

---

Ensayo

Comunicación para el desarrollo como idea-fuerza: del instrumento al constructo participativo

**REALIDAD**  
Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

Communication for Development as an idea-force: from the instrument to the participatory construct

---

 **Dulcinea Ruthdey Flores Argueta 1**

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador  
dflores@uca.edu.sv

 **Violeta Quintanilla 2**

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador  
vquintanilla@uca.edu.sv

**Realidad, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades**

núm. 163, p. 92 - 105, 2024

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador

ISSN: 1991-3516

ISSN-E: 2520-0526

Periodicidad: Semestral

realidad.director@uca.edu.sv

Recepción: 01 Junio 2023

Aprobación: 18 Septiembre 2023

DOI: <https://doi.org/10.51378/realidad.v1i163.8180>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/769/7695050006/>

**Resumen:** El presente artículo muestra una revisión de cómo la comunicación para el desarrollo ha evolucionado en cuanto a sus usos y de acuerdo a sus públicos. Es importante reconocer los orígenes de una mirada eurocéntrica en la aplicación de proyectos de comunicación para el desarrollo en Latinoamérica y cómo este concepto ha ido tomando nuevos significados, de acuerdo a las personas que la utilizan. En este artículo se hace una revisión de los orígenes del término de comunicación para el desarrollo y su debate con respecto a la comunicación participativa y comunicación para el cambio social en la actualidad. Este ensayo presenta una visión evolutiva desde una concepción del modelo cerrado, focalizado en unos pocos protagonistas hasta una visión más colectiva, comunitaria y conjunta de los proyectos.

**Palabras clave:** Comunicación, Evolución, Progreso, Eurocentrismo, Participación social.

**Abstract:** The following paper reviews how communication for development has evolved regarding its uses and alongside its audiences. It is important to acknowledge an Eurocentric gaze in the application of communication projects for development in Latin America and how this concept has gained new meanings, according to the persons that use it. This paper reviews the origins of the term “communication for development” and the current debate regarding participatory communication, and communication for social change. This essay shows an evolutionary perspective that starts from the closed model conception, focused in a few protagonists to a conception of projects which could be described as more collective, communitary and focused in cooperative work.

---

## Notas de autor

- 1 Maestra en comunicación, catedrática del Departamento de Comunicaciones y Cultura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”
  - 2 Posee una maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”. En la actualidad es Técnica de Comunicación del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación de dicha universidad.
-

**Keywords:** Communication, Evolution, Progress, Eurocentrism, Participation, Development.

## 1. ORÍGENES DE UNA HERENCIA EUROCÉNTRICA IMPUESTA

El tercer mundo aceptó un concepto de desarrollo no producido por el mismo sino por los países más industrializados, (por ello) se han establecido entre nosotros políticas, hábitos de producción y consumo, sistemas de comunicación, etc., muchas veces desfavorables a nuestros intereses (Bordenave, 1977)

La comunicación para el desarrollo fue ideada, en un primer momento, desde la concepción de especialistas estadounidenses, basados en teorías eurocentristas, como un vehículo para el uso de la información. En aquel contexto, se interpretó el término para usos de guerra que se adaptaron para así conformar la propaganda bélica, anclado más al proselitismo político. En un segundo momento, esta concepción de uso de la información se utilizó en la posguerra con vistas y utilidad hacia el comercio que fabricó electrodomésticos. Por tanto, según Gumucio Dagron, era una comunicación para responder al sistema económico impuesto: “era una comunicación pensada para promover productos de la posguerra” (Gumucio Dagron, 2013). En este contexto bélico fue cuando hubo más necesidad de establecer nexos, a través de experiencias de desarrollo, en las que los recursos comunicativos se convirtieron en una urgencia para un mercado en el tercer mundo.

Sin embargo, esta concepción instrumental de la comunicación presentada por las escuelas estadounidenses, creó reacciones de estudiosos a nivel latinoamericano. Ellos sostienen que una comunicación para la propaganda o publicidad comercial, desde la concepción de modernismo y difusionismo, no basta en términos de globalización. Entonces, surgieron aportes como por ejemplo, los de Mario Kaplún (educador argentino) Orlando Fals Borda (Sociólogo e investigador colombiano), Antonio Arnaldo Pasquali (comunicador social venezolano), Amparo Cadavid (investigadora especialista en comunicación y cambio social colombiana) y Luis Ramiro Beltrán Salmón (periodista, escritor y teórico de la comunicación boliviano), entre otros, quienes han abordado de modo crítico la concepción instrumental y desarrollista de comunicación en América Latina y plantearon otras perspectivas hacia la participación y el cambio social.

Estos autores plantean que el problema real no pasa solo por prescindir de herramientas tecnológicas modernas para “salir adelante” sino que, además, incluye la dificultad mayor que radica en términos de injusticia social: créditos, tierras para cultivar, acceso a fertilizantes. A raíz de ello, y desde 1997, se comenzó a plantear la necesidad de migrar el término *comunicación para el desarrollo* a una fase que incluyera un aporte fundamental de América Latina: *comunicación participativa*, en donde esta participación pretende involucrar a las personas en los procesos y la toma de consulta con las comunidades. Es decir, cambiar la preposición “para”, que implican una concepción desarrollista en el que “otro” (agente externo) tiene injerencia o influye en las decisiones y cambiarlo por la preposición “con” que tiene una carga significativa más anclado a la concepción de involucrar las comunidades. Desde entonces, la comunicación poco a poco se ha visto en términos más de consenso, consulta y participación. A continuación, un recorrido general por el término de comunicación para el desarrollo hacia la comunicación participativa.

### 1.1 ORÍGENES DE UNA HERENCIA MALQUERIDA

El término de la comunicación para el estudio del “desarrollo” puede partirse en dos grandes modelos: el del equilibrio (donde se considera al desarrollo como un proceso de reforma sin tocar estructuras de la sociedad) y el modelo de conflicto (que critica las injusticias básicas de estas estructuras de base en la sociedad). La primera es una postura eurocéntrica y la segunda es la ola de la e(re)volución<sup>3</sup> del término.

#### 1.1.1 EL MODELO DEL EQUILIBRIO

Las primeras apariciones del término comunicación para el desarrollo o comunicación y desarrollo se dieron después de la Segunda Guerra Mundial, Jan Servaes en su artículo titulado: “Aproximaciones a la comunicación para el desarrollo” (2002) indicó que los primeros pensamientos al respecto, fueron influenciados por la guerra y la caída del nazismo y el fascismo. Fue durante esta etapa que el concepto de comunicación y desarrollo comenzó a ser utilizado en el contexto de los países del tercer mundo.

Según Servaes (2002), en un principio, la comunicación para el desarrollo era vista con optimismo por los autores y se tomaba como el camino por el cual los países del tercer mundo podían escalar a la modernidad y tecnología. En este sentido, Servaes cita al estadounidense Daniel Lerner<sup>4</sup> quien presenta un primer concepto de la comunicación para el desarrollo y se dedicó a estudiar y desarrollar la teoría de la modernización. Lerner (1958)<sup>5</sup> sostuvo que los medios de comunicación, especialmente la televisión, eran un recurso con la capacidad de traer el desarrollo y modernidad a las áreas donde no existe, pues transmiten conocimientos, estímulos e información positiva a la población, la cual, en teoría, podría “remover los estados psicológicos y culturales del subdesarrollo” (UNESCO, InfoAmerica, 2013).

Servaes también menciona a otro autor que compartía ideas similares sobre la comunicación para el desarrollo: Wilbur Schramm (1964, citado en Servaes, 2002) -conocido por desarrollar distintos modelos de comunicación, entre ellos el denominado “modelo de la tuba”-. Según Schramm, los medios de comunicación pueden llevar ciertos tipos de información y recursos educacionales, económicos y políticos a un sistema social. Esto tiene la capacidad de transformar a las personas. El autor también afirma que los medios de comunicación tienen un efecto “bastante directo y poderoso en audiencias del tercer mundo” (Servaes, 2002, p.4), lo que puede ayudar a magnificar y beneficiar el desarrollo.

Ambos autores concuerdan en que, por medio de estos, es posible transformar sociedades “tradicionales” a sociedades “modernas” (Servaes 2002). También es importante mencionar que esta primera etapa del concepto de comunicación para el desarrollo se manejaba desde un punto de vista centrado en la economía.

Otro autor que siguió la misma línea de pensamiento fue Everett Rogers,<sup>6</sup> quien, al igual que Lerner y Schramm, también creía que los medios de comunicación podían influir en el desarrollo de una comunidad; sin embargo, su enfoque estaba centrado en el aprendizaje. Según Rogers (1962), los medios de comunicación son un género pasivo-agresivo que puede influir de gran manera en cómo una persona se viste, habla, piensa y se comporta, por lo que las personas son “educadas” o “influenciadas” sin siquiera notarlo. En este sentido, Rogers sugiere que poco ha sido aprovechado el potencial de los medios de comunicación en dicha época (1962) y comenta que puede ser aprovechado no solo en los Estados Unidos, sino también en países “subdesarrollados”.

Entre los usos que Rogers enlista para el entretenimiento y educación se encuentra el educar a la población sobre varios problemas sociales relevantes de la época como: la prevención del VIH, la planeación familiar, la maternidad y salud de los hijos y las campañas para la equidad de la mujer. Es importante notar que, si bien Rogers habla de llegar a la modernización y al crecimiento económico por medio de la comunicación, este no maneja el desarrollo como algo puramente económico, sino que lo toma como algo que se puede lograr en distintas áreas de la sociedad.

Ahora bien, los autores mencionados, Daniel Lerner, Wilbur Schramm y Everett Rogers, son valorados como parte de la llamada “corriente difusionista”, la cual fue considerado como uno de los orígenes de la comunicación para el desarrollo (UNESCO, InfoAmérica, 2013). Esta corriente daría paso a la creación de la teoría de la modernización y el crecimiento, la cual, según Servaes (2002) “ve el desarrollo como un proceso evolutivo unilineal y define el estado de subdesarrollo en términos de diferencias cuantitativas observables entre los llamados países pobres y ricos, por un lado, y las sociedades tradicionales y modernas, por otro”.

### 1.1.2. MODELO DEL CONFLICTO

El modelaje del conflicto radica en el enfoque estructuralista del desarrollo y la comunicación, donde está impregnado más el rol del significado que la sociedad da a sus usos. La idea de la comunicación para el desarrollo como la forma de llegar a la modernización se mantuvo hasta mitad de la década de 1980; sin embargo, fue abandonada con el pasar de los años. Este cambio comenzó a verse con más claridad durante la década de 1970, donde distintos autores comenzaron a cuestionar los modelos de modernización optimista de las décadas pasadas.

Una de las pioneras del cambio de visión de la comunicación y desarrollo fue Nora Cruz Quebral (1971), quien fue una de las primeras autoras en mencionar los términos “desarrollo participativo” y la comunicación para el desarrollo con un nuevo enfoque. Para Cruz Quebral es importante que las personas tengan una participación activa en el proceso para lograr la transformación de una sociedad de pobreza a una con un crecimiento socioeconómico dinámico (Cruz Quebral 2006, p. 35).

Esta definición de comunicación para el desarrollo comenzó a ser utilizada ampliamente durante los siguientes años. Servaes (2002) cita a Jo Ellen Fair y Hemant Shah (1997), quienes aseguran que durante el periodo de 1987-1996 el modelo de la modernización de Lerner desapareció por completo. Durante este periodo los autores favorecen una visión de la comunicación para el desarrollo de forma participativa al cual denominan “desarrollo participativo” (participatory development).

El desarrollo participativo ha sido estudiado dentro de la comunicación por medio de la denominada “comunicación participativa” o “comunicación para el cambio social”. Gumucio Dagron (2004) asegura que la comunicación participativa tiene como punto central la ética, busca el recuperar el diálogo y la participación como ejes centrales para lograr la amplificación de las “voces ocultas o negadas” (Gumucio Dagron, 2004, pp. 6-7). Esta propuesta es de suma importancia, ya que muestra una alternativa a la búsqueda de desarrollo que deja a la población como protagonista y poniendo en sus manos los instrumentos para llegar a suplir sus necesidades. Según el autor, esta “nace como respuesta a la indiferencia y al olvido rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad” (Gumucio Dagron, 2004, pp. 6-7).

La búsqueda de incidencia en la sociedad también es estudiada por otros autores, uno de ellos es Manuel Chaparro quien ha trabajado en distintos proyectos en países de Latinoamérica y ha recopilado experiencia en el campo. Chaparro, en su artículo “Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios” se cuestiona sobre el significado de comunicación para el desarrollo y concluye en que:

Es una labor de democratización, concientización y de participación, para buscar cauces que se han convenido en llamar de desarrollo (...) lo que se persigue son conquistas sociales y humanas, ideales de vida desde cosmovisiones propias o desde nuevas prácticas culturales, que vienen a denunciar el fracaso del modelo desarrollista (Chaparro, 2009, p. 146).

Sin embargo, el autor considera que aún existen retos en cuanto a la comunicación, el desarrollo y el cambio social, los cuales solo se pueden solventar mediante el interés y la participación ciudadana en la toma de decisiones.

El autor comprende que la participación es uno de los puntos centrales de la comunicación para el desarrollo y propone que es posible utilizarla para contribuir a acelerar el ritmo del desarrollo. Chaparro asegura que “sabemos que cuando la comunicación se convierte en un elemento integral del proceso de desarrollo y se la ejecuta inteligentemente, el proceso de desarrollo es más sostenible” (Chaparro, 2009, p.

146) punto que se puede ejemplificar claramente en distintos ejemplos de experiencias de comunicación para el desarrollo. Las experiencias que han sido consideradas como exitosas casi siempre ponen a la población como eje central de los proyectos, dejando en sus manos la capacidad de trabajar en conjunto y tomar decisiones basadas en sus necesidades.

Pero para llegar a tomar en cuenta la participación y la comunicación para el desarrollo se necesitó un proceso de experiencias, ensayo y error y la observación de los procesos de comunicación que funcionan y no funcionan para los países “no desarrollados” los cuales se fueron perfeccionando a lo largo de los años y aún siguen en un proceso de constante investigación.

## 1.2. ALGUNAS FRACTURAS QUE DIERON PASO A NUEVAS IDEAS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO: DEL INSTRUMENTALISMO A LA PARTICIPACIÓN MEDIADORA

Mefalopulos (2008) asegura que, a partir de la década de 1990 la idea del desarrollo participativo comenzó a inspirar varias aproximaciones por parte de distintos autores, entre las cuales se encuentran: el paradigma de la multiplicidad (Servaes 1991); el enfoque de empoderamiento (Friedmann 1992); y el enfoque del “otro desarrollo” (Melkote 1991; Jacobson 1994). Un elemento interesante de la corriente del desarrollo participativo es que, según Mefalopulos (2008), los autores que se han dedicado a estudiarlo no buscan definir una teoría general que englobe el concepto y cómo funciona a nivel mundial. Al contrario, los autores buscan explicar y analizar experiencias y limitaciones de las prácticas de desarrollo locales y comunitarias que se estaban realizando en ese momento. Con esto buscaban identificar enfoques normativos que podrían proporcionar pautas operativas útiles en el campo. Para Mefalopulos, el “padre fundador” de la comunicación y desarrollo de la era moderna es Erskine Childers, quien desarrolló la idea de comunicación para el desarrollo luego de sus experiencias trabajando como consultor de las Naciones Unidas durante las décadas de 1950 y 1960. Según Mefalopulos, Childers pudo experimentar personalmente como las ideas de la modernización no eran efectivas al momento de lograr el desarrollo. Él se dio cuenta de que uno de los mayores obstáculos para el desarrollo no era causado por la economía, si no por la falta de comunicación entre quienes tomaban las decisiones y los beneficiarios. En este sentido, faltaba la concepción de comunicación mediadora que nos heredó Jesús Martín Barbero<sup>7</sup> quien considera que uno de los roles más importantes de la comunicación es funcionar como un negociador de los procesos.

Si bien las ideas de Childers están un tanto desfasadas para los estándares actuales, este fue el primero en considerar la importancia de la participación de las personas en el proceso de comunicación y desarrollo. Según la Organización de las Naciones Unidas (2011) actualmente no existe una definición o teoría absoluta para la comunicación para el desarrollo, al contrario, el debate continúa. Algunos autores creen que esta debería facilitar generar cambios en las relaciones de poder y lograr contribuir a una transformación social positiva, mientras que otros creen que las personas que viven en la pobreza deben informarse en decisiones que competen únicamente a responsables políticos asesorados por tecnócratas (ONU, 2011). La última opinión, y la más aceptada en la actualidad, define a la comunicación para el desarrollo con un enfoque integral “diagonal” participativo que aproveche la comunicación vertical y horizontal para informar en la adopción de decisiones de los ámbitos nacional y local (ONU, 2011). Sin embargo, lo que es innegable es que el concepto de desarrollo ha ido evolucionando y revolucionando su aplicación y uso. Para ello, es importante tomar en cuenta algunas perspectivas, ya en ámbito latinoamericano, que permiten descubrir las líneas de similitudes y diferencias entre estas concepciones.

### 1.2.1 ROL DE LA COMUNICACIÓN: DISEÑOS ENTRE DESARROLLO PARTICIPACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

El concepto (de desarrollo) es cuestionado por ser unilineal y muy hecha desde “afuera” para personas que son incapaces de agenciar por sí mismas sus propios cambios. La crítica es el uso (una comunicación más lineal vertical, direccional que propone comportamientos individuales) pero luego, ese debate se va complejizando y se van involucrando la participación de los actores, no solamente como participantes sino como los que deciden los horizontes de los procesos (Comunicación personal con Jair Vega Casanova, 814 de febrero de 2024).<sup>8</sup>

Según Luis Beltrán Salmón, la década de 1980 se consideró como la “espantosa década perdida” para Latinoamérica, en cuestión de desarrollo y de comunicación para el desarrollo, por ende, ¿qué circunstancias explican el uso de este adjetivo peyorativo “espantosa” para caracterizar a dicha década? Entre algunas: el neoliberalismo y la globalización llegaron a cambiar las bases estructurales de la economía hasta el momento. Como siempre, los países más desarrollados, quienes formularon estas ideas y prometieron un desarrollo universal, no tuvieron mayor inconveniente; sin embargo, durante esta época se vivió la peor recesión desde la “Gran Depresión”, afectando a países en desarrollo y a países desarrollados.

Durante esta década la principal consecuencia fue hacia la economía. El PIB de Latinoamérica se desplomó 4.6%. La deuda externa aumentó y este fue un factor que provocó que Centroamérica haya sido aún más dependiente de Estados Unidos. La inversión extranjera y la participación de la región en el mercado exterior, como exportadores de café, por ejemplo, descendieron. Además, hubo y hay más desempleo, menos dinero, menos participación en asuntos internacionales, menos desarrollo. Paralelamente, en los países que habían estado en dictadura se constituyó la época de mayor conflicto interno, lo que trajo guerras civiles. Por ello, para Latinoamérica todos estos cambios del mercado y de conflicto social representaron estancamiento e, incluso, regresión. Por tanto, llegó a toda América Latina, a partir de esa “década perdida”, un concepto de comunicación con una merecida reivindicación crítica a partir de ciertos desvíos o fallas del término mismo de desarrollo impuesto por el pensamiento europeo y estadounidense. Al respecto, Juan Díaz de Bordenave rescató, cuatro grandes críticas que son destacables:

- La primera crítica que formula este autor es que se consideraba el término desarrollo de modo objetivo, cuando realmente es un concepto abstracto que implica diversos fenómenos y actividades: son parte de un imaginario colectivo construido a partir del interés de la comunidad que utilice (Díaz de Bordenave, 1978, p. 28).
- El segundo punto que señala Díaz de Bordenave es que se llegó a suponer que el desarrollo podría ser parte de una ciencia, cuando en realidad emerge de una posición ideológica (Díaz de Bordenave, 1978, pp. 28-29).
- El tercero de los cuestionamientos que formula este autor es que la concepción eurocentrista y estadounidense suele marcar sus modelos de modo descriptivos, pero en realidad funcionan como papeles normativos (Díaz de Bordenave, 1978, p. 29). Podríamos comparar lo anterior con las recetas de cocina. La aplicación de estas recetas, formuladas desde afuera, requiere un escenario poco posible en una zona latinoamericana, en la que muy pocos siguen recetas al pie de la letra, y más bien van experimentando con toques tropicalizados para lograr una infusión de “sabores” diferentes.
- Finalmente, Díaz de Bordenave apunta que el desarrollo es un constructo amplio y semántico que logra que la idea se vuelva fuerza. Pero la lógica eurocentrista es un concepto más superfluo y dogmático (Díaz de Bordenave, 1978, p. 29).

Por eso, cobran robustez las palabras de este autor cuando expresa lo siguiente: Dado que: “el tercer mundo aceptó un concepto de desarrollo no producido por él mismo sino por los países más industrializados, se han establecido entre nosotros políticas, hábitos de producción y consumo, sistemas de comunicación, etc. Muchas veces desfavorables a nuestros intereses” (Díaz de Bordenave, 1978, p. 29)

Al hablar del mayor disenso entre desarrollo, participación y cambio social tendrían que considerarse las incidencias externas en comunicación para el cambio social y del comportamiento dado que conciben la participación instrumental como una acción consultiva para entender más al otro con el fin de poderlo convencer. Es una fórmula para lograr un tecnicismo. En cambio, en el ámbito participativo el objetivo es más político: La forma como tomamos decisiones individuales y colectivas es más relevante para tomar en cuenta un futuro colectivo.

Por eso, a partir de esta década perdida y la discusión de fondo entre participación y cambio social en América Latina, la redefinición de desarrollo se gesta dentro del propósito y de la intencionalidad, dado que se busca desprender la concepción de una comunicación “desarrollista”, ligado a la concepción de la modernización, intención del mejoramiento de la vida y producto de indicadores individuales y lograr, más bien, contribuir a ese ideal de desarrollo con paradigmas que demuestran que la comunicación para el desarrollo evoluciona hacia la comunicación participativa y comunicación para el cambio social, entendiendo que la sociedad es cambiante en sí misma, con necesidad de involucramiento. “Estamos ante un concepto polisémico de cambio social: comunicación para la justicia social, comunicación transformativa y/o de comportamiento”, (Comunicación personal con Jair Vega Casanova, 14 de febrero de 2024).

## 2. CAMINANDO HACIA LA HERENCIA TRANSFORMADA: CONSENSOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA Y COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL.

“Considero, sin embargo, que no se deberían fusionar grupos de comunicación participativa con cambio social, pues cada uno tiene su esencia misma; son complementarios, se juntan de alguna manera, pero tampoco se pueden volver en un instrumento de cambio social, pues los propósitos no tiene que coincidir con la agenda comunitaria ni coincidir en los propósitos” (Comunicación personal con Jair (Vega Casanova 14 de febrero de 2024).

Cuando se comenzó a reinterpretar la concepción de desarrollo y comunicación desde la participación hubo aportes importantes. Para iniciar, el modelo de comunicación participativo, también llamado “comunicación horizontal” implica un proceso de interacción social democrática basada en intercambio de símbolos y sentidos (es decir, significados), donde los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario. Esto significó directamente la aceptación de que el abordaje del concepto de comunicación no se reduce a la mera difusión si no que es un diálogo en el que todas las opiniones son dignas de tomarse en consideración para una acción en la que están involucrados varios actores, de manera libre y democrática.

Pero, ¿cuáles son los consensos de la comunicación que va más allá de un abordaje instrumental? Los medios de comunicación difusionistas, ligados a los medios desarrollistas que intentaban llegar a las poblaciones para entenderlas. Luego, en las décadas de 1970 y 1980, llega la teoría de la dependencia, que crítica a los medios de comunicación que trabajan la comunicación desde la perspectiva del productor de consumo o “prosumidor” donde los sujetos no solo reciben, sino que son capaces de producir sus propios mensajes y de agenciar sus procesos de comunicación sin un agente externo, ya no solo de recibir los mensajes. La comunicación es, entonces, esencia misma al movimiento social que permite lograr conciencia.

### 2.1 ROL DE LOS PROTAGONISTAS DENTRO DE LA TRANSFORMACIÓN

...las comunidades deben ser actores protagónicos de su propio desarrollo. Luis Beltrán Salmón

la comunicación participativa, se busca generar cambios de manera colectiva que promuevan un enfoque desarrollador, con base en valores y nuevas actitudes. Es decir, busca involucrar a las personas de la comunidad, haciéndolas partícipes del cambio para que éstas comprendan una comunicación anclada en facilitar conciencia crítica, activar la acción para la construcción de políticas, objetivos, planes, decisiones, etc. Es decir, se trata de una comunicación más estratégica. La comunicación participativa busca desembocar en propuestas y reorientaciones por los cambios económicos y políticos.

Gustavo Cimadevilla (2004)<sup>9</sup> crítica la razón intervencionista en materia de desarrollo sustentable y señala los desafíos que la comunicación enfrenta para poder apuntar al mismo. En este sentido, es importante para dejar a un lado el modelo unidireccional en el que se basa la comunicación difusionista-instrumental, proporcionado por la concepción estadounidense y eurocentrista dejar de usar la comunicación para persuadir a la gente a fin de lograr objetivos vacíos y recalcar la importancia de crear diálogos entre las comunidades teniendo acceso libre e igualitaria en el proceso de la comunicación misma, pero de forma democrática.

## 2.2 APOORTE DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO ALTERNATIVA Y PARTICIPATIVA A LA DEMOCRACIA

Toda comunicación debe colaborar en abrir canales para facilitar la intercomunicación entre los actores que permitan aportes concretos en la sociedad, instituciones y obviamente a las personas, para llevar bienestar, calidad de vida, buen servicio público y, sobre todo, a la democracia. En este sentido, desde la práctica comunicativa en sí misma, y también desde la academia, se busca un rol desde la comunicación con sentido negociador.

Sin embargo, hay un elemental hecho que no podemos dejar de lado en cuanto a la comunicación se refiere. Esto es que dependerá de la ideología y los intereses del modelo de desarrollo que se aplique. Es decir, no es independiente del modelo escogido. En ese sentido, si el modelo tiende a buscar más un enfoque económico, la comunicación buscará extender un mercado más efectivo; por otro lado, si el modelo está más centrado en el individualismo, la comunicación se centrará en implantar una voz como discurso. O si, por ejemplo, el modelo de desarrollo está focalizado en la construcción de colectividad, la comunicación aportará en líneas de acción para que la población se prepare a construir con otros sectores de la misma población o se relacione con otros pueblos.

En este sentido, es importante verificar qué tipo de sociedad se pretende construir, para definir la metodología de comunicación más apropiada. Solo así se podrá decidir el tipo de medios, soportes, canales, espacios, expansión y flexibilidad de la comunicación para que las personas tengan acceso a la participación en sus procesos de comunicación.

## 3. PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE DESARROLLO PARTICIPATIVO

Existen dos perspectivas sobre lo que es la comunicación, la participación y el cambio social: la práctica y la utopía del comunicador latinoamericano. La utopía la entenderemos como lo que se quisiera que pasara o su plan ideal. Durante muchos años, críticos/comunicadores latinoamericanos daban su punto de vista acerca de replantearse el modelo clásico de comunicación. Esta crítica es más válida hoy, puesto que, a partir de la década de 1980, la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados es mayor. La diferencia entre quienes tienen acceso a Internet en Estados Unidos y quienes tienen acceso en Latinoamérica es abrumadora. Por

ejemplo. Alfonso Gumucio Dagron (Gumucio Dagron, 2011a, p. 26) que los medios se concentran en pocas manos, en tanto es mayor la privatización de las frecuencias y los medios del estado. Desde su perspectiva, no se discute en dichos medios la información como un hecho cultural y social sino como un elemento del mercado, por la influencia de grandes empresas multinacionales. El desarrollo democrático, por tanto, no ha ocurrido. La dominación interna de los medios masivos sigue dándose, incluso con más fuerza: se han privatizado las frecuencias y se ha eliminado casi por completo los medios de comunicación de servicio público; además, la dependencia externa (a los Estados Unidos) es mayor que antes y todo esto también afecta a la comunicación. Por tanto, estos autores no renuncian a la dimensión utópica. Al contrario, enfatizan la importancia de la práctica antes que la teoría, procurando una “Nueva Comunicación” (IPAL, 1990, citado en Beltrán, 2006) que no busca renunciar al ideal creado décadas atrás: un modelo de comunicación libre de intereses económicos y políticos, sujeta a la solidaridad y participación ciudadana.

Como comunicadores, no se debería perder la esperanza y el trabajo irrenunciable para que la comunicación en lugar de regresiva, persuasiva y en manos de minorías, se vuelva mucho más universal, certera y clara en la construcción de una nueva sociedad, en las actualizaciones y la innovación se sigan teniendo ideales firmes basados en buscar se ejerza una democracia real. La utopía, entonces, debe entenderse como base para una sociedad informativa que no reduzca el control y conveniencia de unos pocos, sino más bien busque el ideal de volverse inclusiva y realmente informativa, que busque generar la libre conciencia, la empatía y el verdadero acontecer. Se busca dejar de un lado el populismo e indicar la realidad tal cual para un verdadero parámetro de cambio y de conversión social en democracia pura.

### 3.1 ALGUNAS LÍNEAS PARA UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LATINOAMÉRICA

En la actualidad, la comunicación no debería ser vista más como un conjunto de recetas que permiten elaborar mensajes para un público; sino que debería posicionarse como un proceso que tiene que ver con la toma de decisiones donde surgen las innovaciones y la forma de hacer comunicación, a base de la participación social. Esta concepción de comunicación para el cambio social recoge todo lo que había en la comunicación de desarrollo, pero no solo en términos de acceso a la información, sino de participación: decisiones sobre qué tipo de comunicación se desea en la comunidad a partir de la voluntad para mejorar la calidad de vida de las personas. Incluso, las Naciones Unidas, la UNESCO y la FAO desarrollan ya de mejor manera esta cultura local para entender procesos y aplicar así mejor la comunicación.

Ciertamente, las miradas en cuestiones comunicativas se han enfocado de disímiles maneras, aunque en muchos casos hay un patrón común: el intento de informar sobre las vías posibles para alcanzar el desarrollo, el cambio social, abordar las ventajas de esas propuestas, incentivar las iniciativas fundamentalmente locales y sugerir que la población ofrezca su apoyo, que se sensibilice con esta aspiración. Hoy en día, el rol social que desempeña la comunicación en desarrollo y para el cambio social es un tema que rebasa el plano académico y alcanza dimensiones políticas.

Entre las líneas de comunicación para el cambio social se encuentran: recopilar e intercambiar información, conocimientos y experiencias; fortalecer las capacidades y habilidades de la comunidad organizada y generar un proceso de movilización que busque la solución a problemas sociales. Entre las características que podemos encontrar en este tipo de comunicación está la creatividad de las metodologías y posibilidades de la información y comunicación, con la finalidad de generar esa movilización hacia el cambio; además de que es participativa, logra potenciar el protagonismo y liderazgo de los actores locales y permite democratizar la información y elevar su capacidad de incidencia para mejorar su entorno.

### 3.2 CARACTERÍSTICAS DE ALGUNOS CASOS EXITOSOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

Existen recopilaciones completas de experiencias de comunicación para el desarrollo y de comunicación participativa y comunicación para el cambio social que se han llevado a cabo en América Latina. Algunas están compiladas en el libro *Haciendo olas. Historia de comunicación participativa para el cambio social*, de Alfonso Gumucio Dagron (Gumucio Dagron, 2011b). Otras son sistematizaciones de experiencias compartidas en redes de organizaciones que trabajan en el área.

En la mayoría de los casos consultados, para efectos de este artículo, han tenido resultados exitosos al momento de cumplir sus objetivos planteados, por algunas características bien pensadas a la hora de su ejecución como:

Parte de la investigación de las necesidades a suplir por parte de los actores locales y no con la concepción de la agencia externa. En este sentido se fortalece la cultura participativa en la población beneficiaria y se les dio empoderamiento para ejercer su opinión sobre decisiones que afectan a su comunidad. Por tanto, garantizaron la aprobación de las personas que agenciaron su proceso.

Importar imagen La mayoría de proyectos son impulsados por agentes internacionales como organizaciones, cooperativas, etc., tomando en cuenta la opinión de la población beneficiaria. En algunos casos, por ejemplo, se toman aspectos lúdicos para convertirse en sana competencia entre estudiantes o jóvenes. Por lo que se ha logrado el objetivo principal de aprender jugando, con recursos brindados por agentes internacionales, pero considerando a los usuarios como los protagonistas de la experiencia de los proyectos, ya que a ellos se les atribuye la popularidad del mismo.

Importar imagen Muchos de estos proyectos tienen como finalidad principal la educación y la autosuficiencia de la población. Es decir, buscan empoderar a la población en temas de cómo agenciar sus propios procesos y recursos. La apertura a propuestas de proyectos comunitarios con la finalidad de solucionar los problemas particulares que cada comunidad tiene, por ejemplo, la carencia de agua y saneamiento provoca empoderamiento por parte de los pobladores.

En estos casos exitosos los proyectos se llevan a cabo con sectores empobrecidos de población, pero adecuándose a su propia realidad y procesos. Las personas participantes han mostrado interés e iniciativa de mantener el proyecto funcionando y llevarlo a distintas zonas del país. También ha generado oportunidades de desarrollo y superación a la población vulnerable, en distintos países del mundo.

Estas y otras características no pueden dejarse de lado al querer implementar un proyecto o proceso colectivo o comunitario para el cambio social.

## 4. CONCLUSIONES

El uso del término comunicación para el desarrollo ha sido acogido en Latinoamérica con una definición adaptada a las necesidades de la realidad de la región. La concepción eurocéntrica de la comunicación para el desarrollo está más anclada al desarrollo técnico y tecnológico; sin embargo, la concepción latinoamericana sí sopesa la perspectiva humana de lograr un propósito.

La discusión sobre el desarrollo, la participación y el cambio social es un debate aún en curso. Incluso hay nuevas tendencias en el rol de la comunicación, pues constantemente se renuevan, se actualizan, se reproducen. En la actualidad, por ejemplo, parecería que la cooperación internacional se pasó del ámbito de comunicación para el desarrollo con o campos de incidencia sobre la participación sobre decisiones, pero buscando aproximaciones como cambio social y del comportamiento con factores individuales, pero también

sociales, y ahora se maneja de modo más interdisciplinario el cambio social y comportamiento. Al respecto, habrá que marcar muy bien el rol de la comunicación para no reñir con la psicología y la economía del comportamiento, por ejemplo, y poder más bien interactuar y negociar con las otras disciplinas para las que la comunicación funge un rol integral, sin permitir que ninguna de estas áreas del conocimiento que interactúan con la participación ciudadana con construcciones históricas importantes a recuperar desde la academia y desde el cambio para no quedarnos en el rol herramental.

El hecho de valorar la herencia de modelos fundados por pensamiento eurocentristas ha permitido formular necesidades en torno a la comunicación, y adaptarlas a nuestras visiones regionales. Sin embargo, es importante rescatar que en Latinoamérica fue la experiencia empírica la que inició y marcó el sentido o propósito para lo que adaptamos la comunicación, llámese como desee llamarse (de cambio, para el cambio, con comportamiento social). En este sentido, Latinoamérica está aprendiendo a hacer una formulación de los modelos dentro de las comunidades, quienes son los que brindan los insumos o problemáticas a resolver. Dentro de esta visión evolutiva de la comunicación para el desarrollo es importante apropiarnos de la metodología de estos modelos, apreciando nuestra realidad latinoamericana, es decir, rescatando el origen del propósito. Por tanto, parecería que la idea fuerza de la comunicación está anclada en la agencia propia de los públicos, pues de ellos emanan soluciones creativas ancladas a sus necesidades. Esta reflexión debe aplicar tanto para Américalatina como para El Salvador específicamente, pues cada realidad de los países es muy específica y de la realidad y necesidades mismas deberían emanar las respuestas.

En la actualidad, uno de los desafíos a los que se enfrenta la comunicación para el desarrollo y el cambio social en Latinoamérica es trabajar proyectos que garanticen el papel protagónico de la comunidad beneficiada, en lugar de limitarse a aplicar modelos preestablecidos o el error de caer en utilizar a estos públicos como fuente de información, para intervenir como agentes externos. El trabajo del comunicador se vuelve crucial en el ámbito de este tipo de proyectos para lograr crear iniciativas que perduren, que sean de utilidad para las comunidades y que a largo plazo sean sostenibles y sustentables.

La idea fuerza radica en provocar que las personas se empoderen y se vuelvan agentes de sus propios procesos y no solo esperar a que sean organizaciones externas las que provoquen o brinden insumos para proveer los cambios necesarios. En este sentido, un proyecto social implica lograr la autosuficiencia y sostenibilidad con vistas a futuro. Ciertamente, al inicio es importante recibir apoyo técnico-económico y de capacitación. Sin embargo, la meta de la idea fuerza es lograr un propósito común y que este sea liderado por las mismas personas. La comunicación, entonces, será un agente de estrategias organizativas que podrá brindar estrategias para una coordinación mejor.

## Referencias bibliográficas

- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5181393>
- Boafo, K. S. T. (2006). Participatory development communication: An African perspective. en Bessette, G. (Ed.). *People, Land and Water. Participatory Development Communication for Natural Resource Management*. Earthscan, pp. 41-48. [https://web.archive.org/web/20110903124115id\\_/http://omec.uab.cat/Documentos/com\\_desenvolupament/0016.pdf](https://web.archive.org/web/20110903124115id_/http://omec.uab.cat/Documentos/com_desenvolupament/0016.pdf)
- Bordenave, J. D. (1977b). Comunicación y Desarrollo. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(19), 27-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791992>
- Chaparro M. (2009). Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Perspectivas de la comunicación*, 2(1), 146-158. <https://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/68>
- Cocreando Cambios. (2016). Yaku, una aventura por el agua.Insitu. <https://cocreandocambio.wordpress.com/2016/04/21/yaku-una-aventura-por-el-agua/>
- COSUDE. (2019). Concurso Técnico Ambiental – Produciendo Calidad con Responsabilidad. 2020. COSUDE. [https://www.flickr.com/photos/cosude\\_en\\_peru/sets/72157640613654704/](https://www.flickr.com/photos/cosude_en_peru/sets/72157640613654704/)
- Cruz Quebral, N. (2006). Participatory Development Communication: An Asian Perspective, en Bessette, G. (Ed.). *People, Land and Water. Participatory Development Communication for Natural Resource Management*. Earthscan, pp. 34-38. [https://web.archive.org/web/20110903124115id\\_/http://omec.uab.cat/Documentos/com\\_desenvolupament/0016.pdf](https://web.archive.org/web/20110903124115id_/http://omec.uab.cat/Documentos/com_desenvolupament/0016.pdf)
- El agua nos une. (2019). ¡Descarga “YAKU, una aventura por el agua”. El agua nos une. <http://www.elaguanosune.org/noticias/noticias-destacadas/aventura-yaku-en-los-computadores-para-educar-colombia-2019/>
- Fundación Luciérnaga. (2019). [Fundación Luciérnaga] (10 de febrero de 2019). *El circo del agua. Le cirque de l'eau* [Video].<https://www.youtube.com/watch?v=y66p7Oaa6Jc&list=UU5xtfARS1hdTHY9yyPPSZcQ&index=52>
- Gumucio Dagron, A., (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, 12(1), 2-23. <https://www.redalyc.org/pdf/268/26800101.pdf>
- Gumucio Dagron A. (2011a). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo”. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- Gumucio Dagron A. (2011b). *Haciendo olas. Historias en comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation
- [https://www.bantaba.chu.eus/sociedad/files/view/haciendo-olas.pdf?revision\\_id=62865&package\\_id=56434](https://www.bantaba.chu.eus/sociedad/files/view/haciendo-olas.pdf?revision_id=62865&package_id=56434)
- InfoAmérica. (2013). Daniel Lerner (1917-1980) Perfil biográfico y académico. InfoAmérica. <https://www.infoamerica.org/teoria/lerner1.htm>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (1989). IICA. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/14918/BVE21030748e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- FAO. (2010). La comunicación para el desarrollo ante los desafíos del cambio climático, manejo de recursos naturales, gestión del riesgo y seguridad alimentaria. *Plataforma de conocimientos sobre agricultura familiar*. <http://www.fao.org/3/k7361s/k7361s00.pdf>
- Lara González, A. y Olabe Sánchez, F. (2013). La comunicación para el desarrollo. Análisis de caso: Fundación ACLO. Educación a distancia por radio en Bolivia. *Razón y palabra* (81). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524700007.pdf>
- Lasagna, M., Hermosilla, A. y Martínez, J. (2011). *De las Comunidades Virtuales al Proyecto YoAgricultor*. Chile: Fundación Para La Innovación Agraria. <https://bibliotecadigital.fia.cl/handle/20.500.11944/146925>
- Leighton, P. (2010). Internet y celulares mejoran la gestión agrícola en Chile. *SciDevNet*. <https://www.scidev.net/america-latina/news/internet-y-celulares-mejoran-gesti-n-agr-cola-en-chile/>
- Mefalopulos, P. (2008). *Development Communication Sourcebook. Broadening the Boundaries of Communication*. The World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/6439/446360Dev0Comm1ns0handbook01PUBLIC1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- McCall, E. (2011). Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://unsdg.un.org/sites/default/files/c4d-effectiveness-of-UN-SP.pdf>
- OIM. (2019). Comunicación para el desarrollo. 2020, de Programa Regional Sobre Migración Sitio web: <https://www.programamesoamerica.iom.int/es/ejes-tematicos/comunicacion-desarrollo>
- OIM. ONU Migración (2020). Campañas de comunicación para el desarrollo y migración en América Central y México. OIM. Programa Regional Sobre Migración.: [https://www.programamesoamerica.iom.int/sites/default/files/onepage\\_c4d\\_2019\\_es.pdf](https://www.programamesoamerica.iom.int/sites/default/files/onepage_c4d_2019_es.pdf)
- ONU. Comunicación para el Desarrollo: Una herramienta para el cambio social y la participación. UNESCO.
- Servaes, J. (Ed.). (2002). *Approaches to Development Communication*. UNESCO. [https://www.researchgate.net/publication/274193384\\_Jan\\_Servaes\\_ed\\_Approaches\\_to\\_Development\\_Communication\\_UNESCO\\_Paris\\_2003/link/55181e670cf29ab36bc499bc/download](https://www.researchgate.net/publication/274193384_Jan_Servaes_ed_Approaches_to_Development_Communication_UNESCO_Paris_2003/link/55181e670cf29ab36bc499bc/download)
- Servaes J. y Malikhao, P. (2002). Participatory communication: the new paradigm?, en: Hemer, O. y Tufte, T. (Eds.). *Media & Global Change. Rethinking Communication for Development*, 91-103. CLACSO/ Nordon, Nordic Information Centre for Media and Communication Research. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/media/09Chapter5.pdf>
- Silva, C.(2013). La radio es la escuela. *elDiario.es*.[https://www.eldiario.es/ayudaenaccion/educacion-radio-Bolivia\\_6\\_171192896.html](https://www.eldiario.es/ayudaenaccion/educacion-radio-Bolivia_6_171192896.html)
- Singhal A., Rogers R. (1999). *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*. Routledge. <https://books.google.com/sv?hl=es&lwPFdWAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dp=https://books.google.com/sv?hl=es&lwPFdWAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=everett+rogers+development+communication&ots=EDKIsjj60w&sig=tejiDE81Bm3NWWcXHldGGHBJpQ#v=onepage&q=everett%20rogers%20development%20communication&f=false>
- Jenatsch, T. y Bauer, R. (2016). *Comunicación para el desarrollo. Una guía práctica*. Agencia Suiza Para el Desarrollo y la Cooperación:

[https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual\\_ES.pdf](https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf).

UNICEF Guatemala. (2018). Comunicación para el desarrollo. Video comunitario. En agua y saneamiento. UNICEF <https://www.unicef.org/guatemala/comunicaci%C3%B3n-para-el-desarrollo>.

## NOTAS

- 3 Los paréntesis encierran la posibilidad de tomar dos significados de la palabra. La comunicación para el desarrollo evoluciona y revoluciona, desde la perspectiva que se desee tomar.
- 4 Daniel Lerner, en su texto titulado *El fallecimiento de la sociedad tradicional: modernización del Medio Oriente* (Lerner, 1958), presenta un concepto de comunicación y desarrollo.
- 5 Lerner basa esta teoría en los estudios que realizó sobre la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.
- 6 En el libro titulado *Entretenimiento y Educación: una estrategia de comunicación para el cambio social* (1962) Singhal y Rogers hablan de los medios de comunicación (revistas populares, periódicos, programas de radio y televisión) como un lugar en el cual potencialmente se puede difundir entretenimiento con fines educativos.
- 7 Jesús Martín Barbero en su libro *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, publicado en 1987, configura dos tipos de comunicador. Uno que es un transmisor de poderes en las estructuras jerárquicas (comunicador intermediario) y el otro que es un agente que negocia sentires (significados) a partir de los diferentes factores que pueden influir en la percepción e intereses de los actores (comunicador mediador).
- 8 Jair Vega Casanova es sociólogo especialista en el campo de la comunicación de desarrollo y Magister en Estudios Políticos y Económicos.
- 9 Especialista argentino en comunicación para el desarrollo rural. Autor del artículo, "Pensar la comunicación para un mundo más sustentable".

## ENLACE ALTERNATIVO

<https://revistas.uca.edu.sv/index.php/realidad> (pdf)



**Disponible en:**

<https://portal.amelica.org/ameli/ameli/journal/769/7695050006/7695050006.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe,  
España y Portugal  
Modelo de publicación sin fines de lucro para conservar la  
naturaleza académica y abierta de la comunicación científica

Dulcinea Ruthdey Flores Argueta, Violeta Quintanilla  
**Comunicación para el desarrollo como idea-fuerza: del  
instrumento al constructo participativo**

Communication for Development as an idea-force: from the  
instrument to the participatory construct

*Realidad, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*  
núm. 163, p. 92 - 105, 2024

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas,  
El Salvador

[realidad.director@uca.edu.sv](mailto:realidad.director@uca.edu.sv)

**ISSN:** 1991-3516

**ISSN-E:** 2520-0526

**DOI:** <https://doi.org/10.51378/realidad.v1i163.8180>



**CC BY-NC 4.0 LEGAL CODE**

**Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0  
Internacional.**