



COMUNICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA AMAZONÍA ECUATORIANA: EL CASO DE LA RESERVA DE BIOSFERA YASUNÍ

COMMUNICATION FOR SUSTAINABILITY IN THE ECUADORIAN AMAZON: THE CASE OF THE YASUNÍ BIOSPHERE RESERVE

VANESSA DUQUE-RENGEL¹, MARCO HEREDIA-RENGIFO²

¹ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

² Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador

KEYWORDS

Agriculture
Amazon
Foods
Indigenous
Migrant settlers
Strategic communication
Biosphere

ABSTRACT

Communication for sustainability is essential in rural livelihoods, due to the synergies in decision-making processes. This study proposes: 1) to characterize the sociodemographic and productive conditions at the household level of indigenous and migrant settlers in the Yasuní Biosphere Reserve and 2) to analyze communication strategies that contribute to sustainable development. 40 household surveys were conducted, and 5 in-depth interviews with experts in strategic communication and sustainability. It was evidenced: high productive diversity; limited marketing and promotion capacity; and strategies and strategic actors such as for sustainability.

PALABRAS CLAVE

Agricultura
Amazonia
Alimentos
Indígenas
Colonos migrantes
Comunicación estratégica
Biosfera

RESUMEN

La comunicación para la sostenibilidad es fundamental en los medios de vida rurales, debido a las sinergias en los procesos de toma de decisiones. Este estudio plantea: 1) caracterizar las condiciones sociodemográficas y productivas a nivel de hogares de indígenas y colonos migrantes de la Reserva de la Biosfera Yasuní y 2) analizar estrategias comunicacionales que contribuyan al desarrollo sostenible. Se realizaron 40 encuestas a hogares, y 5 entrevistas en profundidad a expertos en comunicación estratégica y para la sostenibilidad. Se evidenció: alta diversidad productiva; limitada capacidad de comercialización y promoción; y estrategias y actores estratégicos como para la sostenibilidad.

Recibido: 10/ 05 / 2022

Aceptado: 29/ 07 / 2022

1. Introducción

La comunicación, como proceso de interacción ha estado presente desde siempre en todos los procesos humanos, y ha jugado un papel decisivo en el accionar de las sociedades. Así, por ejemplo, surge la “comunicación para el cambio social”, que nace desde el planteamiento de que las comunidades deben ser actoras protagónicas de su propio desarrollo, de que la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión, sino primordialmente mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo y que, en vez de centrarse en forjar conductas individuales, debe hacerlo en los comportamientos sociales concordantes con los valores y las normas de las comunidades. (Beltrán, 2006, p. 72)

Desde esta mirada, la comunicación aporta significativamente en los distintos procesos de desarrollo de los pueblos y de la sociedad. En este escenario, surge también la comunicación para el desarrollo que, es “en esencia, la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico” (Beltrán, 1993, p.1), respetando y procurando la conservación de su identidad cultural.

Desde hace relativamente pocos años han germinado diferentes iniciativas que establecen una relación entre la comunicación y la sostenibilidad, entendiéndose a la sostenibilidad como:

la capacidad de adaptarse a los cambios a través de equilibrios dinámicos para sobreponerse a las fluctuaciones, de acuerdo con sus propiedades de auto-organización y auto-regulación. Por lo tanto, desde la perspectiva actual, la sostenibilidad del desarrollo se relaciona mayormente con la habilidad de los sistemas (ecológico, económico o social), para seguir funcionando sin disminuir o agotar irreversiblemente los recursos claves disponibles. (Jiménez, 2002, p. 66)

Bajo esta misma línea, el desarrollo sostenible, implica y garantiza “la satisfacción de las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas” (Organización de Naciones Unidas, 1987, p. 24).

Con estos antecedentes, la comunicación para la sostenibilidad, nace desde varias perspectivas, por un lado, las “centradas en visiones voluntaristas, autorreferentes, con escasa virtud integradora y proyección sobre los núcleos de conciencia pública capaces de generar cambios significativos en la superficie de la vida social” (Díaz, 2009, p. 101); y, por otro lado, se plantea el postulado, de la comunicación para el desarrollo a la cual se le añaden el atributo de la sostenibilidad.

Así, la gestión de comunicación resulta esencial para el desarrollo sostenible de los pueblos, porque implica directamente a las personas y a las comunidades en los procesos de toma de decisiones que afectan a su vida y al desarrollo futuro. La comunicación para la sostenibilidad es, por tanto, un motor de la agricultura y del desarrollo rural. Es un proceso de comunicación orientado al logro de resultados, basado en el diálogo y la participación colectiva (Genç, 2017).

La comunicación para la sostenibilidad puede maximizar el impacto y la sostenibilidad de las iniciativas de desarrollo, facilitando el intercambio de conocimientos, la toma de decisiones bien fundamentadas y la acción colectiva. Por tanto, es indiscutible su importancia que, principalmente suelen focalizarse en áreas económicamente deprimidas, generalmente del ámbito rural, cuyo objetivo plausible es dar continuidad constructiva al fin de transformación que supone erradicar la pobreza (FAO, 2007). Y, en esta labor, los medios de comunicación reflejan y se constituyen en actores decisivos de la representación social de la sostenibilidad. Por consiguiente, pueden jugar un importante papel facilitando la resolución de los retos que genera la extralimitación” (Fernández-Reyes, 2010, p. 15), colaborando de este modo en la cultura basada en la sostenibilidad.

Un desafío importante para la gestión sostenible de los paisajes agrícolas fronterizos tropicales es transformar los sistemas de producción de bajo rendimiento y alta deforestación en sistemas de alto rendimiento y baja deforestación (Tilman *et al.*, 2002) y para crear sistemas agrícolas fronterizos sostenibles, se propone la integración de tres mecanismos: (i) ayudar a la agricultura a transitar hacia sistemas más intensivos, contribuyendo a la vez a la estabilización climática; (ii) transformación y promoción de los productos en los mercados, y (iii) reformas a la política interna, para premiar y regular el desempeño ambiental y social, que asegure los derechos sobre la tierra para los pueblos indígenas y restaure las áreas deforestadas (Nepstad *et al.*, 2013)

La riqueza biológica y cultural de la Amazonia es reconocida a nivel mundial, se estima que existen aproximadamente 1 millón de indígenas, divididos en 400 pueblos indígenas, la mayoría viven en comunidades establecidas a lo largo de los ríos (Ludescher, 1997; Villena, 2000), son también llamados pueblos tribales, aborígenes o autóctonos, minorías nacionales pueden cumplir alguno de los siguientes criterios: a) son los descendientes de los habitantes originales de un territorio que ha sido vencido por la conquista, b) son pueblos del ecosistema, como cultivadores, pastores, cazadores, recolectores, pescadores, artesanos permanentes o itinerantes, c) practican una forma de producción rural a pequeña escala, d) organizan su vida a nivel comunitario, e) comparten una vestimenta común, valores morales y características de identificación, f) tienen una actitud de custodia y no materialista basada en un intercambio simbólico con la naturaleza, g) están subyugados por una

cultura y sociedad dominante y h) consisten en individuos que subjetivamente se consideran indígenas (Persoon *et al.*, 2004).

En la Amazonia ecuatoriana las políticas han ignorado la agricultura cercana a áreas boscosas remotas, donde las tasas de pobreza son más altas (Sunderlin *et al.*, 2008) y la expansión de la frontera agrícola está acompañada con la apropiación ilegal de tierras, conflictos con indígenas y otros grupos de poblacionales tradicionales (Souza *et al.*, 2015). La agricultura de frontera es ampliamente identificada como el principal impulsor inmediato de la deforestación en los bosques tropicales y también está asociada con una serie de otros problemas ambientales, como la desertificación, la erosión del suelo, el cambio climático y la pérdida de biodiversidad. (Grimaldi *et al.*, 2014; Davidson *et al.*, 2012), ya que, la agricultura de los pueblos indígenas normalmente se basa en la subsistencia y escasa agricultura comercial (Schwartzman & Zimmerman, 2005); donde se emplea un enfoque tradicional de tala y quema, cultivando una parcela de tierra unos dos años y luego abandonándola y pasando a talar y quemar otra área (Palm *et al.*, 2005).

En este contexto, se desarrolla la presente investigación, que pretende dar respuesta a los dos objetivos propuestos: 1) Caracterizar las condiciones sociodemográficas y productivas a nivel de hogar de indígenas y colonos migrantes, a fin de conocer la realidad socioeconómica de la misma; y, 2) Analizar estrategias de comunicación que aporten al desarrollo sostenible de los pueblos amazónicos, con base en la realidad diagnosticada en la primera etapa de la investigación, a fin de generar propuestas que puedan aportar a la problemática detectada, tomando como referencia que, el diseño de estrategias de comunicación para la sostenibilidad deben ser pensadas con base a la realidad territorial, e identificar acciones innovadoras que generen mayor impacto en los públicos objetivos, ya que, no basta con acciones de comunicación tradicional, pues, como lo corrobora Servaes, (2012) “los grupos sociales son receptivos a la información impersonal recibida de la radio, la televisión, y ahora Internet, esta información es relativamente poco eficaz a la hora de transformar el comportamiento, y el desarrollo prevé precisamente este cambio” (pp. 21-22). Es por ello que, ha de trabajarse en una planificación estratégica de comunicación a medida de las necesidades sociales.

2. Metodología

2.1. Diseño de la investigación.

La presente se construye como una investigación empírica, que se caracteriza por usar casos reales de la sociedad en general para introducir y/o confirmar teorías científicas (Fernández, 2006). Además, se enmarca como un estudio de tipo exploratorio-descriptivo, porque en un primer momento permite una aproximación al objeto de estudio (Deheza, 2000), y que posteriormente se propia un estudio de carácter descriptivo, que “intenta determinar las características más importantes del objeto o fenómeno a investigar” (Fernández, 2006), que en el presente caso son 40 hogares de la Franja de Diversidad y Vida de la Reserva de Biosfera Yasuní.

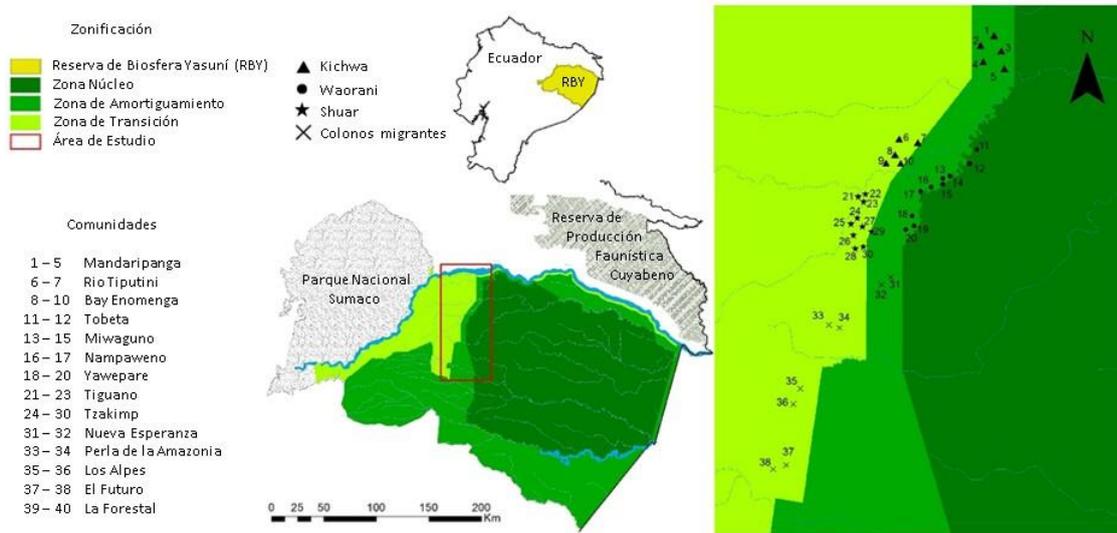
2.2. Enfoque de la investigación

Metodológicamente, el estudio presenta un enfoque cuanti-cualitativo, ya que, a través de la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación intenta en un primer momento de carácter cuantitativo, “explicar y predecir y/o controlar fenómenos a través de un enfoque de obtención de datos numéricos”, para posteriormente, a través de un estudio cualitativo “explicar y obtener conocimiento profundo de un fenómeno a través de la obtención de datos extensos narrativos (Balcázar *et al.*, 2013, p.27). Resta indicar que, “el empleo de ambos procedimientos cuantitativos y cualitativos en una investigación probablemente podría ayudar a corregir los sesgos propios de cada método” (Pita y Pértegas, 2002, p. 2). En este contexto, en el presente caso, para el levantamiento de datos, se utiliza como técnicas de investigación, la encuesta (primera fase) y la entrevista en profundidad (segunda fase), tal como se detalla a continuación.

2.3. Ubicación geográfica

El presente trabajo se realizó en la Franja de Diversidad y Vida, creada en el año 2007, con el objetivo de manejar de manera especial los sistemas productivos y medios de vida en hogares de indígenas y colonos migrantes (Herrera, *et al.*, 2017), ubicada en la Reserva de Biosfera Yasuní (RBY), donde alrededor de $1,68 \times 10^6$ ha se establecieron como reserva de biosfera por el programa Hombre y Biosfera de la UNESCO (la Reserva de Biosfera son áreas terrestres y costeras/ ecosistemas marinos o una combinación de los mismos, que están reconocidos internacionalmente en el marco del Programa de la UNESCO sobre el Hombre y la Biosfera (MAB)) (Marco legal de la Red Mundial de Reservas de Biosfera) en 2000. Este sitio fue reconocido por el gobierno ecuatoriano en el 1989. El 99,73 % de la RBY está representada por vegetación natural original, su área central de conservación es el Parque Nacional Yasuní (PNY), que se compone de $9,82 \times 10^5$ ha (Taco, 2001, Finer *et al.*, 2009). La RBY se encuentra al norte de la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE), se extiende entre las provincias de Orellana (51,96 %), Pastaza (39,40 %), Napo (8,64 %) y colinda con dos áreas de importancia natural y cultural: la Reserva de Biosfera Sumaco y Reserva de Producción Faunística Cuyabeno (Figura 1).

Figura 1. Franja de Diversidad y Vida ubicada en la Reserva de Biosfera Yasuní, Amazonia Ecuatoriana



Fuente: RBY, s.f.

De acuerdo con la Estrategia de Sevilla, cada reserva de biosfera cumple con tres funciones complementarias: una función de conservación, para preservar los recursos genéticos, especies, ecosistemas y paisajes; una función de desarrollo, para fomentar el desarrollo económico y humano sostenible y una función de apoyo logístico, para apoyar proyectos de demostración, educación y capacitación ambiental e investigación y monitoreo relacionados con temas locales nacionales y globales de conservación y desarrollo sostenibles (UNESCO 1996, p. 45). Por lo tanto, las zonas de amortiguamiento, transición y núcleo, cumplen las funciones de desarrollo, apoyo logístico y conservación respectivamente, y aquí es donde se encuentran las comunidades de estudio dentro de la RBY.

2.2. Recolección y análisis de datos

La investigación se desarrolló en dos etapas, tal como se detalla a continuación:

2.2.1 Etapa 1: Condiciones sociodemográficas y productivas

Los datos provienen de una encuesta a nivel de hogar realizada entre agosto y noviembre de 2019 en la Franja de Diversidad y Vida (Figura 1). Se adoptó una plantilla del cuestionario de la Red de Pobreza y Medio Ambiente (PEN) (Cavendish, 2003) para obtener información sobre las características demográficas de los hogares, se estudió su distribución por sexo, y edad, se determinó el tiempo para llegar a: 1) carretera y río, 2) chacra en indígenas, 3) sistemas productivos en colonos migrantes, además se consultó el número de cultivos que producen.

Se usó la técnica de muestreo por conglomerados con un enfoque de dos etapas, en la primera etapa se seleccionó las comunidades siguiendo criterios de etnicidad y la tenencia de sistemas de producción tradicional por cada hogar seleccionado; la variación en las condiciones entre las comunidades garantiza una representación justa de la diversidad de las comunidades, lo que influye a la solidez del estudio (Cavendish, 2003).

En la segunda etapa, los hogares de cada comunidad se seleccionaron aleatoriamente con el apoyo de un informante clave por: indígenas 1) *Waorani*, 2) *Shuar*, 3) *Kichwa* y 4) Colonos migrantes. La encuesta se tradujo del español, *kichwa*, *shuar* y *wao terero* (idiomas de las agrupaciones indígenas) y tuvo una duración por hogar de 25 a 35 min., lo que arroja entre 3 y 13 miembros por hogares y por comunidad, el resultado final fue un total de 40 hogares (10 hogares por agrupación social) fueron entrevistados con éxito en 13 comunidades (5 colonos migrantes, 3 *Kichwa*, 2 *Shuar* y 4 *Waorani*) (Tabla 1). La encuesta se administró al jefe de hogar con ayuda del cónyuge. Aunque la muestra no es una muestra estrictamente probabilística de comunidades y hogares, las 14 comunidades y 40 hogares proporcionan una buena representación de diversas etnias o agrupaciones sociales, geografías y diversidad de medios de vida. En la fase inicial de la encuesta, los participantes expresaron su preocupación de que las instituciones locales e internacionales recortaran los programas sociales y agrícolas debido a su participación en el estudio. Ante esta situación no se utilizó un consentimiento informado firmado, pero con el apoyo de líderes indígenas y colonos, se realizaron todos los acercamientos a los productores y se aplicaron explícitamente los principios de la investigación ética (Vanclay *et al.*, 2013), debatiendo los objetivos, riesgos, metodología y cronograma del estudio con miembros de cada comunidad.

Tabla 1. Comunidades de la muestra

Comunidad	Grupo social	Acceso por	Principal actividad productiva
Tobeta	Waorani	Camino de tierra y de piedra	Agricultura y cacería
Miwaguno			
Nampaweno			
Yawepare			
Tzakimp	Shuar	Sendero y Camino de tierra	Agricultura
Tiguano Shuar			
Mandaripanga	Kichwa	Río y camino de tierra	Agricultura y pesca
Río Titupini			
Bay Enomenga			
Los Alpes	C o l o n o s migrantes	Camino de tierra y senderos	Agricultura y ganadería
Perla de la Amazonia			
Nueva Esperanza			
La Forestal			
El Futuro			

Fuente: elaboración propia.

2.2.2 Etapa 2: Estrategias de comunicación

Con el fin de dar respuesta al objetivo dos, que consistió en analizar las estrategias de comunicación que aporten al desarrollo sostenible de los pueblos amazónicos, se realizaron cinco entrevistas en profundidad a expertos en comunicación estratégica, comunicación para el desarrollo y/o sostenibilidad, tal como se detalla en la tabla 2.

Tabla 2. Comunidades de la muestra

Entrevistado	Descripción	Nomenclatura
Miguel Vásquez	PhD en Ingeniería de Proyectos y Comunicación, con posdoctorado en Investigación. Posee más de 25 años de experiencia profesional y 18 años de trayectoria docente. Es autor de varios libros y una decena de artículos científicos sobre su teoría de comunicación estratégica sustentable y complementariedad paradigmática	E1
Darío Brito	Magíster en DIRCOM y en Relaciones Exteriores, Diplomacia y política exterior. Cuenta con 20 años de experiencia profesional, 15 de los cuales vinculado a las 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas de Ecuador, como Director Nacional en la SESEIB. y director de comunicación en diversas Prefecturas del país.	E2
Jenny Yaguache	PhD en Comunicación y Periodismo. Ha sido responsable por más de 10 años en diversas áreas de la gestión comunicativa de la Universidad Técnica Particular de Loja, en donde, además, desde hace 15 años, ejerce la docencia en grado y posgrado. Ha dirigido diversos proyectos y grupos de investigación. Cuenta con varias publicaciones en revistas indexadas, libros y ponencias en diversos congresos internacionales.	E3
Karina Valarezo	PhD en Comunicación y Periodismo, con Maestría en Relaciones Internacionales. Profesora Titular de grado y postgrado y Directora de Comunicación y Mercadeo de Universidad Técnica Particular de Loja, Líneas de investigación: comunicación estratégica integral, sostenibilidad, responsabilidad social y comunicación para el desarrollo.	E4

Evelyn Andrade Doctoranda en Marketing Político, Actores e Instituciones en las Sociedades Contemporáneas, con maestría en Comunicación Organizacional. Con 20 años de experiencia en comunicación política, estratégica, electoral, organizacional, periodismo, producción audiovisual, conducción en radio y televisión. **E5**

Fuente: elaboración propia.

Para la aplicación de la técnica de entrevista a profundidad semi estructurada, se desarrolló un cuestionario, que abarcó las siguientes variables:

- Comunicación estratégica para el desarrollo de la agricultura.
- Comunicación herramienta para la conservación de pueblos amazónicos
- Estrategias de comercialización para conservación y difusión cultural
- Estrategias de comercialización de productos alimenticios

Los resultados obtenidos en la primera y segunda etapa del estudio se analizan y contrastan en el siguiente apartado.

3. Resultados

Esta sección se divide en dos etapas, donde se describen de manera detallada: 1) las características sociodemográficas y productivas a nivel de hogar en las cuatro agrupaciones evaluadas en la RBY y se presenta, 2) las diferentes estrategias de comunicación para sostenibilidad para la conservación cultural de las comunidades amazónicas y la oferta alimenticia en zonas rurales.

3.1. Características sociodemográficas y productivas

La población en el área de estudio, está estructurada por el 55,7 % hombres y 44,3 % mujeres (262 total), la edad promedio de hombres y mujeres es 27 años, la proporción de jóvenes hombres es de 18,3 % y mujeres 16,8 %; adultos hombres 37,4 % y mujeres 27,5 %. A continuación, se detallan las principales características sociodemográficas como: tamaño del hogar, edad del jefe del hogar, etc. (Tabla 2)

Tabla 2. Características sociodemográficas de las cuatro agrupaciones estudiadas en la Reserva de Biosfera Yasuní, Amazonia Ecuatoriana

Variables		Agrupaciones estudiadas				valor p
		Waorani	Shuar	Kichwa	Colonos Migrantes	
Tamaño del Hogar	Promedio	7	6	6	6	0,8702
	(DS)	2,59	1,63	1,78	1,45	
Edad del jefe del Hogar (años)	Promedio	48 ^a	29 ^b	48 ^a	51 ^a	<0,0001
	(DS)	19,51	5,21	19,51	11,27	
Educación del jefe del hogar (%)	Al menos Básico	60	100	100	100	0,0039
	Ninguna	40	0	0	0	
Distancia desde el hogar a la vía carrozable o puerto de río (min)	Promedio	7 ^a	12 ^b	30 ^c	19 ^{bc}	0,0009
	(DS)	3,71	5,74	25,36	11,22	
Distancia desde el hogar a los Sistemas Productivos (min)	Promedio	25	12	14	16	0,5891
	(DS)	23,01	10,09	12,42	12,79	

Fuente: elaboración propia.

^a ANOVA para variables continuas; y X2 para variables dummy/categorías

La composición del hogar entre las agrupaciones estudiadas, no presentan diferencias estadísticas significativas, en los Waorani los miembros varían entre 4 y 13 personas, en la población Kichwa se reportó el hogar con el menor número de individuos (3 personas), en los hogares Shuar, Kichwa y colonos migrantes el máximo número de individuos fue 9. El promedio del tamaño de los hogares por agrupación fue de 6 individuos.

En lo referente a la edad del jefe del hogar, existe diferencia significativa entre los individuos Shuar y las tres agrupaciones. Los jefes de hogar más jóvenes y adultos mayores son los *Waorani* y *Kichwa*, el rango de edad menor entre los jefes de hogar de las agrupaciones sociales es de 23 a 36 años. En lo relacionado con la educación

no existe diferencias significativas, todos los jefes de hogar Shuar, Kichwa y Colonos migrantes han culminado el nivel básico de educación y solo un individuo colono migrante ha cursado el tercer nivel de educación, pero no lo han culminado y cuatro jefes de hogar Waorani no tiene ningún tipo de instrucción educativa.

La distancia del hogar (min.) hacia la vía carrozable o a puerto de río presentan puntajes con diferencias estadísticas significativas, el mayor tiempo para llegar al puerto de río (72 min.) se presentan en la agrupación *Kichwa* (específico Comunidad Mandaripanga), en los hogares *Waorani* existe un tiempo de mínimo de 2 min. para llegar a vía carrozable, entre los grupos sociales Shuar – Mestizos colonos y *Kichwa* – Mestizos colonos, no existen diferencias significativas; el tiempo promedio varía entre 12 a 19 min. y el máximo entre 72 a 45 min., respectivamente. A partir de la distancia desde el hogar a cada uno de los cuatro sistemas productivos tradicionales (min.), la distancia máxima entre el hogar hacia los Sistemas Productivos varía de 25 a 60 min., y la distancia mínima de 1 a 3 min., entre los grupos sociales, los valores promedios entre agrupaciones sociales no presentaron diferencias significativas.

En términos alimenticios, el 96 % de los hogares indígenas consumen todos cultivos producidos, mientras que 4 % de los hogares indígenas vende la yuca, plátano y frutas del bosque en mercados informales cerca de carreteras y ríos; los productos que se comercializan no reciben ningún proceso. El 70 % de los hogares de colonos migrantes vende sus productos (maíz, yuca, café, cacao) a intermediarios en la zona de influencia de las fincas, el ganado se comercializa vivo en la finca, mientras que el 30 % de los colonos migrantes indican que su agricultura y ganadería es de subsistencia y escasa venta de productos.

En términos de diversidad productiva, los *Waorani*, Shuar y *Kichwa*, tal como se señaló anteriormente, producen plátano, yuca, maní, maíz, caña de azúcar y además, existe una interacción ecológica entre los cultivos con otros elementos como plantas comestibles, medicinales, y otras especies que permitan extraer colorantes naturales, semillas, fibra para la realización de artesanías y mientras que, solo los *Kichwas* y Shuar se alimentan de ciertos insectos. En cambio, los sistemas productivos de los colonos migrantes están más orientados al mercado, sus paisajes productivos se configuran con pasturas a nivel de finca y cultivos no perennes (arroz, maíz, yuca) así como perennes, como café y cacao, para generar ingresos.

3.2. Estrategias de comunicación

Frente a la realidad que viven los pueblos amazónicos en estudio, en este apartado se recogen, las propuestas de cinco expertos en comunicación estratégica, para el desarrollo y sostenibilidad. Para la discusión se asigna a los entrevistados un código: Miguel Vásquez (E1), Darío Brito (E2), Jenny Yaguache (E3), Karina Valarezo (E4) y, Evelyn Andrade (E5).

Comunicación estratégica para el desarrollo de la agricultura.

El contexto de los pueblos amazónicos, a decir de los entrevistados, está caracterizado por una serie de problemáticas como: los procesos de deforestación avanzada, la quema de los bosques que debilita la tierra (E1), Además, en la Amazonía no existe agricultura a gran escala, generalmente tienen huertos familiares. A ello habría que sumarle que gran parte de estos pueblos son nómadas, lo que dificulta el desarrollo de la agricultura, centrándose en actividades económicas como la ganadería y la tala de árboles, como su sustento principal, lo que destruye el medio ambiente (E2). Por otro lado, por la disgregación y extensión de la tierra en la Amazonía, no existe un ente que aglutine y recoja los productos que generan a nivel agrícola las comunidades para ser comercializados, lo que se conoce es que algunos Gobiernos Autónomos Descentralizados y juntas parroquiales realizan ferias los fines de semana para que los pobladores puedan vender e intercambiar los productos (E1), sin embargo, dichas acciones, son insuficientes para dar respuesta a las necesidades de la población.

En este sentido, la comunicación estratégica es fundamental para poner en valor la agricultura, que es fundamental para la seguridad alimentaria de toda la sociedad ecuatoriana (E4), sin embargo, la comunicación debe ser vista desde un enfoque integral donde se conjuguen tres elementos: 1) Un enfoque sobre la sostenibilidad y sustentabilidad de la agricultura en la Amazonía; 2) Un eje sobre la trazabilidad lógica de estos sectores que es diferente en cada provincia; y 3) La colaboración de varios entes, entre ellos: gobiernos autónomos descentralizados, parroquiales, cantonales y provinciales, que permitan viabilizar la infraestructura para transportar los productos y generar espacios necesarios para comercializarlos (E1).

El trabajo de comunicación ha de centrarse en un plan de comunicación integral, que inicie de un buen diagnóstico de la necesidad, en el cual se identifique factores como: antecedentes, impacto, datos, cifras, actores involucrados en el proceso, productos predominantes en la zona, los públicos, consumidores, etc., que permitan determinar el escenario actual, e identificar las herramientas, técnicas, tácticas y acciones para el cumplimiento de los objetivos propuestos (E4; E5). No obstante, esta planificación podría partir desde el conocimiento de la identidad de dichos pueblos y a partir de dicha identificación, establecer las líneas que permitan proyectar esa identidad en otro tipo de nacionalidades (públicos cliente) (E3).

Comunicación como herramienta para la conservación de pueblos amazónicos

Los pueblos y nacionalidades indígenas que tienen el Ecuador han sido muy poco difundidos y transmitidos, principalmente por la falta de identidad y de sentido de pertenencia de la población ecuatoriana (E3). En este contexto, la comunicación estratégica sin duda es una herramienta clave para contribuir a la conservación de la riqueza del patrimonio que los pueblos amazónicos guardan todavía (E4), pues, esta es un eje transversal que aporta valor agregado. No obstante, para la conservación de dichos pueblos, se requiere de políticas públicas, en la cual intervienen otros actores relacionados a distintos ámbitos, como: cultural, social, ancestral, etc. (E5). Por ejemplo, a través de dichas políticas se puede impulsar a que, los medios de comunicación nacionales, regionales y locales ayuden a la conservación de los pueblos amazónicos a través de proceso de divulgación y difusión efectivos (E3).

Entre las acciones que también pueden aportar a la conservación cultural de los pueblos amazónicos se plantea el turismo comunitario, que consiste principalmente en vivir la experiencia de compartir con las comunidades en pleno. Dicha actividad puede impulsar en los jóvenes, que de a poco han perdido su identidad producto de la alienación cultural, a regresar a sus orígenes, para seguir conservando sus costumbres y tradiciones (E1).

Otro de los aspectos en los que debería enfocarse la comunicación es la concientización sobre la existencia de las distintas nacionalidades y pueblos indígenas, a través de campañas publicitarias que difundan dicho patrimonio cultural (E2), que principalmente generen orgullo y sentido de pertenencia en la población ecuatoriana.

Estrategias de comunicación para conservación y difusión cultural

Desde la comunicación con un enfoque de integralidad, es decir, desde la suma de esfuerzos relacionados con la comunicación, el mercadeo, la publicidad y las relaciones públicas, se pueden crear potentes estrategias y tácticas que permitan una óptima comercialización de los productos amazónicos y la conservación y difusión cultural de los pueblos indígenas (E4). Partiendo de ello, se debe tener presente, que una estrategia debe tener cuatro elementos básicos 1) Una necesidad o emoción; 2) Ser intangible; 3) Ser integral; y 4) Comunicacional (E1). No obstante, para poder establecer estrategias de comunicación, el punto de partida es la información, que permite tomar decisiones e instituir la línea base por donde se van a disponer los ejes comunicacionales, en torno a alcanzar, en primera instancia, la visibilización de los pueblos amazónicos (E5).

Se puede trabajar en dos líneas: 1) el amor por lo propio (al país a lo nuestro), a través de *storytelling*; y, 2) el civismo por su identidad y cultura. Estos dos elementos juntos en una estrategia y trabajados desde la *educación* pueden propiciar en las generaciones más jóvenes un apuntalamiento de su identidad (E1). Sin embargo, se debe partir desde políticas públicas y puntos estratégicos como: la educación en todos los niveles, primero identificando quiénes en el país podrían ser las instituciones, organizaciones y actores claves que ayuden a difundir el tema de la conservación. Armar todo un plan estratégico dirigido desde alguna de estas instituciones con poder de decisión; el establecimiento de alianzas estratégicas con las universidades que permitan ofertar asignaturas que ayuden a impulsar este fin; y, finalmente, hacer una fuerte campaña a nivel nacional, que muestre toda la riqueza que tiene la Amazonía (E3), a través de acciones que generen impacto y cercanía con los públicos, por ejemplo: mediante la implementación de caravanas culturales que integren distintas manifestaciones culturales y que puedan llegar a lugares estratégicos de las ciudades del Ecuador. La idea principal es intentar traspasar las barreras de *offline* al *online* aprovechando las potencialidades de las redes sociales. De esta manera, crear espacios en donde la gente hable y viva la cultura y se genere una comunicación transversal (E2).

Estrategias de comercialización de productos alimenticios

Se debe partir desde el punto de que la comunicación no es la solución para todo, pues si bien, esta es una herramienta de difusión sobre alguna actividad o producto, no se puede dar solución a toda la problemática de comercialización. Ya que este proceso, es una cadena, en la que intervienen los gobiernos (parroquiales, municipales y provinciales) desde donde nace la iniciativa para la formalización de estos procesos productivos y de comercialización y, una vez implementados dichos procesos, se pueden establecer estrategias de comunicación y marketing que permitan identificar nichos de mercados idóneos y canales a través de los que se puede llegar los públicos (E2). En este sentido, se requiere, en un primer momento solventar los temas de normativas sanitarias, para posteriormente empezar con un proceso de comercialización, que consiste en vender las bondades del producto, enfocándose en el establecimiento de la diferencia con otros productos del mercado, costos, competencia, etc. (E5).

Y en el tema de comunicación, el punto de partida podría ser: 1) Dar a conocer a los productores la importancia de comunicación, por tanto, crear una línea de capacitación para que conozcan qué pueden hacer con sus productos; 2) Analizar e implementar los aspectos relacionados al marketing, es decir, a la promoción y venta; y, 3) El mensaje: al través de *storytelling*, es decir, contar historias (E3), que pueden aportar al éxito del posicionamiento y venta de los productos amazónicos.

Los opciones de estrategia de comunicación viables para este fin, pueden ser: 1) La estrategia de la satisfacción en función de la salud, en la que se haga énfasis a que los productos amazónicos son orgánicos y, por tanto, pueden beneficiar a la salud al carecer de químicos; 2) La estrategia del miedo, que debe ser trabajada cuidadosamente, y

pueblos amazónicos y que cumpla con el fin del desarrollo sostenible de satisfacer las necesidades de la sociedad actual, sin sacrificar la capacidad de satisfacer las necesidades de las futuras generaciones. (Organización de Naciones Unidas, 1987)

No obstante, se ha de tener presente que, para que esto sea posible, se requiere de una serie de actores clave de los sectores público y privado, que trabajen articuladamente en pro de la conservación de los pueblos amazónicos, liderando proyectos nacionales, provinciales y locales que promuevan la difusión de la riqueza cultural de esta región.

En este contexto, el papel de la gestión de comunicación ha de ser transversal, partiendo desde la investigación del estado actual de los procesos sociales, culturales y económicos, que permitan la construcción de un diagnóstico completo de la realidad del territorio, desde el que partirá la propuesta táctica-estratégica, que en un primer momento, debería fortalecer la identidad y el orgullo de pertenencia de las comunidades y de la población ecuatoriana en sí. Posteriormente, debería dirigirse a posicionar la cultura de los pueblos amazónicos, en el que se abarque su historia, tradiciones, lengua, actividades productivas, etc. Por otro lado, desde el tema comercial, se debería trabajar en conjunto con otros actores estratégicos en la construcción de procesos de producción, que vaya desde la capacitación a las comunidades, (respetando su cosmovisión y percepción del buen vivir), hasta la comercialización de los productos, en donde la gestión de comunicación para la sostenibilidad, juega un papel relevante, pues, es un motor de la agricultura y, por tanto, del desarrollo rural, basado en el diálogo y la participación colectiva (Genç, 2017). En este sentido, esta gestión de comunicación ha de promover una imagen positiva y deseable de los productos agrícolas autóctonos, y ha de generar espacios para llegar a los consumidores, a través de mesas de negocios, ferias, etc. Así como los canales *off* y *online* que pueden aportar significativamente en la promoción tanto cultural como comercial.

6. Agradecimientos

Queremos agradecer: al Gobierno Autónomo Provincial de Orellana, al Vicariato Apostólico de Aguarico de Francisco de Orellana, al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Dayuma e Inés Arango ubicado en la Provincia de Orellana (Ecuador), y a la Universidad Estatal de Amazonas (Ecuador) por su apoyo logístico en el desarrollo del proyecto de investigación: Análisis de sostenibilidad y cambio climático en indígenas campesinos y pobladores de la Reserva de la Biosfera Yasuní, Amazonía Ecuatoriana de la Universidad Estatal Amazónica (Ecuador) y expresar nuestro fraterno agradecimiento a los indígenas y colonos migrantes por su colaboración.

Referencias

- Beltrán, L. R. (1993). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Centro para Programas de Comunicación. Universidad de Johns Hopkins. <https://bit.ly/3oxwWBA>
- Beltrán, L.R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Revista Anagramas*, 4(8), 53-76. <https://bit.ly/3BiPDk5>
- Cavendish W. (2003). *How do forest support, insure and improve the livelihoods of the rural poor?* A research note. CIFOR. <https://bit.ly/3Q2eblE>
- Davidson, E. A., de Araújo, A. C., Artaxo, P., Balch, J. K., Brown, I. F., C Bustamante, M. M., Wofsy, S. C. et al (2012). *The Amazon basin in transition*. *Nature*, 481(7381), 321-328. <https://go.nature.com/3Q6Lu70>
- Díaz, B. (2009). Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 99-119. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786009>
- FAO. (2007). *World Congress on Communication for Development*. World Bank Pub. <https://bit.ly/3vuv00g>
- Fernández-Reyes, R. (2010). La sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general. *DELOS: desarrollo local sostenible*, 3 (8), 1-17. <https://idus.us.es/handle/11441/52294>
- Finer, M., Vijay, V., Ponce, F., Jenkins, C. N., y Kahn, T. R. (2009). Ecuador's Yasuni Biosphere Reserve: a brief modern history and conservation challenges. *Environmental research letters*, 4(3), 034005. <https://bit.ly/3Q8WwJ0>
- Genç, R. (2017). The importance of communication in sustainability & sustainable strategies. *Procedia Manufacturing*, 8, 511-516. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.02.065>
- Grimaldi, M., Oszwald, J., Dolédec, S., Hurtado, M. D. P., de Souza Miranda, I., Arnaud de Sartre, X., et al (2014). Ecosystem services of regulation and support in Amazonian pioneer fronts: searching for landscape drivers. *Landscape ecology*, 29(2), 311-328. <https://bit.ly/3biQ17P>
- Herrera J., Eguiguren MC., Cajas F., Peñaherrera P., Ponce M. 2017. Proceso de dialogo en la Franja de Diversidad y Vida el cantón Francisco de Orellana. Pp. 211-251, En: Vallejo I y Ávila R (Eds.) 2017. *El último grito del Jaguar*. Memorias del I Congreso sobre pueblos indígenas en aislamiento en la Amazonía ecuatoriana. Instituto de Estudios Ecologistas del Tercer Mundo. Ediciones Abya-Yala. <https://bit.ly/3PTAoT5>
- Jiménez, L.M. (2002). La sostenibilidad como proceso de equilibrio dinámico y adaptación al cambio. *ICE Desarrollo sostenible*, (800), 65-84. <https://bit.ly/3Jhtq8c>
- Ludescher, M. (1997). *Los pueblos indígenas de la Amazonia*. Law & Anthropology: Internationales Jahrbuch Für Rechtsanthropologie, 9, 226. <https://bit.ly/3BvicuV>
- Nepstad, D. C., Boyd, W., Stickler, C. M., Bezerra, T., y Azevedo, A. A. (2013). Responding to climate change and the global land crisis: REDD+, market transformation and low-emissions rural development. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 368(1619), 20120167. <https://doi.org/10.1098/rstb.2012.0167>
- Organización de Naciones Unidas. (1987). *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>.
- Palm, C., Vosti, S. A., Sanchez, P. A., y Ericksen, P. J. (Eds.). (2005). *Slash-and-burn agriculture: the search for alternatives*. Columbia University Press. <https://bit.ly/3SgU0Cq>
- Persoon, G. A., Minter, T., Slee, B., y van der Hammen, C. (2004). *The position of indigenous peoples in the management of tropical forests*. Wageningen, The Netherlands: Tropenbos. <https://bit.ly/3PSaqj0>
- Schwartzman, S., y Zimmerman, B. (2005). Conservation alliances with indigenous peoples of the Amazon. *Conservation Biology*, 19(3), 721-727. <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.2005.00695.x>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 17-40. <https://bit.ly/3Pz1ezA>
- Souza, P. F., Xavier, D. R., Rican, S., De Matos, V. P., & Barcellos, C. (2015). The expansion of the economic frontier and the diffusion of violence in the Amazon. *International journal of environmental research and public health*, 12(6), 5862-5885. <https://doi.org/10.3390/ijerph120605862>
- Sunderlin, W. D., Dewi, S., Puntodewo, A., Müller, D., Angelsen, A., y Epprecht, M. (2008). Why forests are important for global poverty alleviation: a spatial explanation. *Ecology and society*, 13(2). <https://bit.ly/3PNsnPE>
- Taco, M.P. El Parque Nacional Yasuní. In: Jorgenson JP, Rodríguez MC, editors. (2001). *Conservación y desarrollo sostenible del Parque Nacional Yasuní y su área de influencia*. Ministerio del Ambiente/UNESCO/Wildlife Conservation Society.
- Tilman, D., Cassman, K. G., Matson, P. A., Naylor, R., y Polasky, S. (2002). Agricultural sustainability and intensive production practices. *Nature*, 418(6898), 671-677. <https://bit.ly/3StJBDA>
- UNESCO. (1996). *Biosphere Reserves: The Sevilla Strategy and the Statutory Framework of the World Network*; UNESCO.
- Vanclay, F.; Baines, J.T.; Taylor, C.N. (2013) Principles for ethical research involving humans: Ethical professional

practice in impact assessment. *Impact Assess. Proj. Apprais.* 31, 243–253. <https://doi.org/10.1080/14615517.2013.850307>

Villena, S. (2000). Globalización y multiculturalidad. Pueblos indígenas y medio ambiente en la Amazonía. *Revista Perfiles Latinoamericanos*, 9(17), 95-122. <https://bit.ly/3zPHL8C>