

LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: DEL MENSAJE INSTRUMENTAL A LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DEL CAMBIO SOCIAL

Autor:

Daicy Echeverri – Mg. Comunicación e identidad corporative –
directora revista Primernombre.com

Resumen: La comunicación para el desarrollo no puede reducirse a la producción de mensajes, campañas o piezas informativas dirigidas a comunidades previamente definidas como receptoras. Su sentido más profundo está en la posibilidad de generar diálogo, reconocimiento, participación y acción colectiva frente a los problemas sociales que afectan la vida cotidiana de las personas. Este artículo de reflexión analiza la comunicación para el desarrollo como un campo estratégico que articula teoría y práctica, Estado y ciudadanía, medios y comunidad, conocimiento académico y saber popular. A partir de una revisión conceptual de autores como Servaes, Gumucio-Dagron, Beltrán, Barranquero y la FAO, se sostiene que los procesos comunicativos orientados al desarrollo deben superar el modelo vertical de transmisión para convertirse en escenarios horizontales de escucha, deliberación, apropiación cultural y transformación social.

En este sentido, comunicar para el desarrollo implica reconocer a las comunidades como sujetos activos capaces de diagnosticar sus realidades, narrar sus problemas, formular soluciones y participar en la construcción de políticas, proyectos y estrategias sostenibles.

Palabras clave: Comunicación para el desarrollo, cambio social, participación, comunicación social, comunidad, ciudadanía, desarrollo sostenible.

INTRODUCCIÓN:

Todo proceso de desarrollo requiere algo más que recursos económicos, infraestructura o voluntad institucional. Requiere, sobre todo, comprensión social. Ningún proyecto transforma de manera profunda una comunidad si antes no entiende sus lenguajes, sus conflictos, sus prácticas, sus miedos, sus memorias y sus formas de organizar la vida. Por esta razón, la comunicación para el desarrollo debe ocupar un lugar central en la planeación de políticas públicas, proyectos sociales, programas educativos, estrategias comunitarias y procesos de innovación territorial.

Durante mucho tiempo, la comunicación fue vista como una herramienta complementaria: servía para informar, divulgar, convencer o promover una acción previamente diseñada por técnicos, instituciones o gobiernos. Bajo esta mirada, la comunidad aparecía como destinataria del mensaje, pero no como protagonista de la decisión. Sin embargo, esta visión resulta limitada porque confunde comunicar con transmitir. La comunicación para el desarrollo no se agota en emitir información; consiste en crear condiciones para que las personas dialoguen, participen, reconozcan sus problemas, construyan acuerdos y actúen colectivamente.

Servaes (2008) plantea que la comunicación para el desarrollo y el cambio social es un proceso de intercambio de conocimiento orientado al consenso y a la acción, tomando en cuenta intereses, necesidades y capacidades de los actores involucrados. Desde esta perspectiva, los medios son importantes, pero no son el fin del proceso. Lo esencial es la construcción de relaciones, sentidos y decisiones compartidas. En esa misma línea, la FAO (2004) advierte que muchos proyectos rurales fracasan cuando los llamados beneficiarios no participan realmente en la identificación de necesidades ni en la formulación de soluciones. Cuando las comunidades son tratadas como receptoras pasivas, los programas pierden pertinencia, legitimidad y sostenibilidad.

Esta reflexión resulta especialmente vigente en América Latina, donde la comunicación para el desarrollo ha estado atravesada por desigualdades históricas, exclusión social, concentración mediática, centralismo político y brechas territoriales. En contextos donde amplios sectores sociales han sido marginados de las decisiones públicas, comunicar para el desarrollo significa abrir espacios de palabra, escucha y reconocimiento. No se trata únicamente de llevar información a los territorios, sino de permitir que los territorios hablen, propongan y participen en la construcción de su propio futuro.

Comunicación y desarrollo: una relación en deuda

La comunicación está en deuda con el desarrollo cuando se limita a cumplir funciones operativas dentro de proyectos previamente diseñados. Es decir, cuando aparece al final del proceso para hacer una campaña, redactar un boletín, convocar a una reunión o persuadir a la población de aceptar una decisión. En esos casos, la comunicación pierde su dimensión transformadora y queda reducida a una actividad instrumental.

La verdadera comunicación para el desarrollo debe comenzar antes de la ejecución del proyecto. Debe estar presente en el diagnóstico, en la identificación de actores, en la lectura del contexto, en la formulación de objetivos, en la construcción de mensajes, en la selección de medios, en la implementación, en el seguimiento y en la evaluación. Comunicar para el desarrollo implica investigar, escuchar, interpretar y facilitar procesos de participación. Por eso, el comunicador social no debe ser entendido solamente como productor de contenidos, sino como mediador social, investigador del contexto, facilitador de diálogo y articulador entre instituciones y comunidades.

Gumucio-Dagron (2011) ha insistido en que la comunicación para el cambio social se fundamenta en la participación de los actores involucrados. Esta participación no puede ser decorativa ni simbólica; debe permitir que las personas definan sus necesidades, expresen sus aspiraciones y actúen colectivamente para transformar sus condiciones de vida. En este sentido, el desarrollo no se impone desde afuera, sino que se construye con la comunidad.

La tradición latinoamericana ha sido especialmente importante en esta discusión. Barranquero (2011) sostiene que América Latina aportó una mirada crítica, popular y participativa a la comunicación para el cambio social, aunque muchas veces fue subestimada por enfoques occidentales más centrados en la modernización y la transferencia de información. Esta perspectiva latinoamericana permite comprender que la comunicación no es neutral: está vinculada con el poder, la cultura, la ciudadanía y la democracia.

Por eso, hablar de comunicación para el desarrollo en América Latina exige reconocer las tensiones entre centro y periferia, entre instituciones y comunidades, entre medios hegemónicos y medios alternativos, entre saber técnico y saber popular. La comunicación no puede ser una voz única que baja desde el poder hacia la ciudadanía. Debe ser una conversación plural, situada y permanente.

Participación, educación y comunidad: comunicar para transformar

La educación ofrece un ejemplo claro del valor de la comunicación para el desarrollo. Cuando la enseñanza se limita a transmitir contenidos, corre el riesgo de desconectarse de la realidad de los estudiantes. En cambio, cuando se comunica desde el contexto, el aprendizaje se vuelve significativo. La comunicación en la educación permite que los sujetos no sean simples receptores, sino interlocutores capaces de interpretar, cuestionar, narrar y transformar su entorno.

Este principio también aplica a los proyectos sociales. Una comunidad no se apropia de una iniciativa porque recibió información sobre ella, sino porque participó en su construcción. La apropiación nace cuando las personas se sienten escuchadas, representadas y vinculadas con las decisiones. Por eso, la comunicación para el desarrollo debe partir de preguntas esenciales: ¿Qué entiende la comunidad por desarrollo? ¿Cuáles son sus prioridades? ¿Qué lenguajes utiliza?, ¿qué medios reconoce como legítimos?, ¿qué actores tienen credibilidad?, ¿qué conflictos internos deben ser considerados?, ¿qué experiencias previas han generado confianza o desconfianza?

La FAO (2004) propone metodologías participativas como la Evaluación Participativa de Comunicación Rural, que permite identificar problemas, necesidades, conocimientos, prácticas, percepciones y sistemas de comunicación existentes en las comunidades. Este enfoque resulta valioso porque desplaza la mirada vertical del experto y reconoce que las comunidades poseen saberes propios. No se trata de negar el conocimiento técnico, sino de ponerlo en diálogo con el conocimiento local.

En la actualidad, los medios digitales amplían las posibilidades de participación, pero también generan nuevos desafíos. Las redes sociales permiten que comunidades, jóvenes, mujeres, líderes locales y organizaciones sociales

produzcan y circulen sus propios contenidos. Sin embargo, la rapidez de la información también puede favorecer la desinformación, la polarización y la superficialidad. Por ello, la comunicación para el desarrollo debe incorporar alfabetización mediática, pensamiento crítico y ética comunicativa.

Los medios comunitarios, la radio local, los productos audiovisuales, los relatos digitales, los procesos educomunicativos y las plataformas participativas pueden convertirse en herramientas poderosas cuando nacen desde las realidades del territorio. No basta con usar tecnología; es necesario que esa tecnología sirva para escuchar, organizar, deliberar y actuar. El desarrollo no se mide únicamente por el acceso a dispositivos, sino por la capacidad de las personas para usarlos en función de su dignidad, sus derechos y su bienestar colectivo.

Hacia una comunicación estratégica, democrática y sostenible

La comunicación para el desarrollo debe ser estratégica, pero no en el sentido empresarial reducido de posicionar una imagen o persuadir audiencias. Debe ser estratégica porque ayuda a construir rutas de transformación social sostenibles. Esto implica planear con base en evidencias, escuchar antes de hablar, adaptar los lenguajes al contexto, reconocer los conflictos, fortalecer capacidades locales y evaluar los resultados con la comunidad.

También debe ser democrática. La democracia no se fortalece solo con elecciones, sino con procesos cotidianos de participación y deliberación. Una comunidad que puede expresarse, narrarse y decidir sobre los asuntos que afectan su vida está ejerciendo ciudadanía. Por eso, la comunicación para el desarrollo tiene una dimensión política: contribuye a redistribuir la palabra, cuestionar relaciones de poder y ampliar el espacio público.

A su vez, debe ser sostenible. Muchos proyectos sociales fracasan porque dependen exclusivamente de recursos externos, liderazgos temporales o campañas aisladas. La sostenibilidad comunicativa se alcanza cuando la comunidad desarrolla capacidades propias para continuar dialogando, produciendo información, resolviendo conflictos y evaluando sus procesos. El objetivo no es que la comunidad dependa permanentemente del comunicador, sino que fortalezca su autonomía comunicativa.

En este punto, el comunicador social adquiere un papel fundamental. Su labor no consiste únicamente en redactar, grabar, diseñar o publicar. Su responsabilidad es comprender el contexto, facilitar encuentros, traducir lenguajes institucionales, visibilizar voces excluidas, construir confianza y promover procesos colectivos. En escenarios de crisis, su papel es aún más relevante, porque la incertidumbre exige información clara, escucha activa, transparencia y sentido de responsabilidad social.

La comunicación corporativa, la comunicación pública y la comunicación comunitaria también pueden dialogar con el desarrollo si asumen una perspectiva ética. Las organizaciones no pueden limitarse a comunicar para mejorar reputación; deben comunicar para construir relaciones legítimas con sus grupos de interés. La responsabilidad social no se sostiene con mensajes oportunistas, sino con coherencia entre lo que se dice, lo que se hace y lo que la comunidad percibe.

Por lo tanto, la comunicación para el desarrollo representa un llamado a repensar el lugar de la comunicación social en la sociedad. No es un accesorio de los proyectos, ni una herramienta secundaria de difusión, ni una simple estrategia de visibilidad. Es una condición para que el desarrollo sea participativo, pertinente y humano.

Conclusiones

La comunicación para el desarrollo debe entenderse como un proceso social, cultural y político que permite a las comunidades participar activamente en la transformación de sus realidades. Su aporte no está únicamente en informar, sino en generar diálogo, construir confianza, reconocer saberes locales, fortalecer ciudadanía y promover acciones colectivas.

El principal reto consiste en superar la visión instrumental de la comunicación. Mientras se siga considerando a las comunidades como receptoras pasivas, los proyectos de desarrollo continuarán enfrentando resistencia, baja apropiación y resultados superficiales. En cambio, cuando la comunicación se integra desde el diagnóstico hasta la evaluación, se convierte en una fuerza capaz de articular teoría y práctica, instituciones y ciudadanía, conocimiento técnico y experiencia comunitaria.

En América Latina, esta discusión tiene una importancia particular. La región ha producido aportes fundamentales desde la comunicación popular, participativa, comunitaria y alternativa. Estos enfoques recuerdan que el desarrollo no puede ser impuesto ni medido únicamente desde indicadores económicos. Debe construirse desde la dignidad, la cultura, la participación y la capacidad de los pueblos para narrar y decidir su propio destino.

La comunicación para el desarrollo, en definitiva, no consiste en hablar por las comunidades, sino en crear las condiciones para que ellas puedan hablar, escucharse, organizarse y transformar su realidad. Allí radica su mayor valor social y su mayor deuda pendiente: dejar de ser un instrumento de difusión para convertirse en un eje estratégico de democracia, justicia y sostenibilidad.

Referencias bibliográficas

Ángel, A., Wolfe, A. W., & La Pastina, A. (2024). Approaches and Agency in Communication for Development and Social Change in the Americas. *Revista de Comunicación*, 23(1), 53-74.

Barranquero, A. (2011). Rediscovering the Latin American Roots of Participatory Communication for Social Change. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 8(1), 154-177.

Barranquero Carretero, A. (2019). Comunicación, ciudadanía y cambio social. Diseño de un modelo de investigación y acción para democratizar la comunicación desde la noción de reforma mediática. *Signo y Pensamiento*, 38(75).

Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas*.

FAO. (2004). *Participatory Rural Communication Appraisal: Starting with the People*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Gumucio-Dagron, A. (2011). *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*. Signo y Pensamiento.

Servaes, J. (Ed.). (2008). *Communication for Development and Social Change*. SAGE Publications / UNESCO.

Waisbord, S. (2018). Family Tree of Theories, Methodologies, and Strategies in Development Communication. En *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer.