

# Objetivo

- Ayudar a que la comunicación llegue de manera efectiva a los diferentes actores interesados y autoridades de gestión.
- Promover una visión común entre los actores interesados para el desarrollo sostenible de los océanos
- Facilitar la toma de conciencia sobre el valor del MSP como una herramienta para la planificación integrada
- Involucrar a los responsables y actores clave de decisión



# Áreas estratégicas

- 1) Para identificar a los interesados / actores relevantes
- 2) Desarrollar mensajes clave
- 3) Desarrollar herramientas de comunicación y metodologías para crear un sentido de propiedad del proceso MSP



# Identify relevant stakeholders/actors

**Delinear los interesados con respecto a su potencial influencia / contribución / relevancia para (por ejemplo los beneficios o impactos negativos) el Proceso de MSP**

- Ciudadanos y público en general
- Autoridades tomadores de decisiones
- Técnicos expertos / investigadores / Universidades
- Turismo / Pesca / Puerto / Otros sectores
- Pueblos Indígenas y Comunidades Locales

# Apropiación del proyecto SPINCAM

- Acción 1: Logo institucional
- Action 2: sitio web
- Acción 3: redes sociales
- Acción 4: conectar a redes de expertos



# Formato mensajes

## Formato para transmitir información

- texto, tablas, gráficas, video, animación, mapas, otros
- Los formatos no son excluyentes y pueden ser utilizados en combinación.
- Se recomienda reducir el texto al mínimo.
- Las tablas y gráficas son más adecuados para los técnicos, investigadores, gremios y tomadores de decisión
- Videos y animaciones son más apropiados para el público en general.



# Formato mensajes

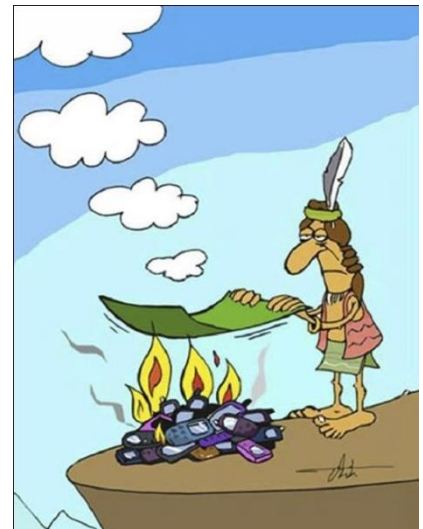
## Formato para transmitir información

- Tipo de información a ser difundida
  - Divulgación de los objetivos y alcance del proyecto.
  - La importancia de la participación de los actores locales desde el principio
  - Actividades : coordinación interinstitucional, oportunidades de entrenamiento, eventos sobre planificación espacial marina, etc.
  - Uso del Geoportal nacional y regional, incluyendo los hipervínculos para fácil acceso.

# Formato mensajes

## Uso de herramientas de comunicación

- Dependiendo de los usuarios (identificados arriba) y del alcance de la comunicación (local, nacional o regional) se deberá escoger las herramientas disponibles actualmente para tener una mayor difusión e impacto. Estas herramientas incluyen:
  - Sitios web
  - Publicaciones impresas (revistas, libro, atlas)
  - Conferencias nacionales/internacionales
  - Redes sociales
  - Video
  - Multimedia
- Para el público en general se recomienda los sitios web y redes sociales. Para los tomadores de decisión e investigadores/técnicos se recomiendan los sitios web, las conferencias y las publicaciones. Para los gremios se recomienda las páginas web y publicaciones.



# Formato mensajes

## Actualización de la información

- Redes sociales: diario
- Sitio web: semanal
- Publicaciones: mensual/semestral
- Conferencias: semestral/anual
- Multimedia: semestral

