

Artículo de investigación

Cómo citar: Duran, O. (2024). Ordenar el río y el territorio. La experiencia participativa del Plan de Ordenación pesquera del bajo río Sogamoso, Colombia desde el enfoque de la comunicación para el cambio social. *Mediaciones*, 33(21), pp. 1-22. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.33.2024.1-22>

Editorial: Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

Recibido: 20 de enero de 2024

Aceptado: 07 de julio de 2024

Publicado: 22 de diciembre de 2024

ISSN: 1692-5688 | eISSN: 2590-8057

Orley Reinaldo Durán Gutiérrez

orleyduran@gmail.com

Dr. en Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata. Argentina.

Fundador y Director de proyectos de la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio – AREDMAG.

Colombia.

<https://orcid.org/0000-0002-4220-5712>

Conflicto de intereses: El autor ha declarado que no existen intereses en competencia.



Ordenar el río y el territorio. La experiencia participativa del Plan de Ordenación pesquera del bajo río Sogamoso, Colombia desde el enfoque de la comunicación para el cambio social.

Managing the river and the territory. The participatory experience of the Fisheries Management Plan of the lower Sogamoso River, Colombia from the approach of communication for social change.

Gerenciando o rio e o território. A experiência participativa do Plano de Gestão de Pesca para o baixo rio Sogamoso, Colômbia, a partir da abordagem da comunicação para a mudança social.

Resumen

La comunicación para el cambio social ha sido expuesta como una estrategia, un proceso y/o un propósito con el cual se fortalecen redes de acción y movilización. En este caso, se presenta la forma en que, desde esta, las comunidades pesqueras del bajo río Sogamoso, en el departamento de Santander, gestaron una estrategia de participación en las actividades y en la toma de decisiones de un Plan de Ordenación Pesquero. El artículo de reflexión se sitúa en la experiencia del diseño de una estrategia de comunicación formulada por nueve comunidades pesqueras del bajo Sogamoso, sobre las cuales se caracterizan sus formas y procesos particulares de comunicación, resaltando, entre otras, el papel del arte y la cultura como expresiones que contienen los códigos y las representaciones más profundas que desde la comunicación se pueden potenciar. Se concluye que, en comparación con otras perspectivas de la comunicación, la del cambio social potencia los procesos de participación y toma de decisiones sobre los territorios.

Palabras clave: Estrategia comunicacional, planificación ambiental, comunidades ribereñas, pesqueras, ordenamiento territorial, participación civil.

Abstract

Communication for social change has been presented as a strategy, a process and/or a purpose with which action and mobilization networks are strengthened. In this case, we present the way in which the fishing communities of the lower Sogamoso River, in the department of Santander, developed a strategy for participation in the activities and decision-making of a Fisheries Management Plan. The article is based on the experience of the design of a communication strategy formulated by nine fishing communities of the lower Sogamoso river, whose particular forms and processes of communication are characterized, highlighting, among others, the role of art and culture as expressions that contain the deepest codes and representations that can be promoted through communication. It is concluded that, in comparison with other perspectives of communication, that of social change enhances the processes of participation and decision-making in the territories.

Keywords: Communication Strategy, environmental planning, river's communities strategies, riverside populations, regional planners, civil participation.

Resumo

A comunicação para a mudança social tem sido descrita como uma estratégia, um processo e/ou um objetivo com o qual se fortalecem as redes de ação e mobilização. Neste caso, apresentamos a maneira pela qual as comunidades pesqueiras do baixo rio Sogamoso, no departamento de Santander, desenvolveram uma estratégia de participação nas atividades e na tomada de decisões de um Plano de Gestão da Pesca. O artigo se baseia na experiência do projeto de uma estratégia de comunicação formulada por nove comunidades pesqueiras do baixo rio Sogamoso, cujas formas e processos particulares de comunicação são caracterizados, destacando, entre outros, o papel da arte e da cultura como expressões que contêm os códigos e representações mais profundos que podem ser promovidos por meio da comunicação. Conclui-se que, em comparação com outras perspectivas de comunicação, a da mudança social aprimora os processos de participação e tomada de decisões nos territórios.

Palavras chave: Estratégia de comunicação, planejamento ambiental, estratégias de comunidades ribeirinhas, populações ribeirinhas, planejadores regionais, participação civil.

Presentación

La comunicación para el cambio social parece haber pasado por el penoso lugar de invisibilidad en la academia, entre otros motivos, por la extraña forma en que esta ha sido asociada a una práctica de comunicación precaria. Una de las razones, como lo expusieron Barranquero y Sáez (2010), es que se asume que la comunicación para el cambio social, al no suscribir sus prácticas en marcos tradicionales o institucionales de la comunicación, corre el riesgo de presentar dificultades de tipo económico. Condiciones como esta han conducido a que no se reconozca, o a que se analice muy poco, la potencia que tiene la comunicación para el cambio social en contextos con problemáticas específicas.

En América Latina, las expresiones y las experiencias de comunicación para el cambio social parecen posicionarse y abarcar espacios cada vez más amplios, particularmente por el porvenir que representan en materia de transformaciones sociales. El énfasis está sobre los movimientos sociales -especialmente en América del Sur y en Centroamérica-

reconocidos por sus usos de los procesos de comunicación, como unos de los mecanismos con que se hace frente a las desigualdades sociales, políticas y económicas (Corrales y Hernández, 2009).

El interés que suscita la comunicación en relación con lo popular y con los movimientos sociales ha abierto la puerta a reflexiones y debates sobre las formas que adoptan los procesos de cambio y de desarrollo social. De forma particular, son las prácticas políticas y sociales de corte emancipatorio las que han quedado expuestas, en tanto allí se contiene un sinnúmero de métodos y de propuestas en las que la comunicación adquiere un lugar especial (Mata, 2011).

Sin embargo, se ha advertido que los análisis de tipo empírico no son una preocupación generalizada en la academia, lo que conduce a que las reflexiones sobre la comunicación para el cambio social se den al margen del contacto con las comunidades (Barranquero y Sáez, 2010; Mata, 2011). Salvo algunos casos (p. ej. Rodríguez et al., 2008), conceptos como ciudadanía y participación siguen apareciendo de forma abstracta, con lo cual se hace difuso el ejercicio de empoderamiento que lleva consigo la comunicación para el cambio social (Barranquero y Ángel, 2015).

Este artículo tiene como propósito presentar y caracterizar la experiencia de diseño e implementación de una estrategia de comunicación para el cambio social realizada por las comunidades de pescadores del bajo río Sogamoso, departamento de Santander, en Colombia, entre los años 2014 y 2015.

Esto, en el marco de un ejercicio participativo del Plan de Ordenación Pesquera (POP) en este territorio. Con lo cual se busca contribuir con una reflexión sobre los alcances de la comunicación para el cambio social en contextos en los que las comunidades acuerdan y adoptan una serie de prácticas para resguardar sus territorios.

La empresa de energía ISAGEN, el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (CDPMM), la Asociación de Pescadores Artesanales y Agricultores del Magdalena Medio (Asopesamm), y la Fundación Humedales fueron las entidades y organizaciones responsables de hacer participativo el diseño del POP del bajo río Sogamoso. Fueron estas quienes lograron acercar a las comunidades pesqueras de las siguientes 9 localidades del bajo Sogamoso: La Playa, Cascajera, Puerto Cayumba, Puente Sogamoso, La Lucha, Bocas de Sogamoso, Pedral, Ciénaga el Llanito y Caño de San Silvestre.

Entre los propósitos de su participación, se buscó que las comunidades contribuyeran en la evaluación de la producción y de la actividad pesquera, en el análisis del estado de la población de peces, en el análisis de la actividad pesquera y su relación con otros servicios ecosistémicos, en la formulación de un plan de acción para la actividad pesquera, entre otros.

En concreto, el objetivo fue el de planificar el desarrollo de una actividad pesquera sostenible para la región del bajo Sogamoso, en el marco del equilibrio de un sistema socio-ecológico.



En este propósito la comunicación se situó como protagonista para propiciar la participación de las comunidades; sin embargo, en un principio se pensó esta estrategia desde el enfoque de la comunicación para el desarrollo que, aunque tiene algunas similitudes con el enfoque de la comunicación para el cambio social, no pueden comprenderse de la misma manera (Hermosilla, 2006). Por lo tanto, este artículo se permite generar un diálogo crítico desde los postulados de ambos enfoques, reconociendo y estableciendo que la comunicación para el cambio social es la alternativa que potencia y favorece la participación de las comunidades en los procesos de transformación y planeación de sus territorios.

El artículo expone, en primer lugar, un diálogo entre la comunicación para el cambio social y la comunicación para el desarrollo. En segundo lugar, describe y expone el proceso de formulación e implementación de la estrategia de comunicación concertada y llevada a cabo con y por las comunidades pesqueras del bajo río Sogamoso; en tercer lugar, presenta los resultados y alcances de esta estrategia. Finalmente, en cuarto lugar, presenta algunas conclusiones en las cuales reflexiona sobre la importancia que para estos procesos puede tener la comunicación para el cambio social.

Comunicación para el cambio social y comunicación para el desarrollo: empoderamiento o alfabetización

La comunicación para el cambio social (CPCS) y la comunicación para el desarrollo (CPD) han sido comprendidas desde sus usos y propósitos. Aunque encarnan marcadas diferencias, ambas ubican el foco del debate en la posibilidad de transformar o mejorar condiciones de vida de las personas en distintas dimensiones de su existencia (Corrales y Hernández, 2009; Hermosilla, 2006).

La distinción entre ambas radica tanto en sus métodos como en sus alcances. En este apartado se dejan en evidencia algunas de estas diferencias para resaltar la importancia que tuvo la CPCS en la estrategia de comunicación que se diseñó e implementó con las comunidades pesqueras del bajo Sogamoso en el marco del POP.

Ambos enfoques de la comunicación priorizan la participación como un elemento sustancial (ONU, 1997). Sin embargo, la CPCS adjudica un protagonismo casi que absoluto a las comunidades, en tanto reconoce el papel activo que cumplen en la configuración de sus territorios o de sus entornos sociopolíticos (Berrigan, 1981), mientras que en la CPD, las comunidades aparecen como meros informantes para los diagnósticos territoriales (Foro Iberoamericano y del Caribe, 2006). Con lo cual, la participación aparece diferenciada en tanto proceso para la CPCS o producto para la CPD.

El papel del comunicador también se distingue, pues desde la CPD este se entiende más como un alfabetizador (Hermosilla, 2006), mientras que en la CPCS el comunicador adopta una figura de mediador (Corrales y Hernández, 2009).

La trascendencia de esto deriva en que la mediación busca provocar la organización y la movilización de las comunidades, y la alfabetización pareciera conformarse con la sensibilización o la promoción de discursos sobre problemas a los que se ven enfrentados las comunidades.

Con la mediación se busca elevar las posturas y los debates que tienen origen en el seno de las comunidades, dotándolos de sentido político y crítico de la realidad, es decir, reconociéndolos como discursos alternativos desde donde se puede nombrar o decir lo indecible (Rodríguez, 2008). El mediador reconoce que la mayoría de las veces las comunidades han sido despojadas de su derecho a la palabra, por tanto, busca potenciarla y amplificarla a partir de los propios esfuerzos de las comunidades (Mata, 2011).

Mientras que la CPCS es ejercida por las comunidades y por el mediador, en la CPD el ejercicio recae sobre una serie de profesionales de la comunicación, cuya función ilustra lo que hasta acá se ha propuesto en los siguientes términos:

Profesionales de la práctica, la investigación y la docencia de comunicación que ayuda a forjar la capacidad de comunidades marginalizadas para crear y manejar procesos de mejoramiento de su vida al cobijo de la democracia, la equidad y la tolerancia. (Beltrán, 2005, p. 32)

Lo anterior trasciende en el imaginario que desde ambos enfoques de la comunicación puede tenerse sobre el concepto de ciudadanía. La CPD pretende el fortalecimiento de la democracia y para ello asume como propósito fortalecer el ejercicio de la ciudadanía (Hermosilla, 2006). Pero, como se mencionó, se trataría de una ciudadanía que aporta la información que posee de los problemas, pero no necesariamente con acciones y posturas para resolverlos.

En cambio, en la CPCS el ejercicio de la ciudadanía se asume activa y permanentemente en las prácticas y en las relaciones que circunscriben la realidad de las comunidades (Rodríguez, 2008). No es solo la información que poseen, sino la sabiduría y la experiencia en torno a esta las que entran en juego para asumirse como sujetos históricos que transforman sus realidades.

Por lo mismo, la CPCS se reviste de múltiples lenguajes, que no son únicamente la prensa, la radio, la televisión o internet (Martín-Barbero, 1998), sino también el arte, el teatro, la música, etc. (Barranquero y Sáez, 2010); retoma las polifonías culturales de las comunidades y las reconoce como prácticas comunicativas, en las cuales la comunicación y sus lenguajes aparecen solo como un pretexto, mientras que lo que adquiere mayor valor son los procesos y los propósitos con los que la comunicación repara o fortalecen el tejido social (Rodríguez, 2008).

Esto hace que la CPCS sea un ejercicio al servicio de procesos emancipadores y de transformación, en el cual las organizaciones populares o los movimientos sociales desarrollan técnicas y habilidades para comprender críticamente la realidad y poder transformarla (Kaplún, 1985).



La CPCS constituye una de las tantas formas en que las comunidades, las organizaciones o los movimientos sociales buscan transformar las lógicas del poder (Mata, 2011), propiciando espacios de empoderamiento y de toma de decisiones (Rodríguez et al., 2002).

En síntesis, la CPCS se distingue de la CPD en tanto privilegia los procesos comunicativos por encima de los productos; por el papel que cumple el comunicador como mediador (para la CPCS) o como protagonista (para la CPD); y por la importancia que le da al reconocer que el cambio social viene de las propias comunidades y no necesariamente dese la lógica desarrollista de las instituciones.

Estrategia de comunicación para el cambio social en el Plan de Ordenamiento Pesquero del bajo río Sogamoso

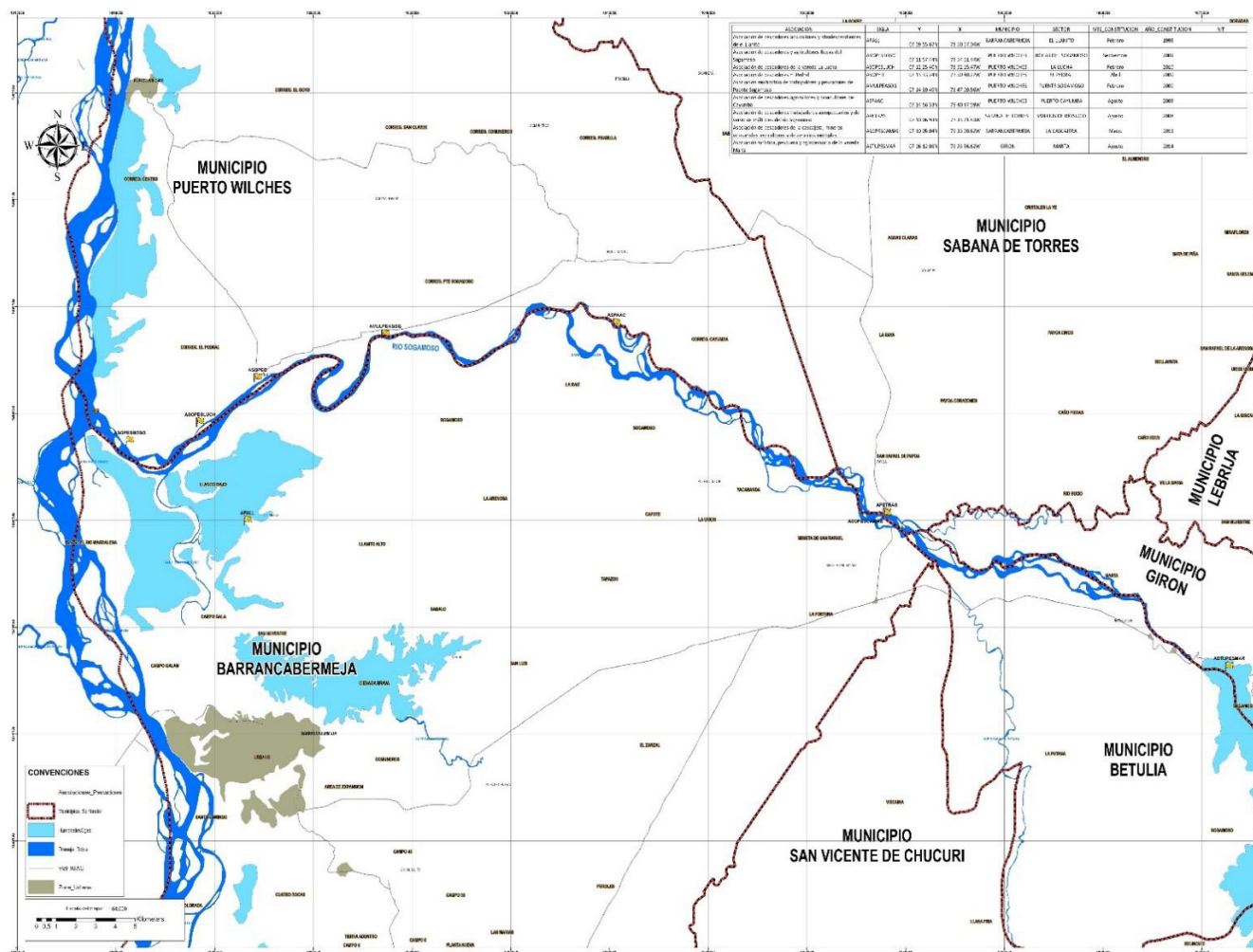
El proceso de participación en el POP del bajo Sogamoso fue financiado por la empresa de energía ISAGEN, con el apoyo de la CDPMM, la Asopesam y la Fundación Humedales. Esta apuesta es el resultado de una solicitud expresa de las comunidades aguas abajo del río Sogamoso y de la Autoridad Nacional de Pesca y Acuicultura. Este POP se presenta en el año 2014 como una estrategia para hacer frente al cada vez más bajo nivel de pesquería en las cuencas del río Sogamoso.

Especies como el bagre rayado (*Pseudoplatystoma magdaleniatum*) y el bocachico (*Prochilodus magdalenae*) se han visto amenazadas por su valor comercial y por la presión pesquera que las somete a procesos de captura y consumo que derivan en su desaparición de la cuenca del río (Mojica et al., 2012). El proceso incluyó el diseño e implementación de una estrategia de comunicación para el cambio social con las comunidades pesqueras. El propósito de esta estrategia fue aportar en la generación de una reflexión y transformación de las prácticas culturales, los imaginarios y las creencias sociales que existen en torno a la gestión pública y comunitaria para el aprovechamiento, la protección y el control del recurso pesquero aguas abajo del río Sogamoso.

La estrategia de comunicación estuvo mediada por la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio (AREDMAG), que ubicó como protagonista a la comunidad pesquera en la formulación de las acciones necesarias para hacerle frente a la problemática mencionada. De esta manera se generó un plan de acción que vinculó a los líderes de las asociaciones de pescadores de nueve sectores o localidades ubicadas aguas abajo del río Sogamoso (mapa 1).

La estrategia de comunicación se diseñó e implementó a partir de cuatro fases de trabajo. La primera consistió en la conformación de equipos de trabajo en cada uno de los nueve sectores, posteriormente estos equipos se convertirían en colectivos de comunicación. Además, estuvieron conformados por pescadores, niños y niñas, jóvenes, docentes, comerciantes y líderes sociales.

Mapa 1 Asociaciones Pescadoras



El cuadro de información (1) y el cuadro de convenciones (2) que aparecen en el mapa se amplían en la página posterior al mapa para su mejor comprensión.

La segunda fase consistió en la caracterización tanto de los usos pedagógicos de la comunicación, los medios y las expresiones artísticas de las comunidades, como de los tensionantes (o problemáticas ambientales) que afectan el recurso pesquero. A partir de la cartografía social se priorizaron las problemáticas a abordar desde la estrategia de comunicación, la dimensión y las formas comunicativas de cada territorio.

La tercera fase se centró en un mapeo de actores clave que intervienen en las problemáticas del recurso pesquero del bajo río Sogamoso, para analizar sus posiciones, sus intereses y la importancia de su participación en el uso sostenible y responsable del recurso pesquero del río.

1

ASOCIACIÓN	SIGLA	Y	X	MUNICIPIO	SECTOR	MES_CONSTITUCION	AÑO_CONSTITUCION	NIT
Asociación de pescadores acuicultores y afrodescendientes del Llanito	APALL	07 09 55.67N	73 50 57.04W	BARRANCABERMEJA	EL LLANITO	Febrero	1998	
Asociación de pescadores y agricultores Bocas del Sogamoso	ASOPESBOSO	07 11 57.44N	73 54 11.44W	PUERTO WILCHES	BOCAS DEL SOGAMOSO	Septiembre	2009	
Asociación de pescadores de la vereda La Lucha	ASOPESLUCH	07 12 25.40N	73 52 15.47W	PUERTO WILCHES	LA LUCHA	Febrero	2010	
Asociación de pescadores El Pedral	ASOPED	07 13 33.24N	73 50 40.22W	PUERTO WILCHES	EL PEDRAL	Abril	2009	
Asociación multiactiva de trabajadores y pescadores de Puente Sogamoso	AMULPEASOG	07 14 39.49N	73 47 09.56W	PUERTO WILCHES	PUENTE SOGAMOSO	Febrero	2009	
Asociación de pescadores agricultores y acuicultores de Cayumba	ASPAAC	07 14 56.33N	73 40 47.59W	PUERTO WILCHES	PUERTO CAYUMBA	Agosto	2009	
Asociación de pescadores trabajadores agropecuarios y de servicios múltiples del río Sogamoso	APETRAS	07 10 06.93N	73 33 21.43W	SABANA DE TORRES	SAN LUIS DE RÍOSUCIO	Agosto	2008	
Asociación de pescadores de la Casajera, mineros artesanales agricultores y de servicios múltiples	ASOPESCAMAS	07 10 05.04N	73 33 20.62W	BARRANCABERMEJA	LA CASAJERA	Marzo	2013	
Asociación turística, pesquera y agropecuaria de la vereda Marta	ASTUPESMAR	07 06 12.08N	73 23 56.62W	GIRON	MARTA	Agosto	2014	

2



La cuarta fase correspondió al diseño y a la implementación de la estrategia de comunicación. Para ello se utilizaron los insumos recogidos en las fases previas. De este modo se definieron las actividades a realizar frente a cada problemática, el público objetivo, los contenidos y mensajes, y los medios comunicativos, artísticos o culturales que se utilizarían.

La proyección de las acciones incluidas en las estrategias de comunicación tuvo un alcance de doce meses, tiempo en el cual las comunidades y los colectivos de comunicación implementaron las acciones de comunicación, información, arte y cultura allí incluidas. Para la implementación de las estrategias se realizaron una serie de talleres diferenciados por cada sector de acuerdo con las piezas informativas, artísticas y procesos comunicativos priorizados por cada colectivo. Estos talleres tuvieron como propósito formar en competencias y habilidades comunicativas a los colectivos para que fueran ellos mismos quienes diseñaran y ejecutaran cada una de las acciones que comprenden las estrategias.

El proyecto contempló el acompañamiento a los colectivos de comunicación hasta la realización del pilotaje de la implementación de las estrategias durante los primeros tres meses de ejecución.

Cada sector comunitario contó con un recurso económico para la producción de las acciones y su respectiva circulación. A continuación, se señala el desarrollo de las fases, específicamente de las relacionadas con caracterización de las formas comunicativas, la identificación de las problemáticas y de los actores clave y, por supuesto, el diseño de la estrategia de comunicación.

La comunicación el arte y la cultura en las comunidades pesqueras

Además de sintonizar las grandes cadenas corporativas a nivel nacional, las comunidades pesqueras del bajo Sogamoso utilizan los canales locales como medios para comunicarse. Destacan emisoras como Sogamoso Estéreo, Tabacurú Estéreo, Puerto Wilches Estéreo y La Voz de la Inmaculada.

También hacen uso del canal de televisión comunitario Onix y la televisión por cable local. Estas emisoras y canales de televisión son medios a partir de los cuales las comunidades acceden a información noticiosa local, regional y nacional.

Pero también cuentan con una serie de medios y dispositivos de comunicación propios. Además del voz a voz, utilizan carteleras, megáfonos y folletos para informar de reuniones o encuentros que son de interés para toda la comunidad. También cuentan con canales y emisoras comunitarias para su entretenimiento y para compartir información general. El internet y el celular, que pueden asumirse como medios apropiados, son utilizados para consultar a la comunidad sobre eventos de interés.

Además, existen otras formas vinculadas al arte y a la cultura desde las cuales las comunidades pesqueras ejercen la comunicación. Entre estas sobresalen la producción musical de porro y vallenato, sus prácticas de tradición oral y de cuentería como estrategias para transmitir saberes, como también las artes plásticas y escénicas, que son representativas de algunas de sus tradiciones.

Muchas de estas prácticas y muchos de los y las artistas allí caracterizados ubican en el centro de sus creaciones temas relacionados con la protección de los ríos y de la cultura pesquera. Además, se identificaron algunos lugares, propios de sus encuentros cotidianos, de gran importancia para el ejercicio comunicativo.

Esto en tanto son lugares para deliberar o para celebrar tradiciones que, en cualquiera de los casos, cohesionan a la comunidad y les permite reproducir o reformular acciones y prácticas que resguarden el territorio del bajo río Sogamoso.

Se destacan aquellos espacios donde se reúnen las Juntas de Acción Comunal (JAC) y las asociaciones de pescadores. Las primeras son figuras asociativas reconocidas legalmente en Colombia como la estructura de acción y decisión a nivel local en barrios y veredas. La segunda es una forma de organización propia de las comunidades que se ha venido consolidando en torno a sus dinámicas de producción.



Además, se han establecido otros espacios deliberativos en los que participan entidades como ISAGEN, INGETEC, CDPMM, ECOPETROL con quienes se llega a diferentes acuerdos sobre el territorio. También está la figura del cabildo abierto que, aunque no es muy referenciado por las comunidades como un espacio deliberativo, cumple una función esencial de toma de decisiones a nivel local, en tanto allí participan todas las JAC, pero también otro tipo de organizaciones comunitarias o movimientos sociales que tienen incidencia a nivel territorial.

Destacan también los festivales del río como Tienda Nueva y San Luis de río Sucio, las fiestas de temporada navideña, algunos eventos de tipo religioso y otras fechas festivas como Días de la Madre, del padre, del Niño y del Trabajo. Estos escenarios se convierten en un dispositivo de cohesión en la comunidad que, entre otros, posibilita el encuentro de las comunidades en torno a símbolos y códigos propios del territorio que además de celebrarse refuerzan su identidad y reconocimiento.

Sumado a esto, se ubican lugares en los que cotidianamente se encuentran las comunidades, como el centro de acopio, el bingo de los domingos, los bailes comunales, etc. Todos estos permiten que las personas estén en permanente contacto y lo aprovechen no solo para tener conversaciones cotidianas, sino también para comunicar, por ejemplo, preocupaciones o propuestas sobre la situación de pesca y, en este caso, lo relativo a la ordenación pesquera.

Como cualquier comunidad, la del bajo Sogamoso presenta una formas y contenidos comunicativos de su identidad local y de la expresividad propia del territorio. Ritos, mitos, fiestas religiosas, incluso sus formas de vestir, comunican una realidad singular que evidencia una forma de vida y de producción de la sociedad íntimamente relacionada con la vida en el río.

Del territorio, que comprende a sus gentes, emana una cosmovisión que eleva la figura del pescador, de la pesca y del río. Toda esta identidad se condensa en los discursos y en las prácticas que hacen parte del entramado comunicativo en el bajo río Sogamoso.

Todo esto ubica desde la alternatividad la comprensión de la dimensión comunicativa en estas comunidades, resaltando el carácter situado desde el cual generan conocimientos que circulan en flujos comunicativos que no se reducen a un proceso de emisión y recepción. En cambio, se nutre de la interacción y el encuentro permanente entre las personas de la comunidad, quienes tienen múltiples formas y medios para expresarse y generar cohesión en el territorio.

Se resalta entonces que el punto de partida para la formulación e implementación de la estrategia de comunicación es la comunidad, sus formas y medios, y medios para la comunicación, y sus conocimientos. De entrada, esto supone privilegiar y anteponer el principio de participación de las comunidades en el acto comunicativo, especialmente cuando se trata de una estrategia de comunicación que tiene como propósito la sostenibilidad del territorio.

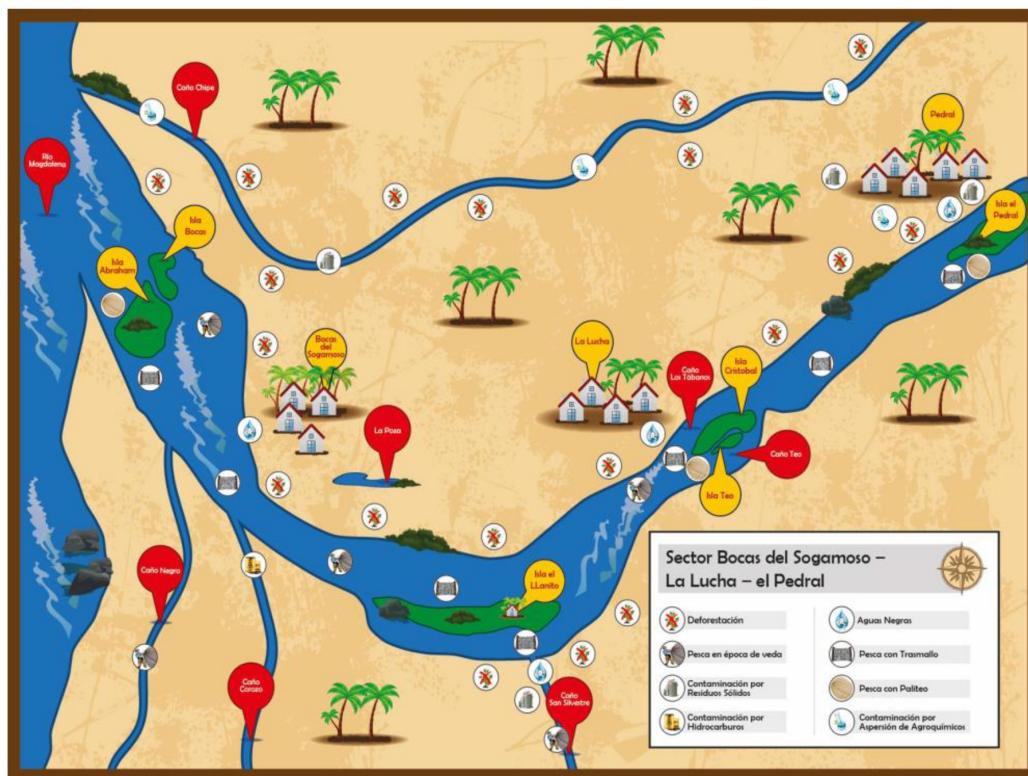
Problemas priorizados en torno al recurso pesquero

El diseño de la estrategia de comunicación se ha pensado para que las organizaciones de pescadores y la comunidad en general puedan proyectar -a través de la radio, el teatro, la danza, la música y otras manifestaciones artísticas y culturales- diversas acciones de generación de opinión y debate para la reflexión frente a la problemática del recurso pesquero.

En ese sentido, se identificaron y priorizaron los problemas ambientales relacionados con el recurso pesquero. Para ello se hizo un ejercicio de cartografía social en cada una de las comunidades que hicieron parte del proyecto. Algunas de estas se presentan a continuación (Mapa 2 y Mapa 3)

Mapa 2

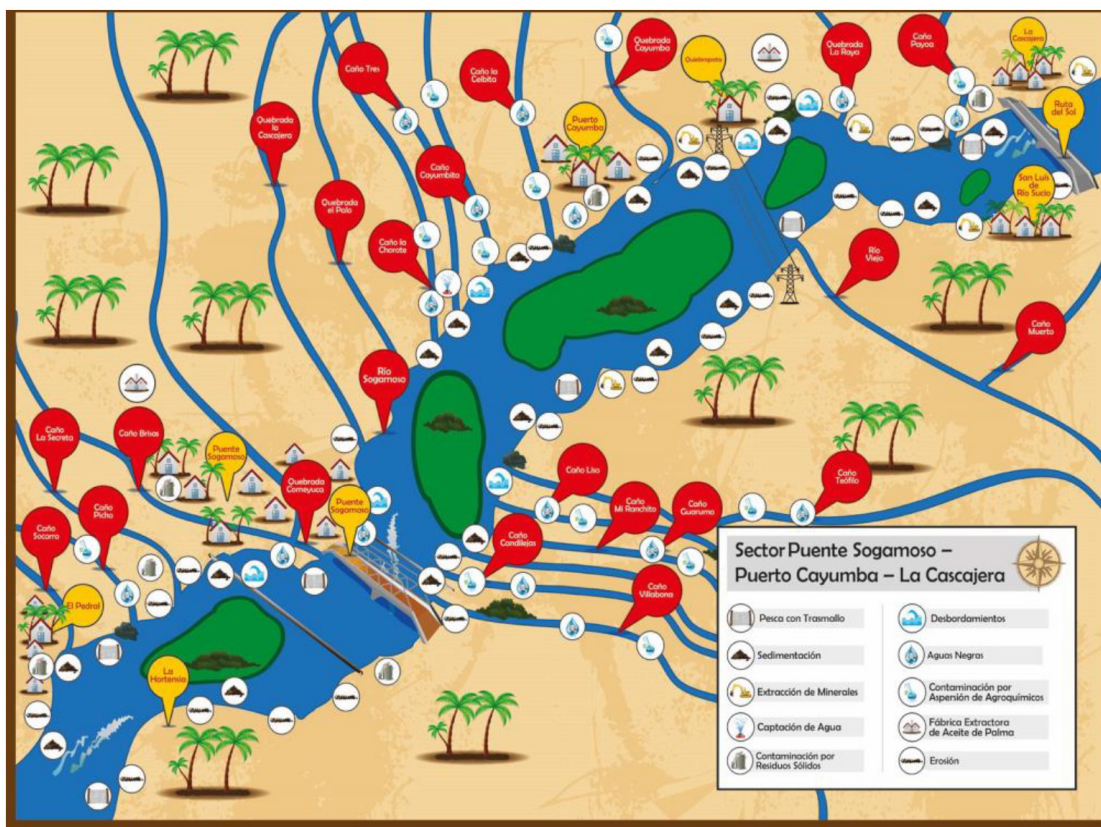
Tensionantes ambientales en Bocas del Sogamoso – La Lucha – El Pedral



Nota. Fuente: elaborado por las comunidades

Mapa 3

Tensionantes ambientales en Puente Sogamoso – Puerto Coyumba – La Cascajera



Nota. Fuente: elaborado por las comunidades

Gracias a su participación, se lograron identificar, en primer lugar, las problemáticas de mayor repercusión en los diferentes territorios y, en segundo lugar, aquellas priorizadas para ser atendidas y resueltas por parte de la misma comunidad. De esta manera se seleccionaron las siguientes problemáticas como horizonte de acción para el diseño de la estrategia de comunicación:

- Problema No. 1: Pesca con artes no permitidas
- Problema No. 2: Pesca en época de veda
- Problema No. 3: Contaminación por residuos sólidos
- Problema No. 4: Deforestación de orillas y laderas
- Problema No. 5: Respresamiento del río

Sobre la pesca con artes no permitidas, los pescadores destacan primero, y de forma particular, la pesca con trasmallo, en el que se extrae el recurso pesquero a partir de un mecanismo de captura por enmallamiento.

Dependiendo de la dimensión de los nudos de la malla, el trasmallo puede capturar tal cantidad de especies de peces que redundan en una problemática ambiental, pues al final de la captura solo se seleccionan aquellos que son aptos para el consumo y el comercio, mientras que el resto de las especies son extraídas de su hábitat sin ningún valor alimenticio o comercial.

A esto último se le conoce como pesca fantasma, entendida como la captura de especies en artes de pesca abandonadas. Puede suceder que se extraigan peces u otros organismos que no son aptos para el consumo o que estos mismos queden enredados en el fondo de la red que permanece en el río.

En cualquiera de los casos, se presenta una mortandad por ‘pesca oculta’ durante periodos prolongados de tiempo (Bjordal, 1999). Incluso en algunas zonas de Colombia se ha prohibido la pesca con trasmallo por ser un método que no permite que la pesca se realice de forma selectiva, ocasionando daños tanto a reptiles como a especies silvestres de aves (Corporación Autónoma Regional del Valle del río Cauca [CVC], 2017).

En segundo lugar, la pesca en época de veda ha constituido un problema en la zona baja del río Sogamoso en tanto obstaculiza el ciclo de reproducción de especies acuáticas, especialmente de peces. Cuando se sigue desarrollando la pesca en estas épocas se corre el riesgo de poner en peligro la seguridad alimentaria asociada a la pesca y la sostenibilidad de la especie extraídas del río durante este periodo (Fondo Mundial para la Naturaleza, 2021).

En tercer lugar, se ha priorizado la contaminación por residuos sólidos debido al vertimiento de diferentes tipos de desechos en los ríos. Esto trae como consecuencia la reducción de especies para la pesca, problema que se agudiza con la deforestación de orillas y laderas, que ocupa el cuarto lugar en el ejercicio de priorización, y que puede conducir a que el río se seque y reduzca sus niveles, afectando, naturalmente, el proceso de pesca de las comunidades.

En quinto lugar, se encuentra el represamiento del río realizado en el año 2014 por la empresa ISAGEN para la producción de energía. El principal problema que se genera es el bloqueo de las rutas de migración de los peces y el atrapamiento de los sedimentos ricos en nutrientes y necesarios para reabastecer al delta río abajo.

Comunicación para la ordenación del recurso pesquero

Este apartado expone una serie de propuestas en torno a la comunicación, el arte y la cultura definidas por las comunidades pesqueras, que tienen como fin transformar la realidad de la gestión de un bien de uso común como lo es el recurso pesquero. La forma en la que se presentan las acciones propuestas es a partir de su agrupación en las dimensiones comunicativa, artística y cultural.



La versión original de la estrategia está mucho más estructurada por cada una de las acciones propuestas en los sectores o territorios que participaron del proceso. Para enmarcarlas en este ejercicio de reflexión, se caracterizan las propuestas de una forma más simple que da cuenta cómo cada acción tiene impreso el carácter popular, comunitario, participativo y alternativo de la comunicación en su proyección.

El principal recurso comunicativo de las comunidades del bajo río Sogamoso es el encuentro entre pescadores, con la comunidad o con entidades ambientales o administrativas locales. El principio que rige este tipo de encuentros es el de reconocer los diferentes puntos de vista en torno a las problemáticas ambientales priorizadas. Las comunidades generan estos escenarios de encuentro amplios como una forma de garantizar la participación en los espacios programáticos en torno al cuidado y a la protección del recurso pesquero.

Estos encuentros, basados en principios de participación y horizontalidad, han constituido a lo largo del tiempo una forma de comunicación alternativa sobre la resolución de problemas a nivel territorial; distan de formas comunicativas en las que las comunidades se encuentran marginadas de los procesos de toma de decisiones o, incluso, de aquellas en las que aparecen como una mera fuente de información para diagnosticar un problema. Tampoco se limitan únicamente a brindar información a ‘expertos’, sino que se vincula en la toma de decisiones y en el posterior escenario de ejecución de las acciones determinadas.

Conscientes de que la atención a problemáticas de esta naturaleza supone una acción integrativa y mancomunada, los escenarios de encuentro son abiertos a otro tipo de actores o entidades que no son propiamente parte de la comunidad. Además de las autoridades locales, se busca la participación de la academia o de organizaciones que contribuyan en la comprensión de los problemas o en la realización de acciones que favorezcan la sostenibilidad del recurso pesquero. Se proponen reuniones o foros con estas entidades y actores que permitan ampliar la perspectiva de acciones, por ejemplo, para la eliminación de artes de pesca no permitidas, como lo es el trasmallo.

Esta es una estrategia de comunicación que deriva en un proceso de reconocimiento en dos vías. La primera de ellas se da por parte de estas entidades o autoridades generalmente encargadas de tomar decisiones administrativas sobre el ordenamiento territorial, quienes deben reconocer el papel preponderante de las comunidades en la continuidad de estos procesos. Y la segunda se presenta por parte de la misma comunidad, quien se reconoce a sí misma como actor y agente del territorio, y con quien se debe tomar las decisiones que tienen algún impacto en sus modos y medios de vida.

Sobre esto último, las mismas comunidades reconocen sus alcances y sus límites, es por esta razón que algunas de las acciones propuestas suponen el diseño y ejecución de talleres con participación de la comunidad para generar procesos formativos en torno a las problemáticas identificadas. Quiere decir que la educación comunitaria y popular aparece también como una estrategia de comunicación que garantiza tanto la sensibilización para entender los problemas, como la cualificación para resolverlos.

De esta forma se aleja de la idea de que sean otros actores los que se encarguen de develar las problemáticas ambientales, siendo, en cambio, la misma comunidad, con sus conocimientos y prácticas, la que determine cuáles son y cómo resolverlas.

El voz a voz también representa una acción comunicativa de gran valor para las comunidades. Aunque no tiene las características de formalidad de un encuentro territorial, de un encuentro con entidades o de la realización de un taller, igualmente permite un diálogo mucho más personalizado en el que emergen prioridades de entendimiento y de acción en torno a los problemas ambientales. Esta estrategia, a su vez, supone un despliegue territorial, pues se ha propuesto también en el marco de visitas puerta a puerta en todos los hogares de los corregimientos, buscando ser vinculante de la mayor cantidad de población posible.

Otras de las acciones propuestas en el marco del diseño de esta estrategia, y que tiene que ver con la dimensión comunicativa, se basa en el uso de tecnologías mediáticas impresas, radiales y audiovisuales. De las tecnologías impresas es común que se haya propuesto el uso de vallas informativas, de pasacalles, de pendones y de folletos que informen a la comunidad sobre el tipo de prácticas pesqueras que más afectan la sostenibilidad del río.

Además, estos recursos informativos permiten un abordaje específico de los distintos problemas expuestos por la comunidad, haciendo que sean de reconocimiento permanente por estar ubicados durante importantes periodos de tiempo en el espacio público.

Por supuesto que por su carácter informativo no suponen un escenario de diálogo como sí lo hacen las otras acciones propuestas que hasta acá se han señalado. Pero se tiene en cuenta que en el diseño de este tipo de recursos impresos se cuenta con la participación de algunos actores de la comunidad, lo que supone que hay impresa una visión mucho más territorializada de los problemas ambientales que se quieren exponer.

Otras acciones que hacen parte de la estrategia, y se basan en el uso de las tecnologías mediáticas, son las campañas radiales propuestas por los pescadores. Haciendo uso de las emisoras que se sintonizan en los territorios, entre las cuales está, además, la emisora comunitaria de Puente Sogamoso y Radio Patio, se propone la emisión de mensajes que promuevan la pesca artesanal y que informen sobre las ventajas de hacer uso de estas artes de pesca. En el mismo sentido aparecen los mensajes televisivos.

Por último, en el marco de la dimensión comunicativa, destaca la definición del espacio público como un escenario que comunica la importancia de, por ejemplo, la separación de residuos sólidos. La comunidad ha denominado esta propuesta como “creación de puntos ecológicos para la comunidad” que, al ser un punto físico, permite la interacción directa y permanente de la comunidad con sistemas de reciclaje comunitarios. Intervenir el espacio público desde esta perspectiva podría convertirse en un recurso comunicativo que interpele permanente a la comunidad sobre su rol en la protección y resguardo ambiental del territorio. Esto puede funcionar en mejor medida



siempre y cuando sea el resultado de una socialización y determinación previa en la que haya participado abiertamente la comunidad.

La dimensión artística ocupa también un lugar de considerable relevancia en la estrategia de comunicación formulada. Los murales y los grafitis, que son una expresión alternativa y de carácter popular entre las comunidades, aparecen como una de las principales propuestas para reivindicar la pesca con artes tradicionales y la no contaminación del río. El grafiti también se entiende como una propuesta de intervención del espacio público que, desde su carácter artístico, interpela a la comunidad con mensajes disruptivos, vincula principalmente a la población joven de los territorios y cautiva el interés de las generaciones futuras.

En ese marco, también se ha propuesto, como una estrategia desde el arte, la organización de jornadas de pintura con los niños y las niñas de los territorios, cuyas obras se plasmaron en los calendarios elaborados por las comunidades pesqueras. Estos espacios están dinamizados por el relato de historias del territorio en torno al río y la pesca.

En esta misma línea de acciones propuestas desde el arte, el teatro aparece como una herramienta de sensibilización y de generación de diálogo sobre el uso de artes de pesca no permitidas, la contaminación por residuos sólidos y el papel del Estado en el rol de vigilancia y control frente a la no agudización de estos problemas.

La propuesta de acción en torno al teatro involucra directamente a sectores de la comunidad que no necesariamente son actores, pero que sí quieren participar de este proceso por la convicción que el propósito de la acción genera. De esta manera, se abre el abanico de estrategias para que la comunidad tenga la posibilidad de participar en el ejercicio comunicativo.

La música, que ha sido una de las principales fuentes artísticas en los territorios del bajo río Sogamoso también se integra a la estrategia de comunicación formulada. Por un lado, se propone la creación y producción de canciones que aborden temáticamente los problemas señalados; y, por otro, se define la realización del Festival de Música Ciénaga y Río, que sirve de plataforma para impulsar creaciones artísticas de esta naturaleza, orientadas al cuidado del río y del recurso pesquero.

Por último, desde la dimensión cultural de la estrategia, y anclado a lo señalado en el párrafo anterior, se propone la planificación y ejecución de festivales gastronómicos con recetas originales de pescado, incentivando así su consumo responsable. Así, aparece como propuesta reactivar el Festival del Bocachico, escenario tradicionalmente compartido por las comunidades, pero que con el paso de los años ha dejado de realizarse.

En este sentido, se propone un festival adicional pensado como Reinado del Reciclaje, práctica tradicional de los municipios en Colombia para elegir reinas temáticas de productos o elementos autóctonos de las regiones, pero que adopta una postura en función de la no contaminación de los ríos.

En esta misma dimensión cultural, resalta una última propuesta que es la de las tertulias de los abuelos. Evidentemente se inscribe en el tipo de prácticas que desde la tradición oral han intentado cohesionar a las comunidades en torno a elementos de su identidad territorial. Estas tertulias se proponen en el marco de un proceso de diálogo intergeneracional que permita reivindicar la diversidad y riqueza histórica que durante mucho tiempo caracterizó la zona baja del río Sogamoso.

En términos generales, la estrategia de comunicación formulada se caracteriza por vincular en la medida de lo posible a diferentes actores de la comunidad. Así, adopta como principio la participación, buscando viabilizar una serie de acciones en las cuales se le puedan asignar roles y responsabilidades a personas de diferentes edades y, por supuesto, de diferentes géneros. Es una estrategia de comunicación que pone como protagonistas a las comunidades, sus recursos, sus escenarios y sus habilidades; tiene, a la vez, como origen y como fin, la atención de una serie de problemáticas que afectan directamente sus vidas y sus territorios.

Como queda en evidencia, es una estrategia que puede considerarse ambiciosa por la diversidad de sus acciones. Sin embargo, en términos organizativos, se propuso la creación de un comité editorial que funja como “guardián del mensaje” y que actúe en torno a las siguientes consideraciones:

- Manejo de temas coyunturales que surgen del reconocimiento del entorno y la realidad de los tensionantes ambientales
- Definición de los temas de las acciones en correspondencia con las problemáticas que puedan ser resueltas directamente por la comunidad
- Precisión de un público objetivo específico
- Planificación de piezas comunicativas que se puedan producir a corto plazo
- Garantía de la difusión de las piezas comunicativas dentro de los territorios
- Elaboración de una propuesta de uso pedagógico que involucre la difusión en el territorio, en el marco de la producción de las piezas comunicativas
- Ejecución de las directrices que se formularon desde la estrategia de comunicación, en el marco de la producción de las piezas comunicativas

De esta forma se buscó garantizar que el desarrollo de la estrategia se presentara según los propósitos en torno a los cuales se diseñó, configurando una estructura de planeación y seguimiento de cada una de las diferentes acciones como lo fue el comité editorial.

Este se ha encargado de hacer seguimiento a la estructura de la estrategia, verificando que los tiempos propuestos, el público objetivo y los resultados esperados se alcanzaran según los términos establecidos.

Resultados de la estrategia de comunicación

Esta estrategia de comunicación permitió fortalecer los procesos de interlocución entre las organizaciones de pescadores con las entidades públicas y privadas de los territorios. A partir de esta estrategia se instaló una mesa permanente de protección y cuidado del río Sogamoso con participación de los representantes de los pescadores, la Armada Nacional, la Policía Ambiental, la Autoridad Nacional de Pesca (AUNAP) e ISAGEN. Esto condujo a que se acordara una mayor vigilancia en el río para prevenir la pesca ilícita; la vigilancia se asumió como un asunto de responsabilidad por parte de los pescadores, quienes, en conjunto con la Armada, se comprometieron a generar nuevos canales de comunicación para mantenerse alerta ante cualquier eventualidad.

También se lograron acuerdos con algunas Alcaldías (Sabana de Torres y Puerto Wilches) para prestar el servicio de recolección y transporte de residuos sólidos en los corregimientos del Pedral y San Luis de Riosucio. Anteriormente estas comunidades botaban estos residuos al río con el argumento de la no prestación de este servicio por parte de la Alcaldía y la falta de tierra y permisos ambientales para crear rellenos sanitarios.

También se llegó a un acuerdo con las alcaldías de Barrancabermeja y Puerto Wilches para realizar la veda concertada de bagre con los pescadores. Este acuerdo permite a los pescadores del bajo Sogamoso contar con un recurso económico para realizar acciones como guarda ríos (limpieza de caños, quebradas, construcción de palizadas en la ciénaga El Llanito, como refugio de peces, entre otras acciones) mientras dura la época de veda.

Además, se creó e implementó una estrategia artística y cultural en el bajo río Sogamoso para hacer pedagogía en torno al cuidado y la protección del río. De esta estrategia destaca la grabación de canciones compuestas por pescadores del territorio, la elaboración de un cuento infantil, la creación de un juego para conocer la fauna y la flora del río, la producción de cuñas radiales producidas por los mismos pescadores, la instalación de vallas informativas sobre la prohibición de la pesca de algunas especies y la realización de festivales.

Por supuesto, también se redactó el Plan de Ordenación Pesquera de la Cuenca Baja del Río Sogamoso. No obstante, tras casi una década de proceso este no ha sido aprobado por la Autoridad Nacional Pesquera, según relata Yuli Mora, representante legal de la Mesa de Pesca del Bajo Río Sogamoso, y quien se ofreció para darnos una entrevista con motivo de la realización de este artículo.

Según comentó Yuli en entrevista -con la ventaja y la reflexión que permite la retrospectiva-, todo el proceso de participación para el POP, gestado de la estrategia de comunicación desde el enfoque de la CPCS, fortaleció la composición y el funcionamiento de las asociaciones pesqueras en cada territorio. Comentó que los procesos de gestión y administración del recurso pesquero se vieron favorecidos, especialmente porque el proceso sirvió para organizar mucho mejor el trabajo de los y las pescadoras.

En la entrevista, Yuli también afirmó que el flujo de recursos y de trabajo aumentó sustancialmente tras todo el proceso de participación para el POP.

Pero no solo eso, afirmó que la estrategia de comunicación sirvió para transformar prácticas de pesca, especialmente aquellas en las que se utilizaban artes ‘ilícitas’ o de mayor impacto para los ecosistemas del río y el territorio. Según sus cálculos, más del 60% de las y los pescadores decidieron utilizar artes de menor impacto ambiental. Entre otras cosas, aquellas acciones que involucraban directamente a las comunidades fueron las que más resonancia tuvieron; a pesar de que el POP no ha sido formalmente aprobado por la autoridad pesquera, todo el proceso participativo para su diseño trascendió entre la comunidad con acciones concretas.

Por supuesto, aún queda mucho camino por recorrer para cumplir con lo trazado en el POP, pero, como advierte Yuli, en su mayoría estas son responsabilidades que involucran esencialmente a las instituciones del Estado. Por ejemplo, en materia de vigilancia, la Policía y la Armada se encuentran ante dificultades propias de las complejidades territoriales asociadas a la violencia y al conflicto. Ante eso, es difícil que la comunidad pueda desplegar un mecanismo de vigilancia efectiva, y sin embargo lo intentan, según comentó Yuli. Ante los avances y ante las dificultades, queda el reflejo de que toda la estrategia de comunicación para la participación de la comunidad en el POP contribuyó a que fueran los procesos comunitarios los que se interesaran por pensar formas de ordenarse y ordenar el territorio.

En lo organizativo y en la gestión del recurso y las actividades pesqueras, que permanecen con el paso de los años, se encuentra el principal resultado de todo el proceso que se describe en este artículo. La Mesa de Pesca, que es la estructura organizativa que hoy sigue funcionando, es la memoria viva del trabajo comunicativo y de participación que se hizo en torno al POP. Es precisamente ese el proceso que sostiene el recurso pesquero a pesar de las dificultades.

Discusión y conclusiones

Este artículo dialoga desde la perspectiva de la CPCS, de la cual reconoce su potencialidad para transformar los procesos sociales y los territorios, en tanto vincula de forma protagónica a las comunidades. Desde esta postura se posiciona críticamente frente a la comunicación para el desarrollo, de la cual se reconoce su intención para atender necesidades en los territorios, pero sobre la que también asume una distancia en cuanto a sus alcances.

Este diálogo, como se mencionó, está provocado por la experiencia misma que acá se relata, pues en principio, según las sugerencias de entidades acompañantes en el proceso, se había adoptado una idea para que la estrategia de comunicación que acompañara la formulación del POP fuera mucho más cercana a los postulados de la CPD.



Sin embargo, desde la perspectiva profesional de la AREDMAG, asociación que medió la estrategia de comunicación, se reconoció que la apuesta política y ambiental que soportaba el diseño y la implementación de esta estrategia podría encontrar mayor alcance en la CPCS.

Lo anterior en cuanto a que el mismo proceso reclamaba una estrategia de comunicación que, antes que generar algún producto, pudiera reconocer, validar y ayudar a fortalecer aquellos procesos comunicativos cuyo propósito es la reconstrucción de un tejido social (Rodríguez, 2008). En este caso, el de las comunidades pesqueras, quienes, además de cualquier proceso de sensibilización, tendrían que ser las encargadas de definir el tipo de acciones y tomar las decisiones (Rodríguez et al., 2002) para el resguardo y la sostenibilidad del río y del recurso pesquero.

Fue así como, antes de pensar en una estrategia comunicativa más parecida a un proceso de alfabetización, propio de la CPD (Hermosilla, 2006), se rescataron las prácticas comunicativas, artísticas y culturales creadas durante décadas por las comunidades. A estas se les otorgó el reconocimiento de formas efectivas para fortalecer un proceso comunicativo que derivara en procesos de organización y de toma de decisiones para la gestión del recurso pesquero desde una perspectiva de sostenibilidad y respeto con el territorio. Lo anterior se presenta en línea con la idea de que la comunicación obedece a intereses específicos de las comunidades para configurar sus propios entornos políticos, económicos, sociales y culturales (Berrigan, 1981; Mata, 2011).

Por esta razón, la estrategia de comunicación presentada en este artículo resalta la importancia de los códigos y las formas de comunicación que durante años han establecido las comunidades. Los encuentros cotidianos, las festividades, los lugares de su actividad de pesca y también el uso de medios contienen el espíritu con el que se han configurado los tejidos sociales del bajo Sogamoso. La mediación que se hizo desde AREDMAG para recuperarlos o reconocerlos como prácticas y procesos de comunicación para el cambio social, solo fue un impulso para que las comunidades asumieran el protagonismo en la estrategia de comunicación que condujo a la elaboración del POP.

Referencias

- Barranquero, A., Ángel, A. (2015). *La producción académica sobre comunicación, desarrollo y cambio social en las revistas científicas de América Latina. Signo y Pensamiento*, (67), 30-58. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-67.pacd>
- Barranquero, A., Sáez, C. (2010, del 3 al 6 de febrero). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación [conferencia]. Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010 "Comunicación y desarrollo en la era digital"*, Málaga, España. https://ae-ic.org/malaga2010/esp/secciones_det6ffe.html?id_seccio=7&id_slot=58&id_seccion=1

- Beltrán, L. (2005). *La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. III Congreso Panamericano de la Comunicación*, Buenos Aires, Argentina. En: [file:///C:/Users/Janus/Downloads/Dialnet-LaComunicacionParaElDesarrolloEnLatinoamerica-5181393%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Janus/Downloads/Dialnet-LaComunicacionParaElDesarrolloEnLatinoamerica-5181393%20(1).pdf)
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria: cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. Unesco.
- Bjoldal, A. (1999). *Uso de medidas técnicas en la pesca responsable: regulación de artes de pesca. En Food and Agriculture Organization [FAO] (Ed.). Plan de acción internacional para la ordenación de la capacidad pesquera*. ONU. <https://www.fao.org/4/y3427s/y3427s04.htm#bm04>
- Corporación Autónoma Regional del Valle del río Cauca [CVC]. (2017, 4 de octubre). *Se prohíbe la pesca con trasmallo en la laguna de sonso*. <https://www.cvc.gov.co/carousel/2973-se-prohibe-la-pesca-con-trasmallo-en-la-laguna-de-sonso>
- Corrales, F. y Hernández, H. (2009). *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación*. Razón y Palabra, (70). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478050>
- Fondo Mundial para la Naturaleza. (2021). *¡La veda nos conviene a todos!* https://www.wwf.org.co/_donde_trabajamos_/pacifico/la_veda_nos_conviene_a_todos/
- Foro Iberoamericano y del Caribe sobre Mejores Prácticas. (2006). *Comunicación y desarrollo: aportes para la transformación social*. El Ágora.
- Hermosilla, M. (2006). *Comunicación para el desarrollo en América Latina: ¿tiene aún sentido? Perspectiva Crítica y Alternativa*, (137) 5-8. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1894/2117>
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Ediciones CIESPAL.
- Martín-Barbero, J. (1998). *Retos a la investigación de comunicación en América Latina. Humanitas: Portal temático en Humanidades*. https://www.academia.edu/6022523/HUM%C3%81NITAS_Portal_tem%C3%A1tico_en_Humanidades_RETOS_A_LA_INVESTIGACI%C3%93N_DE_COMUNICACI%C3%93N_EN_AM%C3%89RICA_LATINA
- Mata, M. (2011). *Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos. Revista Oficios Terrestres* 1(26)- <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>
- Mojica, I., Usma, J., Álvarez, R. y Lasso, C. (2012). *Libro rojo de peces dulciacuícolas de Colombia*. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.



Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1997, diciembre) . Resolución 51/172. Asamblea General.

Rodríguez, C., Bayuelo, S., Cadavid, A., Durán, O., González, A., Tamayo, C., Vega, J. (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra [medios ciudadanos en contextos del conflicto armado colombiano]*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Friedrich – Ebert – Stiftung.

Rodríguez, C., Obregón, R. y Vega, M. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Friedrich – Ebert – Stiftung.