITAL)	fb: diarioeldiacl	www.diarioeldia.cl
		tw: eldia_cl	
		insta: eldia.cl	
	DIARIO ONLINE EL OBSERVATODO	fb:elobservatodo.cl	www.elobservatodo.cl
		tw: elobservatodo	
		insta: elobservatodo.cl	
	SEMANARIO TIEMPO (IMPRESO Y DIGITAL)	tw:LsTiempo	www.semanariotiempo.cl
	DIARIO LA REGIÓN DE COQUIMBO	fb: laregiondiario	www.diariolaregion.cl
		tw: laregiondiario	
		insta: diariolaregion_oficial	
	DIARIOS COMUNALES:		www.diarioscomunales.cl
	EL COMUNAL (LA HIGUERA)	fb: elcomunal	www.elcomunal.cl
		tw:diarioelcomunal	
		Insta: diarioscomunales	
	EL COQUIMBANO (COQUIMBO)	fb:elcoquimbano	www.elcoquimbano.cl
		tw:diarioelcoqbano	
		insta:diarioscomunales	
	EL VILEÑO (LOS VILOS)	fb:elvileno	www.elvileño.cl
		tw: cuenta suspendida.	
		Insta: diarioscomunales	
	DIARIO EL OVALLINO	fb:DiarioElOvallino	www.elovallino.cl
		tw:elovallino	

RADIOS			
	RADIO GUAYACÁN	fb: guayacanfmcl	www.radioguayacan.cl
		tw: guayacanfmcl	
		insta: guayacanfmcl	
	RADIO "MI RADIO"	fb: MiRadioLs	www.miradiols.cl
		tw: miradiols	
		insta: miradiols	
	RADIO MONTECARLO	fb:montecarlocl	www.radiomontecarlo.cl
		insta:montecarlocl	
		tw:montecarlocl	
	RADIO SAN BARTOLOMÉ (ARZOBISPADO)	fb:rsbchile	www.radiosanbartolome.cl/v1
		tw: rsbchile	
		Insta: rsbchile	
	RADIO RIQUELME (AM)	fb:radioriquelmeofical	www.radioriquelme.cl
		tw: radio_riquelme	
	RADIO CARNAVAL	fb: RadioCarnavalLaSerena	www.radiocarnaval.cl/laserena
		tw: Carnavalfmcqbo	
		Insta:radiocarnaval104.5	
	RADIO AMÉRICA	fb: radioamericatv	www.radioamerica.cl/
		tw:radioamericatv	
		Insta:radioamericatv	
	RADIO OCÉANO (RADIO COMUNITARIA COLEGIO)	NO TIENE	NO TIENE

TELEVISIÓN			
	TVN RED COQUIMBO	fb:redcoquimbotvn	ww.24horas.cl/regiones/zona-norte/coquimb
		tw:tvnredcoquimbo	
		Insta:tvnredcoquimbo	
	VIVE TELEVISIÓN (CABLE SEÑAL 3 VTR)	fb:ViveElquiTV	
		Insta:vivetvlocal	

3.-Medios de comunicación de Región de Atacama

3.1 Contacto Prensa Diarios de Región de Atacama

Región	MEDIO	CARGO	NOMBRE	CORREO
Atacama				
DIARIOS				
	DIARIO DE ATACAMA (IMPRESO Y DIGITAL)	EDITOR	RODRIGO CABALLERO	rodrigo.caballero@diarioatacama.cl
	DIARIO CHAÑARCILLO (IMPRESO Y DIGITAL)	EDITOR	HÉCTOR NAVEAS	hectornaveas@gmail.com
	DIARIO ONLINE QUÉ HAY DE CIERTO	EDITORA	KARIN CORTÉS	kcortez@mivoz.cl
	DIARIO LA ESTRELLA DEL HUASCO	EDITOR	RODRIGO CABALLERO	rodrigo.caballero@diarioatacama.cl

3.2 Contacto de Prensa Radios Región de Atacama

RADIOS					
	RADIO NOSTÁLGICA	EDITOR	HERNANDO CONTRERAS	prensa@nostalgica.cl	722696919
	RADIO MARAY	EDITOR	FERNANDO HONORES	dohonores@gmail.com - contacto@ma	961550824
	RADIO MARAY	EDITOR 2	JORGE MALEBRÁN	JImagaster@gmail.com	961550824
	RADIO MADERO	EDITORA	PAULINA CERECEDA	Paulina.cereceda@madero.cl	979332018
	RADIO UNIVERSIDAD DE ATACAMA	EDITOR	JUAN SOTO	juan.soto@uda.cl	997422522

3.3 Contacto de Prensa TV Región de Atacama

TELEVISIÓN				
	TVN ATACAMA	EDITOR	JORGE HANS	jorge.hans@tvn.cl
	DESIERTO DE ATACAMA TV	EDITOR	PERCIVAL MADERO	p.madero@madero.cl

3.4 Contacto Prensa Páginas web Región de Atacama

PORTALES WEB					
	DIARIO ATACAMA NOTICIAS	EDITORA	ALEJANDRA CORTÍNEZ	alejandra@atacamanoticias.cl	959659278
	EL NOTICIERO DEL HUASCO	EDITOR	CARLOS OPAZO	opazo.carlos@gmail.com	985550469

3.5 Redes Sociales de Medios de Comunicación Región de Coquimbo

Región	MEDIO	REDES SOCIALES	WEB
Coquimbo			
DIARIOS			
	DIARIO DE ATACAMA (IMPRESO Y DIGITAL)	ook.com/profile.php?id	www.diarioatacama.cl
		insta: eldiariodeatacama	
		tw: diarioatacama	
	DIARIO CHAÑARCILLO (IMPRESO Y DIGITAL)	fb: chanarcillo	www.chanarcillo.cl
		insta: diariochanarcillo	
		tw: chanarcillo	
	DIARIO ONLINE QUÉ HAY DE CIERTO	fb: elquehaydecierto.cl	www.elquehaydecierto.cl
		Insta:elquehaydecierto.cl	
		tw:elqhaydecierto	
	DIARIO LA ESTRELLA DEL HUASCO	NO TIENE.	NO TIENE.
RADIOS			
	RADIO NOSTÁLGICA	fb:radionostalgica	www.nostalgica.cl
		Insta:radionostalgica	
		tw:RADIONOSTALGICA	
	RADIO MARAY	fb:radiomaray	www.maray.cl
		Insta:radiomaray	
		tw:radiomaray	
	RADIO MADERO	fb:maderocl	www.madero.cl
		Insta:maderocl	
		tw:madero_cl	
	RADIO UNIVERSIDAD DE ATACAMA		
TELEVISIÓN			
	TVN ATACAMA	fb:TvnRedAtacama	ww.24horas.cl/regiones/zona-norte/atacan
		Insta:tvnredatacama	
		tw:TvnRedAtacama	
	DESIERTO DE ATACAMA TV	fb:maderotvatacama	www.maderotv.cl
		Insta:desiertodeatacamatv	
PORTALES WEB			
	DIARIO ATACAMA NOTICIAS	fb:atacamanoticias	www.atacamanoticias.cl
		Insta:atacamanoticias	
		tw: AtacamaNoticias	
	EL NOTICIERO DEL HUASCO	profile.php?id=1000395732295	www.elnoticierodelhuasco.cl
		tw:NoticierodelHua	
		insta:elnoticierodelhuasco.cl	
PÁGINAS DE FACEBOOK E INSTAGRAM			
	COPIAPÓ NOTICIAS 24/7	fb:groups/2180708735309176/	
	COPIAPÓ INFORMA	fb: copiapoinforma	
		Insta:copiapoinforma	

3.6 Medios de Comunicación Alternativos

Nacional	MEDIO	CARGO	NOMBRE	CORREO	TELÉFONO
MEDIOS Alte	Viaje al Sabo	Editor	Carlos Reyes	creyesmede	56998712679
	7 canibales L	editora	Pamela Villag	pamela@par	56944471497
	Plataforma C	editor	Tomas Mogg	tomas@plata	56992826753
	Conapach	editora	Monica Mor	conapachper	985961495
	Revista Chef	editora	Macarena Ar	revista@chef	56998712679

3.6.1 Páginas web de Medios Alternativos

Nacional	Medio	Instagram	web
MEDIOS Alte	Viaje al Sabo	viajealsabor	viajealsabor.cl
	7 canibales L	7canibales	7canibales.com
	Plataforma C	platcostera	plataformacostera.org
	Conapach	conapach	conapach.cl
	Revista Chef	chefandhote	chefandhotel.cl

Anexo 4.

Matriz

Nombre	Oficio	Conocimiento del Py	Expectativas del Py	MdC Usado	Sugerencias Comunicacionales	RRSS que utiliza	Pertenece a OPA	Cual
Carlos	Pescador	Poco. Sabe de algunas organizaciones que han tenido mayor información	Que pueda tener mayor alcance a nivel comunal y que beneficie a la pesca artesanal	Radio, TV, Celular	Que se informe a las comunidades a través de reuniones periódicas	Whatsapp	X	
Anaiz		Nulo. No sabía de su existencia.	Que sea una real contribución al cuidado de los bosques submarinos	Radio, TV, Celular	Mayor presencia en medios (TV, Radio)	Whatsapp	Sí	STI Pajonales
Ma Gloria	Investigadora	Conocimiento de la fase 1.	Escasas. Cree que no tiene real impacto para la pesca artesanal	Radio, TV, Celular	Trabajo directo con comunidades, caletas y organizacionbes. Tener presencia territorial	Facebook, Whatsapp	No	
Javiera	Consultora	Ninguno	Que sea dirigido hacia las comunidades pesqueras artesanales	Radio, TV, Celular	Trabajo territorial y presencia permanente en el territorio	Instagram, Whatsapp	No	
Paz	Consultora	Ninguno	Que entregue oportunidades para diversos actores del bordecostero	Radio, TV, Celular	Que se enfoque en informar a distintas esferas y ámbitos de los lugares prioritarios, y así generar redes de información	Instagram, Whatsapp	No	
Carolina	Pescadora	Conocía la fase 1	Que se acerque más a la gente.	Radio, TV, Celular	Mejorar el cómo se comunica. Nunca tyuvo idea de este segundo proyecto.	Whatsapp	X	
Julio	Pescador	Conoce que algunas caletas se podrían ver beneficiadas	Qu los beneficios del proyecto puedan llegar a todas las caletas de la región de Atacama o al menos de la comuna de Caldera	Radio, TV, Celular	Gente que trabaje en el territorio y pueda informar sobre los avances y actividades.	Whatsapp	Sí	SIBROAP
Esteban	Recolector	No conoce el proyecto	Que de la posibilidad de diversificar	Radio	No tiene sugerencias	No ocupa	Sí	SIBROAP
Pescador 1		Nulo.	Ninguna. Creen que no tendrá impacto	TV	De partida, comunicarse con los sindicatos y pescadores, permanentemente. No hacer iniciativas entre cuatro paredes.	Celular	X	
Pescador 2		Nulo.	No tendrá impacto. Será gastadero de plata	TV, Radio	Cree que no hay forma de que tenga buena comunicación, pues el proyecto no está enfocado en ellos. Las dirigencias son quienes se llevan los beneficios, y pescadores que no participan de eso y solo ejercen el oficio no tienen posibilidades de poder contar con los beneficios que traen este tipo de proyectos. No cree en lo que le he contado del proyecto.	Celular	X	
Mariela	Pescadora	Conoce la fase inicial, pero muy poco	Que realmente sirva para algo tanto dinero invertido	Radio, TV, Celular	Destinar recursos en campañas comunicacionales en cada caleta	Whatsapp	X	

Remero 1		Desconoce el proyecto y el PNUD	Que la plata llegue a las comunidades	TV, Radio	Reuniones en las caletas, con toda la gente, no solo con los dirigentes o pescadores organizados.	No ocupa		
Pescador 3	Albacorero	Conocía el proyecto, pero no sus alcances	Que alguna vez se ponga atención a los oficios ancestrales	Radio, TV, Celular	Mejor comunicación con los sindicatos y sus socios.	Whatsapp	Sí	Sind. Falucheros
Pescador 4	Albacorero	Escuchó sobre el proyecto cuando se lanzó	Tener mayor participación en la toma de decisiones	Radio, TV, Celular	Utilizar todos los medios dispnibles a nivel local, como la radio y los diarios de la comuna. Buscar aliados y que participen los pescadores de reuniones de trabajo.	Whatsapp	Sí	Sind. Falucheros
Pescador 5	Pescador	No sabe del proyecto	Informarse mejor sobre los recursos	Radio, TV, Celular	Que puedan transmitir la información a toda la gente que trabaja en la mar, ojalá con anuncios	Facebook, Whatsapp	Sí	Ag Caldera
Juan Galaz	Buzo Mariscador	Supo de su lanzamiento este año. No supo nada más	Que a los viejos los tomen en cuenta	TV	Bajar la información a las bases y no quedarse solo en las dirigencias. Este es un problema que se da en todo ambito de cosas en los proyectos que se dsarrollan en la comuna o el sector. Muchos no se enteran que pasa.	Whatsapp	Sí	
Carolina Gonzalez	Operadora Turística	Nulo	Que la diversificación incluya al turismo con fines especiales y mejore en su calidad	Radio, TV, Celular	Informar a la ciudadanía y la comunidad a través de distintos medios locales y regionales, así como también generar redes informativas entre personas que son del territorio.	Instagram, Whatsapp	No	
Miguel Avalos	pescador albacorero	Si conoce	lo ve como un proyecto lejano, hasido muy dificil su proceso de administrar terminal pesquero en Caldera	Radio	apoyar en la organización de cooperativas . Usar canales de comunicación de gremios	whatsapp y facebook	si	Corporación de pescadores artesanales de C aldera
Nelson Plaza	ex dirigente pesca artesanal	si lo conoce, y es parte de caleta Piloto	Espera que se pueda rescatar las vivencias y la historia de la pesca artesanal. Trabajar el Turismo Familiar. Hacer pasantías	radio	boletin que se puedan imprimir y publicar en murales. Programas de Radio como La Voz del pescador. En canales de TV como el Senado que ve el sector pesquero	whatsapp	no	
Cristian Quiroz	junta de vecinos y agrupacion gastronomic a Puerto Aldea	si lo conoce	Hacer de Puerto Aldea un destino turistico . Una Caleta con sentido turistico. Reflotar los festivales gastronomicos	radio	boletin y programa de radio, Material con los recursos pesqueros de las caletas	twitter,faceboo k, Whatsapp	no	
Áurea Jorquera	Recolectora y Delegada de la Red Nacional de Mujeres en la Pesca Atacama y Presidenta del Sindicato Sintramar.	Lo conoce, pero no está muy interiorizada.	Espera que no haya tantos términos técnicos en las presentaciones, pues dificulta entender los alcances del proyecto. Ella ya estuvo en una reunión de Humboldt 2. *"La mayoría de los dirigentes no tenemos estudios, entonces nos cuesta un poco entender las modalidades, algunos términos".*	Informaciones de Subpesca y Sernapesca por correo. Radio Nostálgica. Donde vive tiene muy poca conectividad a internet.	Mayor difusión de los proyectos o financiamientos para la Región. *"Porque las propuestas de postulaciones a proyectos siempre llegan tarde"* . Publicar información por Facebook o enviar por correo a través de Subpesca o Sernapesca. También mayor difusión de leyes y decretos.	Facebook informativos como: Subpesca, o Radio Biobío.	si	Sindicato Sintramar.
Dévora García	Pescadora y acuicultora. AcuiPesca Tongoy Mujeres	si lo conoce	En lo comunicacional, que todo Tongoy y Puerto Aldea se entere de este proyecto. *"Es demasiado relevante, vivimos y navegamos todos los días en esta corriente. Yo me siento feliz que esté pasando esto, por el realce que me da como pescadora".*	Redes a través de las mesas de trabajo nacional de mujeres en la pesca. Por correo electrónico.	Talleres de vocería para mujeres. Que la información llegue al gremio, que llegue a cada uno de los pescadores artesanales. Que se informe en las administraciones de cada caleta, que se peguen carteles, que llegue la información a los whatsapp, en los colegios, etc. Publicar en redes sociales sobre Tongoy y Puerto Aldea, sobre los recursos que allí existen, sobre la	Facebook de medios, de otras pescadoras, de las mesas de pesca o whatsapp grupales.	si.	AcuiPesca Tongoy Mujeres
Gustavo Delgado	Recolector de orilla, buzo apnea.	si lo conoce		A través de correos de Sernapesca, de la representante	Que los medios hablen sobre su caleta. *"Tenemos petroglifos, el desierto florido, etc."* . "Nos gustaría que vinieran a nosotros, no hay ningún periodista que se encargue de ver el borde costero de	Grupos de Whatsapp.	si.	Presidente del S.T.I. Mixto de Buzos y Recolectores de Orilla de

Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Gobierno de Chile

PERÚ Ministerio de la Producción

gef

PNUD