



**COMILLAS**  
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Grado en Relaciones Internacionales

## Trabajo Fin de Grado

# Análisis de la Comunicación para el Desarrollo en la FAO

Estudiante: Elena Conde Sobrados

Director: Iván Luis Alonso Peláez

Madrid, abril, 2023

## **RESUMEN**

La comunicación es un elemento clave para prácticamente cualquier ámbito y constituye la base sobre la que nos relacionamos. Pero su importancia no sólo reside en las relaciones entre humanos; también las naciones o los organismos internacionales hacen uso de ella para la consecución de distintos fines, destacando el desarrollo sostenible como uno de ellos. El objetivo de este TFG es analizar el concepto de Comunicación para el Desarrollo, comprendiendo las características y aspectos que lo conforman, todo ello, dentro del uso que hacen las Organizaciones Internacionales del mismo. Concretamente, se estudiará en profundidad la Comunicación para el Desarrollo que lleva a cabo la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) a través de uno de sus proyectos especializados en esta materia: Onda Rural. Mediante la investigación que se haga del mismo, se conseguirá extraer las fases y herramientas de comunicación que emplea un proyecto en la práctica. Finalmente, se presentan las conclusiones obtenidas a partir del estudio realizado.

**Palabras clave:** Organizaciones Internacionales, FAO, Comunicación para el Desarrollo, proyecto, Onda Rural, medios de comunicación, desarrollo sostenible, Agricultura Familiar.

## **ABSTRACT**

Communication is a key element for practically any field and constitutes the basis on which we relate to each other. But its importance is not only in human relationships; nations and international organizations also make use of it to achieve different goals, with sustainable development standing out as one of them. The aim of this dissertation is to analyze the concept of Communication for Development, understanding the characteristics and aspects that make it up, all within the use that International Organizations make of it. Specifically, the Communication for Development carried out by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) will be studied in depth through one of its specialized projects in this field: Onda Rural. Through the research carried out on this project, the phases and communication tools used by a project

in practice will be extracted. Finally, the conclusions obtained from the study are presented.

**Keywords:** International Organizations, FAO, Communication for Development, project, Onda Rural, media, sustainable development, Family Farming.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 METODOLOGÍA .....</b>	<b>7</b>
<b>2. CONTEXTO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 RECORRIDO DE LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN ORGANISMOS INTERNACIONALES .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES Y DESARROLLO SOSTENIBLE ..</b>	<b>11</b>
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 LA FAO. HISTORIA, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DENTRO DE LA FAO .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO .....</b>	<b>20</b>
<b>3.4 FASES Y HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN.....</b>	<b>21</b>
<b>4. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA .....</b>	<b>25</b>
<b>4.1 PROYECTO ONDA RURAL .....</b>	<b>25</b>
<b>4.2 PLAN DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA: AMÉRICA LATINA 2021.....</b>	<b>27</b>
<b>4.3 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE ONDA RURAL PARA LA CAMPAÑA DEL DAF .....</b>	<b>31</b>
<b>4.3.1 Onda Rural Radio .....</b>	<b>31</b>
<b>4.3.2 Documentos.....</b>	<b>35</b>
<b>4.4 ALCANCE E IMPACTO .....</b>	<b>36</b>
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>39</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>43</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>50</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Generalmente, se tiende a creer que la comunicación política es un ámbito relativamente reciente, el cual debió surgir a partir de las nuevas tecnologías, y como una adaptación del marketing empresarial, buscando la misma finalidad que éste, pero aplicada a la política (Restrepo-Echevarría, 2019).

Sin embargo, esta práctica lleva presente desde que los humanos se organizan en comunidades para vivir, por lo que se puede afirmar que la política y la comunicación llevan ligadas mucho más tiempo del que se piensa (Mancini, 1995). Así lo corrobora Fernández Collado (2009), quien sitúa a la comunicación como el proceso más relevante a escala social, sin el cual, seguramente la humanidad no habría llegado a desarrollarse tal y como se conoce a día de hoy.

No obstante, es cierto que, desde la llegada de la globalización<sup>1</sup>, las sociedades han ido evolucionando hacia una realidad basada en la interconexión. La digitalización y la velocidad a la que empezó a circular la información fueron claves para dar paso a una gran transformación. Esto no solo generó un cambio en la manera en la que las personas se relacionaban entre ellas, sino también en la manera en la que lo hacían con los Estados, modificando totalmente la comunicación política en las relaciones internacionales (Peredo, J.M. 2015).

De esta manera, la prensa y otros medios de comunicación comenzaron a involucrarse en la esfera política y adquirieron gran relevancia al ser el nexo de unión entre los ciudadanos y los gobiernos, lo cual no solo sucedió a nivel local o nacional, sino también a escala internacional. Esta modernización en la política propició la llamada “democracia centrada en los medios”, término que hace referencia a que, debido al alto poder de impacto que éstos consiguieron, aparecieron diversos actores (movimientos sociales, partidos políticos, etc.) que quisieron acaparar la atención de los medios para imponerse y dar a conocer su presencia con mayor facilidad a la población (Swanson & Mancini, 1996).

En definitiva, para comprender la Comunicación Política Internacional, es necesario entender que en la sociedad global ha sucedido una diversificación de actores

---

<sup>1</sup> En torno a la década de los 90 (Peredo, J.M. 2015)

internacionales; se han abierto las fronteras de una nueva geopolítica, permitiendo la incorporación a nuevos Estados y organismos internacionales. (Peredo, J.M. 2015).

## **1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

Como se ha mostrado, la comunicación es algo inherente al ser humano; es la base en la que se han construido las comunidades y ha permitido a las personas desarrollarse. La llegada de las tecnologías ha modificado la manera en la que se comunican los diferentes actores internacionales. Esto no solo ha influido en la política que efectúan los Estados, sino también en la que llevan a cabo las Organizaciones Internacionales.

Es este el motivo por el que he decidido estudiar en profundidad el papel que tiene la comunicación dentro de las Organizaciones Internacionales en la actualidad y cómo éstas la emplean en el desempeño de sus tareas para conseguir llegar a sus objetivos.

Concretamente, he elegido la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), un organismo que, como su propio nombre indica, está especializado en el sector de la agricultura y de la alimentación, pero que además destaca por la labor que realiza en el campo de la Comunicación para el Desarrollo.

## **1.2 OBJETIVOS**

El principal objetivo de este trabajo es llegar a comprender qué es la Comunicación para el Desarrollo, para qué sirve y cuál es su importancia, todo ello, dentro del marco de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), pues es una Organización Internacional involucrada en esta área de trabajo. Para alcanzarlo, se muestran a continuación los objetivos secundarios establecidos:

**1º Investigar en profundidad la labor de la FAO en el ámbito de la Comunicación para el Desarrollo.** Se determinarán los elementos clave en los que trabaja, así como los requisitos y herramientas necesarios para el proceso de creación de un proyecto en esta materia.

**2º Analizar un proyecto de Comunicación para el Desarrollo.** Se escogerá un proyecto real que haya desarrollado la FAO y se irán analizando sus fases, metodología y recursos empleados, todo ello, contrastando si se ha elaborado conforme a la teoría.

**3º Evaluar si el proyecto está contribuyendo de manera efectiva a la Comunicación para el Desarrollo.** Se pretende analizar el alcance y repercusión que está generando el proyecto y, de esta manera, determinar si la Comunicación para el Desarrollo es realmente una disciplina útil.

**4º Estudiar si el proyecto cumple con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.** De los ODS que la FAO trata de cumplir a través de sus actividades, se averiguará si también los fomenta mediante dicho proyecto.

**5º Argumentar si las Organizaciones Internacionales tienen un papel importante en la sociedad actual.** En este caso, tomando de referencia a la FAO, reflexionar sobre el aporte de valor que ofrecen a la sociedad y a los individuos.

### **1.3 METODOLOGÍA**

La metodología que se empleará para realizar este trabajo y alcanzar los objetivos propuestos es de dos tipos:

- 1) Metodología descriptiva: para la primera parte del trabajo, se ha llevado a cabo una extensa revisión de literatura. Se ha hecho un repaso del origen de las Organizaciones Internacionales y se ha indagado en conceptos como Comunicación y Desarrollo Sostenible, esenciales para comprender el resto del texto. Después, se ha procedido a analizar en profundidad la Comunicación para el Desarrollo. La búsqueda de información se ha realizado en fuentes académicas y en fuentes de la FAO, tales como la propia página web oficial o documentos publicados por esta organización.
  
- 2) Metodología deductiva: para la segunda parte del trabajo, es decir, la investigación de carácter empírico, se ha analizado un proyecto concreto de Comunicación para el Desarrollo implementado por la FAO. En particular, se ha estudiado una campaña de comunicación promocionada a través de este proyecto, llamado Onda Rural. Para ello, se han analizado diversas fuentes de la página web

del mismo, así como documentos y vídeos que aparecen en ella. También se han analizado las redes sociales de las que hace uso para promocionarse. Con toda la información recogida, se pretende contrastar si la Campaña del proyecto Onda Rural cumple con los requisitos necesarios para considerarse efectiva desde el punto de vista de Comunicación para el Desarrollo.



## **2. CONTEXTO**

### **2.1 RECORRIDO DE LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES**

Las Organizaciones Internacionales (OOIIs) son fruto de una serie de sucesos que fueron ocurriendo en la sociedad. Las primeras de las que se tiene conocimiento se dieron en la Antigua Grecia, en forma de asociaciones de carácter religioso o político, con la finalidad de tratar temáticas de interés común (Tortajada Chardí, 2019).

Sin embargo, las Organizaciones Internacionales que dieron paso a las que se conocen en la actualidad, se originaron a partir del Congreso de Viena (1815), tras las guerras napoleónicas. Es en ese momento cuando en Europa se comienza a percibir una voluntad por parte de los Estados de establecer la paz y cooperar entre ellos para mantenerla. Seguidamente, en las Conferencias de la Haya (1899 y 1907), se dieron otras formas de cooperación entre Estados, esta vez, estableciendo normas para posibles conflictos y respecto al desarme que se implementaría (Delgado Correcher, 2019).

Otro acontecimiento relevante en la aparición de las Organizaciones Internacionales, fue la Sociedad de Naciones, creada al acabar la Primera Guerra Mundial (1919), pues fue la primera organización a escala universal, la cual también asentó las bases para la posterior creación de la Organización de las Naciones Unidas, en 1945 (Tortajada Chardí, 2019). A partir de ese momento, se da comienzo a una nueva etapa en la que surgen las Organizaciones Internacionales tal y como se conocen a día de hoy (Delgado Correcher, 2019).

Según Díez de Velasco (2008, p.43), las Organizaciones Internacionales son “asociaciones voluntarias de Estados establecidas por acuerdo internacional, dotadas de órganos permanentes, propios e independientes, encargados de gestionar unos intereses colectivos y capaces de expresar una voluntad jurídica distinta de la de sus miembros”.

El éxito de las mismas recae en que se tratan de un medio de cooperación a partir del cual, los Estados pueden afrontar problemáticas comunes y buscar soluciones que, de manera individual, no podrían implantar o, por lo menos, no con la misma efectividad. De esta manera, existen organizaciones que se focalizan en diferentes ámbitos, como pueden ser la política, la economía, la educación, el medio ambiente, etc. Los Estados forman parte de estos organismos para cooperar de forma institucional, lo que ha generado una amplia

red en la que éstos han pasado a ser interdependientes, algo que también se conoce como multilateralismo (Figueroa, 1991).

Las Organizaciones Internacionales, por tanto, desempeñan un papel de vital importancia, ya que son las mejores plataformas para crear normativas o reglas internacionales que garanticen la paz y el buen funcionamiento de la sociedad (Izaguirre, 2018).

## **2.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN ORGANISMOS INTERNACIONALES**

A pesar de la importancia de las Organizaciones Internacionales en la resolución de problemas globales, lo cierto es que la mayor interconexión generada a partir del fenómeno de la globalización, ha propiciado que tanto antiguas como nuevas problemáticas resuenen con fuerza en la esfera global (Figueroa, 1991).

De este modo, el multilateralismo que defienden las Organizaciones Internacionales se está viendo amenazado ante el auge de formaciones políticas de carácter nacionalista que reivindican la individualidad y poder de los Estados frente a las aportaciones de los organismos internacionales. Pero esta amenaza no solo procede de los gobiernos, sino también de la ciudadanía, la cual está atravesando una etapa de desconfianza hacia los Organismos Internacionales (Izaguirre, 2018). Esto se puede apreciar al observar los resultados de una encuesta<sup>2</sup> realizada a ciudadanos estadounidenses, donde nada más que el 39% de los encuestados valoran positivamente la actuación de la ONU en las causas en las que interviene (Gallup, 2023).

Ante esta realidad, las OOIIs deben recuperar la confianza de la población, para lo que la comunicación resulta un elemento fundamental. En general, éstas no han dado la importancia suficiente al proceso de comunicación para transmitir su mensaje, ya que esta labor se ha relacionado siempre con el ámbito político, concretamente con las diferentes actividades comunicativas que realizan los gobiernos de los diferentes Estados para dar a conocer sus propuestas a los ciudadanos (Canel, 2010; Escalona, 2015).

Sin embargo, es necesario que los organismos internacionales inviertan y gestionen una buena comunicación que les permita conectar con los ciudadanos (Izaguirre, 2018). Una

---

<sup>2</sup> Encuesta publicada por Gallup (2023): <https://news.gallup.com/poll/116347/united-nations.aspx>

manera de llevar esto a cabo se trata de la utilización de la Comunicación Estratégica, también conocida por su acrónimo “STRATCOM”. Este término hace referencia a todas aquellas actividades que se llevan a cabo y van dirigidas a una audiencia específica, a la cual se trata de influir, con el fin de identificar sus reacciones. En la valoración de dichas reacciones se tiene en cuenta las respuestas sensoriales o percepciones que genera la audiencia, información que, una vez analizada, resulta de gran valor puesto que ayuda a reorientar las acciones de la organización y así alcanzar los objetivos esperados (Antolín García, 2017). Esta herramienta puede ayudar a aumentar la credibilidad y legitimidad de un organismo, influyendo también en la confianza del ciudadano hacia el mismo (Taylor, 2009).

Lo cierto es que las Organizaciones Internacionales deben seguir mejorando sus habilidades comunicativas o incluso buscando nuevas vías que ayuden a resaltar la importancia de su labor en el panorama internacional y a transmitir un mensaje que llegue directo a la población, de manera que ésta sea consciente del papel crucial que desempeñan y tenga una idea más positiva de ellas, cesando el resentimiento existente hacia éstas (Izaguirre, 2018).

### **2.3 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

Como se ha visto, las Organizaciones Internacionales nacen de la asociación entre Estados para tratar o solucionar alguna necesidad específica. A pesar de las diferentes materias en las que cada una pueda estar especializada, hay un área que prácticamente todas ellas tratan de solventar: el cambio climático. Este fenómeno ha sido la consecuencia del calentamiento progresivo que ha ido experimentando el planeta Tierra. La mayor responsabilidad de dicho aumento de temperatura, recae sobre los humanos, quienes, con sus actividades e industrias, han puesto en peligro la supervivencia de los ecosistemas y de la vida en general (Paricahua Choque, 2021).

Los efectos que está provocando son visibles en el aumento del nivel de los mares y océanos, en la pérdida de la biodiversidad, la escasez de materias primas o en el empeoramiento de la salud en las personas (Bárcena Ibarra et al., 2020). Además, el cambio climático acentúa las desigualdades económicas y sociales, al impactar

directamente en los recursos naturales y campos de cultivo de los que subsisten los sectores de la población más vulnerables (Martin Murillo et al., 2018).

Ante esta situación, las Naciones Unidas propusieron contrarrestar este problema con la implementación del desarrollo sostenible. Este término apareció por primera vez en el año 1987, en el Informe Brundtland de la CMMAD<sup>3</sup> de la ONU y hace referencia a “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de las futuras generaciones” (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, 1988). Este desarrollo sostenible es necesario que se de en tres ámbitos distintos: en el económico, en el social y en el medioambiental (Aguado Puig, 2018).

A pesar de que este concepto nació de las Naciones Unidas, los Estados y Organismos Internacionales de todo el mundo han trabajado de forma conjunta desde entonces para favorecer estos cambios y desempeñar acciones más sostenibles. Para ello, ha sido fundamental la cooperación internacional (Ocampo, 2015).

Con el fin de acelerar el desarrollo sostenible en las sociedades, se han originado varios acuerdos que fomentan que los actores internacionales actúen como tal. Uno de estos acuerdos, y el más reciente, se trata de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 desarrollados por la ONU en 2015. Cada uno de esos objetivos se diseñó para un área concreta (17 en total) y los 193 Estados integrantes de la Asamblea General de la ONU, se comprometieron a cumplirlos e implementarlos a nivel nacional (Herranz & García, 2021).

Sin embargo, a día de hoy no se están realizando los avances esperados para poder llegar en 2030 a esos objetivos (Naciones Unidas, 2019; Sachs et al., 2020). Por ello, es importante aportar sobre ellos mayor visibilidad, de modo que los ciudadanos tengan mayor conocimiento de los mismos y se conviertan en catalizadores que favorezcan este cambio (Silos et al., 2018).

Esto se puede conseguir a través de una mayor y mejor comunicación de los ODS, para lo cual, sería óptimo que se encargaran las Organizaciones Internacionales, puesto que en su naturaleza van implícitos elementos como cooperar, compartir o participar, los cuales constituyen la esencia de la palabra comunicar. Así, gracias a ellas, se podrá facilitar el

---

<sup>3</sup> CMMAD: Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo

diálogo y el entendimiento que permitan transmitir de forma más efectiva el mensaje de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Herranz & García, 2021).

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 LA FAO. HISTORIA, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO**

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) nació en 1945 en la Conferencia de San Francisco. Fue creada por 50 representantes de distintos Estados con la finalidad de fomentar la paz tras la Segunda Guerra Mundial, así como de impulsar la cooperación entre Estados, la protección de los DDHH y la asistencia humanitaria en casos de necesidad. Además de sus órganos principales, la ONU cuenta con una serie de organizaciones asociadas que la ayudan a desarrollar su actividad en materias específicas, de modo que el trabajo se lleve a cabo de forma eficiente. Estas organizaciones se clasifican en Programas y Fondos, Agencias Especializadas y en Otras entidades. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, también conocida como La FAO, es una de dichas Agencias Especializadas de la ONU (Organización de las Naciones Unidas, 2023).

Al igual que ésta, la FAO se fundó en el año 1945. Su labor es la de concentrar el esfuerzo internacional para acabar con el hambre en el mundo. Dirige su actuación a garantizar la seguridad alimentaria y a que todas las personas tengan acceso a una alimentación de calidad. Para ello, la FAO da cabida a países desarrollados y subdesarrollados a través de un foro, permitiendo el intercambio de conocimiento e información, así como la negociación para alcanzar políticas que favorezcan el desarrollo y mejoren las condiciones agrícolas, pesqueras y ambientales de ambos grupos de países (FAO, 2023d).

Está compuesta por 197 miembros, de los cuales, dos de ellos son miembros asociados, otro es la Unión Europea y el resto son Estados. El organigrama de la organización se compone en primer lugar por el Consejo, integrado por especialistas de diferentes campos. En segundo lugar, se encuentra la presidencia de la FAO, cuyo cargo actualmente lo ocupa QU Dongyu. Seguidamente, consta de Oficinas Principales (Jurídica, Ética, de Estrategia...), las cuales dirigen la trayectoria de la FAO. Otro tipo de oficinas, son dedicadas al desarrollo de proyectos concretos, de modo que, para cada ámbito, existe una línea de trabajo propia (FAO, 2023u). La sede de la FAO se sitúa en Roma, Italia, pero también tiene presencia en 130 países, donde cuenta con Oficinas Nacionales y

Regionales. Las Oficinas Regionales y de Enlace, son fundamentales para asegurar que aquellos países donde no hay ninguna oficina establecida, tengan acceso y contacto con la entidad. Los idiomas oficiales de la organización son seis: francés, inglés, chino, español, ruso y árabe (FAO, 2023v).

Los trabajadores de la FAO tienen un papel fundamental ya que son quienes efectúan las estrategias elaboradas, en forma de proyectos o actividades. Son quienes tienen contacto directo con las personas y su función es ayudar a implementar cambios para acabar con el hambre, la pobreza y el desempleo entre otros, ofreciendo así esperanza y un futuro mejor a las poblaciones de regiones subdesarrolladas (FAO, 2023d).

También contribuye a la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsados por 193 países en el seno de la ONU en el 2015 (Herranz & García, 2021). La FAO vela por el cumplimiento de éstos en todos los proyectos que desarrolla, ayudando así a poner fin a las injusticias y construyendo un mundo más favorable para vivir. A continuación, se aprecia la incursión que realiza en cada uno de ellos en materia de agricultura y alimentación, actividades principales de la organización (FAO, 2023c):

**ODS 1: FIN DE LA POBREZA:** la FAO une esfuerzos con los gobiernos y fuerzas políticas de los países en desarrollo, con el fin de crear estrategias y soluciones factibles para que éstos puedan llegar a ser autosuficientes y llegar a generar riqueza por sí solos. Esto lo efectúa a través de la agricultura inclusiva, del establecimiento de estructuras que faciliten la accesibilidad a los alimentos... todo ello generando empleos donde los trabajadores sean personas de dicho territorio en desarrollo (FAO, 2023e).

**ODS 2: HAMBRE CERO:** se trata del principal Objetivo de Desarrollo Sostenible de la FAO, a partir del cual se desarrollan todos los demás. Se ha designado este proyecto bajo el nombre de #HambreCero, con el que se pretende rebajar hasta Cero la cifra de gente que sufre diariamente hambre y las consecuencias que provoca la malnutrición. Esta operación se inspiró en el proyecto que en 2003 implementó el gobierno de Brasil para reducir la cantidad de personas en el país que padecían hambre o que no contaban con una alimentación que permitiera sobrevivir (FAO, 2023f). Para erradicar el hambre definitivamente, la FAO ha construido un modelo de 5 objetivos. El primero es trabajar por que las personas en todo el mundo estén nutridas adecuadamente, de modo que en los países desarrollados se rebaje la obesidad, y en los subdesarrollados, nadie muera por falta de alimentos. El segundo, consiste en proporcionar seguridad económica a las

regiones con mayor dependencia de las actividades primarias, como la pesca o la agricultura, que a su vez suelen ser las más pobladas. El tercero, minimizar el nivel de pobreza que experimentan las áreas rurales mediante la modernización de técnicas para el cuidado de los cultivos, la optimización del trabajo y la producción o mejorando la calidad y seguridad de los empleos de los agricultores. El cuarto, consiste en ofrecer protección y asistencia a las pequeñas granjas, que suelen ser de carácter familiar, evitando que sean sustituidas por grandes granjas industriales. Y el quinto, preparar planes de actuación que puedan seguir las poblaciones en situaciones de catástrofes, tanto naturales como aquellas provocadas por la acción humana, de forma que puedan enfrentarse a ellas y recuperarse con mayor rapidez (FAO, 2023b).

**ODS 3: SALUD Y BIENESTAR:** cooperando con la OMS, la FAO vela por fomentar los hábitos de vida saludables, haciendo especial hincapié en la importancia de llevar una alimentación equilibrada y nutritiva en todos los rangos de edad. Sin embargo, no establece el foco únicamente en las personas, sino también en los animales, en el ambiente, en los cultivos... ya que una buena salud en estos factores, también afecta positivamente a la calidad de vida de los humanos (FAO, 2023g).

**ODS 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD:** la FAO desarrolla programas escolares para que los niños y niñas de áreas rurales tengan la posibilidad de acceder a una educación digna que les brinde un futuro próspero. No obstante, la organización es consciente de que los niños que viven en este tipo de zonas, suelen trabajar junto a sus padres para sacar adelante la economía familiar, por lo que los programas de escolarización también se han adaptado a las necesidades de cada niño (FAO, 2023h).

**ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO:** las mujeres tienen la misma capacidad de llevar a cabo tareas agrícolas que los hombres. De hecho, en los países en desarrollo la mitad de la plantilla para estos trabajos de campo son mujeres. Por esa razón, es necesario concienciar a estas sociedades de la importancia de la igualdad de género y educarlas en el respeto y la igualdad de derechos entre ambos sexos (FAO, 2023i).

**ODS 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO:** el agua es un recurso fundamental para la supervivencia de las personas de áreas en desarrollo, pues basan su economía en actividades primarias como la agricultura o la ganadería, las cuales requieren grandes cantidades de este bien preciado y escaso. La FAO desarrolla soluciones para que el agua se consuma de forma más eficiente y evitando su derroche innecesario, pero sin afectar

tampoco al nivel de producción de estos pueblos. Así mismo, asegura la limpieza y calidad de esta agua, garantizando la seguridad alimentaria y la buena nutrición de las poblaciones (FAO, 2023j).

**ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE:** la FAO se encarga de proporcionar la ayuda necesaria a los países más pobres para que dispongan de sistemas de cultivo innovadores, los cuales empleen energías renovables y ofrezcan así una energía sostenible (FAO, 2023k).

**ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:** dado que en las zonas pobres la mayoría de empleos son en el sector de la agricultura, la FAO trata de evitar que esos trabajadores tengan una situación precaria y accedan a un sueldo digno. Además, ofrece oportunidades nuevas en este sector, creando puestos de trabajo en la cadena agrícola, optimizando la producción y convirtiéndola en más eficiente (FAO, 2023l).

**ODS 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA:** la FAO tiene como objetivo aumentar la conectividad entre áreas rurales y urbanas, de forma que las primeras puedan expandir sus mercados a las segundas. Para ello, realiza inversiones en infraestructura, transporte y tecnologías con el fin de que el desarrollo de dichas zonas se efectúe de una forma sostenible (FAO, 2023m).

**ODS 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES:** equiparar los niveles de vida de las personas es una de las misiones de la FAO. Busca minimizar las desigualdades y la pobreza que sufren las regiones más desfavorecidas, aportándoles recursos y permitiendo así un desarrollo sostenible (FAO, 2023n).

**ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES:** la FAO trata de comunicar núcleos urbanos y rurales, ayudando a ambos a desarrollar de forma sostenible sus comunidades para conseguir soluciones dotadas de mayor coherencia. Además, trata de garantizar la seguridad alimentaria de las personas que habitan en ciudades, ya que, al depender únicamente de la compra para alimentarse, la creciente inflación ha afectado a la calidad de su dieta (FAO, 2023ñ).

**ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES:** el aumento de población en el mundo va acompañado de la reducción de recursos disponibles. Por ello, la FAO impulsa iniciativas de producción sostenible, con las que se produzcan los alimentos



suficientes para abastecer a las personas sin llegar a desperdiciar grandes cantidades. Del mismo modo, trata de reducir el impacto negativo que la producción alimentaria genera en suelos, agua o medioambiente (FAO, 2023o).

**ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA:** el cambio climático está generando sequías o grandes inundaciones que en muchas ocasiones ponen en riesgo la supervivencia de los cultivos y, por ende, la supervivencia de la especie humana. Por esta razón, la FAO ayuda a los países a prepararse y adaptarse en caso de desastres naturales para evitar la pérdida de alimentos (FAO, 2023p).

**ODS 14: VIDA SUBMARINA:** la acuicultura y la pesca permiten a la población acceder a un alimento fundamental para una dieta nutritiva. Sin embargo, la sobreproducción de pescado y la sobreexplotación de recursos marinos, pueden resultar en elevados niveles de contaminación del aire o el agua donde se crían y en un deterioro del medio acuático, respectivamente. La FAO, lleva a cabo el control y regulación tanto de la pesca como de la acuicultura para evitar malas prácticas (FAO, 2023q).

**ODS 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES:** dada la importancia que tiene el medio terrestre para el desarrollo de la agricultura, es necesario hacer un buen uso del mismo, evitando su deterioro y pérdida de biodiversidad. La labor de la FAO en esta materia es la de realizar evaluaciones periódicas a los suelos y tierra de los ecosistemas naturales, que ayuden a tomar medidas para prevenir o actuar, según el caso (FAO, 2023r).

**ODS 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS:** la inestabilidad de los gobiernos, sobre todo en los países en desarrollo, muchas veces generan crisis que dificultan el acceso a los alimentos. Por tanto, la FAO colabora con los estados en la elaboración de marcos y políticas que regulen las actividades de producción agrícola (FAO, 2023s).

**ODS 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS:** dado que los ODS se encuentran interconectados entre sí, la FAO trabaja conjuntamente con otras organizaciones. Esta es la única manera de lograr el desarrollo sostenible y que, concretamente la FAO, acabe con el hambre en el mundo (FAO, 2023t).

### **3.2 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DENTRO DE LA FAO**

Como se puede apreciar, la FAO emplea grandes esfuerzos en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Sin embargo, hay un factor clave que puede suponer el éxito en la ejecución de estos proyectos: la Comunicación.

Ésta es fundamental para fomentar el desarrollo participativo, es decir, para hacer que otros formen parte del proceso de transformación, no como meros espectadores, sino sumando valor. Es por ello que la comunicación, ayuda a estrechar lazos entre comunidades de personas, aumentando el entendimiento entre ellas a través del intercambio de conocimientos e información, de forma que puedan cooperar en la misma dirección (Ramirez y Quarry, 2004).

Por lo tanto, desde la Asamblea General de la ONU se reconoció la importancia de emplear la comunicación en los trabajos de desarrollo realizados a su cargo. Concretamente, la FAO es la organización encargada de ello: dentro de sus numerosas áreas de trabajo, se encuentra la dedicada a la Comunicación para el Desarrollo (CpD) (FAO, 2016).

La Comunicación para el Desarrollo se define como un proceso basado en la búsqueda del cambio social sostenible. Dicho proceso se caracteriza por la utilización del diálogo, con el que se pretende escuchar, entender, generar confianza, crear políticas e intercambiar conocimientos y aprendizajes (Beltrán, 2006). De esta manera, trata de fomentar la participación de diferentes actores esenciales y empoderarlos a través de la transformación social, de modo que disminuyan su dependencia exterior para desarrollarse y sean más autosuficientes (FAO, 2016).

Los métodos que emplea la CpD son variados y se adaptan en función de la comunidad a la que se vaya a ayudar. Es a través del conocimiento previo de éstas, por el que se tiene en cuenta la herramienta con la que se encuentren más familiarizadas. A ella se le añaden herramientas TIC, de forma que la combinación de ambas pueda reportar un impacto mayor, más rentable y más sostenible (Servaes, 2012).

Esta estrategia, es lo que permite involucrar en mayor medida a los actores rurales de áreas en desarrollo en estos programas de cambio social. La acción conjunta de especialistas en Comunicación para el Desarrollo y agricultores, hace que éstos últimos puedan aprender de primera mano los métodos más efectivos para prosperar (Beltrán,

2006). Es decir, adquieren el conocimiento directamente de profesionales, lo cual permite empoderarlos, haciendo que tomen el liderazgo del proyecto y se sientan capaces de alcanzar una vida mejor. Por tanto, el hecho de contar con las personas del medio donde se implanta el programa, hace que aumente el éxito y eficacia del mismo (FAO, 2016).

En esta materia, la FAO ayuda a agricultores y campesinos de zonas subdesarrolladas a obtener nuevos conocimientos y a mantenerse informados mediante diferentes herramientas, entre las cuales se encuentran tanto los medios de comunicación rurales como las TIC (Servaes, 2012). El permitir a estas poblaciones acceder a la información es lo que sienta la base para que se puedan enfrentar y superar retos medioambientales, económicos y sociales. Todos los proyectos que se llevan a cabo, se estudian previamente y se adaptan a las características y necesidades de cada pueblo, siempre contando con la opinión y participación de los propios habitantes (FAO, 2023a).

La FAO cuenta con dos líneas de trabajo dentro de la Comunicación para el Desarrollo:

- Por un lado, la rama más técnica, donde se encarga de asesorar en el diseño de estrategias y en la implantación de los planes de acción en proyectos para el desarrollo de la agricultura de las comunidades rurales que basan su economía en dicha actividad (Gumucio-Dragon, 2011). Esta asistencia se centra en las regiones de América Latina, norte de África y Oriente Próximo. Además, también hay programas de desarrollo enfocados en apoyar a campesinos en la transición hacia modelos de agricultura más sostenibles que sean compatibles y sobrevivan a las consecuencias del cambio climático (FAO, 2023a).
- Por otro lado, trata de apoyar el diálogo con estas comunidades acerca de políticas o mejoras que se pueden acometer para hacer que los servicios de comunicación sean más inclusivos. El objetivo es llegar a institucionalizarlos como un elemento clave del desarrollo agrícola rural (Gumucio-Dragon, 2011). Para ello, la FAO investiga y realiza ensayos en Nicaragua, Guatemala, el Líbano, Nepal o Vietnam entre otros, para analizar el impacto de dichos servicios de comunicación en las poblaciones rurales en proceso de desarrollo. Respecto al fomento del diálogo, la FAO ha desarrollado espacios de intercambio de información en forma de asociaciones o plataformas web mediante las cuales se comparten aprendizajes y se promueve la cooperación y el entendimiento entre personas e instituciones. En este caso, fue de gran ayuda contar con el apoyo de plataformas digitales en las

zonas de África, América Latina y Asia para la buena acogida y fácil implantación de estrategias en dichos países (FAO, 2023a).

### **3.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

La CpD comparte muchos aspectos con otros tipos de comunicación ya sea de carácter divulgativo, político, institucional... Sin embargo, la gran diferencia respecto a ellas es que su función no solo se basa en informar o dar a conocer una situación, o en este caso un proyecto; ésta va más allá y lo que realmente distingue a la Comunicación para el Desarrollo es su carácter participativo (Beltrán, 2006). Esto evidencia que los programas que se desarrollan no se imponen de manera forzosa ni se trata de persuadir para que la población acceda a su implantación. Mas bien todo lo contrario, ya que, a través del diálogo se lleva a cabo la acción conjunta entre profesionales y las poblaciones. Así, cuanto mayor es el grado de participación de los actores rurales en el diseño de las estrategias para el proyecto, más comprometidos se encuentran, lo que hace obtener mejores resultados (MS, 2010). Esa es la importancia de la CpD, que es un proceso inclusivo donde realmente se trabaja por la creación de un futuro más digno para los pueblos en situación de vulnerabilidad (FAO, 2016).

A continuación, se muestran las claves del éxito de la Comunicación para el Desarrollo:

Soluciones aportadas por diversos actores: la involucración de diferentes actores aumenta el número y calidad de los métodos y prácticas que se pueden aplicar en la elaboración del proyecto (FAO, 2016). Así, combinando los conocimientos técnicos de los especialistas y los conocimientos sobre la zona que solo los locales tienen, se obtiene una mirada más amplia a la hora de abordar problemas, de manera que se resolverán de una forma más integral y holística (Beleño, 2012).

La aplicación del enfoque participativo: la metodología usada anteriormente en el desempeño de proyectos se trataba de un enfoque vertical, donde los especialistas en CpD se situaban por encima de los propios habitantes. En cambio, el enfoque participativo actual es mucho más eficaz ya que, tanto los desarrolladores como los agricultores, se sitúan en el mismo nivel de importancia a la hora de organizar e implementar el proyecto, algo que ha sido posible a través del diálogo (Beleño y Sosa, 2016). De esta manera, el entendimiento con estos pueblos es mucho más sencillo y humano, puesto que se dedica

tiempo a comprender sus características y su estilo de vida, por lo que, unidos, se pueden obtener resultados más adecuados para ellos (FAO, 2016).

Las opiniones locales son tenidas en cuenta: el mundo está interconectado gracias a la era tecnológica que se experimenta en la actualidad. Eso es una ventaja para la rápida transmisión de la información. Sin embargo, desde la Comunicación para el Desarrollo se entienden las TIC no como un fin, sino como un medio, por el cual el mundo rural puede beneficiarse (Servaes, 2012). La clave está en saber combinar las nuevas tecnologías junto a los medios de comunicación de los que disponen, como pueden ser las radios o televisiones locales. Así, estas poblaciones podrán adaptarse con mayor facilidad a éstos y provocar que sus opiniones y puntos de vista tengan un alcance mayor (FAO, 2016).

Necesidad de apropiación para alcanzar un desarrollo sostenible: además del objetivo obvio de ayudar a las zonas en desarrollo, la búsqueda de estrategias y medios deben llevarse a cabo asegurándose de que las comunidades entienden su funcionamiento y finalidad, de modo que ellas mismas sean quienes continúen con ese proceso de desarrollo (Beleño y Sosa, 2016). El sentir esos proyectos como propios y el haber formado parte de ellos en su elaboración y posterior ejecución, es fundamental para garantizar la supervivencia del mismo, ya que no se percibe como algo impuesto sino como algo que realmente aporta valor. Ese mantenimiento a futuro por parte de los pueblos, será determinante para mantener la dirección hacia un desarrollo sostenible (FAO, 2016).

### **3.4 FASES Y HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN**

Cada proyecto de Comunicación para el Desarrollo es diferente ya que se ajusta a las condiciones específicas del medio, al tiempo que requiere, a los recursos y a la disponibilidad de quienes lo llevan a cabo (Beltrán, 2006). Que un proyecto sea menos extenso que otro no significa que tenga menor valía, sino que cada uno debe estar adaptado al momento y situación en el que se aplica, pero siempre reportando la mayor eficacia posible. En cualquier caso, todos los procesos para la implantación de CpD siguen un orden y un mismo patrón, por lo que se pueden distinguir cuatro fases diferentes (FAO, 2016):

1º FASE. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DE COMUNICACIÓN: es la etapa donde se realiza el primer análisis del entorno para obtener la información pertinente. En él se recogen datos acerca de los actores, de las problemáticas que deben ser solucionadas, el marco normativo a utilizar y los posibles recursos, todo ello con el fin de entender el contexto en el que se desarrollará el proyecto. En este primer estudio situacional, se determina el enfoque a usar y se podrá comenzar a trabajar (Beltrán, 2006).

Para ello, la FAO emplea la metodología del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural o DPCR, cuya función es el estudio de la comunicación para extraer aquellos aspectos que no funcionan en las zonas rurales y cambiarlos (Anyaeibunam et al., 2008). La DPCR engloba una serie de técnicas que permiten entablar una comunicación con los usuarios locales que resultarán beneficiados, extrayendo así información fundamental para la elaboración de iniciativas de progreso que sean acordes a sus necesidades y se comprometan con ellas (FAO, 2016).

Entre esas técnicas, se encuentran algunas como revisar informes o documentos sobre otros proyectos que se hayan llevado a cabo en la misma materia, entablar comunicación con especialistas y con actores principales mediante entrevistas individuales o mediante grupos de discusión de varias personas (Gutiérrez Pérez, 2014). También son muy utilizadas algunas herramientas como el “Árbol de Problemas” u otros tipos de lluvia de ideas para intercambiar información. Concretamente el “Árbol de Problemas” (véase Figura 1), es un mapa visual con el que se pueden analizar las causas y efectos ligados a un problema central. Pueden ser una o varias las causas que estén conectadas con los efectos, por lo que esta técnica es de gran ayuda para visualizar la procedencia de cada problema, e identificar aquellos que se pueden solucionar mediante comunicación (FAO, 2016).

El procedimiento para recopilar información y llegar a extraer la estrategia consiste en utilizar los encuentros de diálogo para discutir sobre cada una de las áreas de análisis detectadas en el DPCR (Anyaeibunam et al., 2008). Por ejemplo, si en el Diagnóstico se establece que se debe realizar el análisis del problema central, a través de debatir cuáles son las necesidades más relevantes y qué oportunidades hay de resolverlas mediante Comunicación para el Desarrollo, se pueden detectar los temas principales a desarrollar en la estrategia (Gutiérrez Pérez, 2014). Además del problema central, en el DPCR también se suele establecer el análisis de actores, de CHAP (Conocimientos, Habilidades, Actitudes y Prácticas), de recursos y fuentes utilizados para la comunicación y de redes

sociales. Del diálogo dirigido a analizar actores y CHAP, se puede obtener la estrategia sobre cuáles son los actores que intervendrán en el proyecto de comunicación y cuál será el enfoque que se dará al mismo. Y de analizar recursos comunicativos y redes sociales a través del intercambio de opiniones y conocimientos, se podrá obtener la estrategia de qué canales serán los óptimos para llevar a cabo la comunicación (FAO, 2016).

2º FASE. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA Y EL PLAN DE CPD: una vez se tiene información sobre las formas de interacción y de comunicación de una comunidad y de ésta con el exterior, se pasa a la segunda fase (FAO, 2016).

A partir del diagnóstico de la fase anterior, se establecen una serie de objetivos y metas a alcanzar. Se comienza a idear y diseñar la estrategia más acorde a cada contexto, eligiendo aquellos métodos y herramientas comunicativas que sean necesarios (Gumucio-Dragon, 2011). La estrategia debe construirse mediante herramientas de carácter participativo, que permitan recoger las opiniones y diferentes puntos de vista de los actores implicados (Gómez, 2007).

Para ello, la FAO hace uso de planes de comunicación locales precisamente para planificar la estrategia y establecer los objetivos junto a las personas de áreas subdesarrolladas (FAO, 2016). Los participantes en esas reuniones dialogan acerca de qué situación debe tratarse con mayor prioridad, fijan los resultados que se esperan obtener y se exponen los recursos existentes para analizar si son suficientes o si se necesita ampliarlos. Los asistentes a las mismas pueden ser personas que forman parte de la comunidad, los líderes o jefes de ella, funcionarios del gobierno del país, trabajadores de los medios de comunicación de la zona, especialistas y técnicos en materia agraria, organizaciones dedicadas al desarrollo e instituciones rurales (Badillo Mendoza, 2011).

La diversidad de quienes acuden a estos planes de comunicación es lo que aporta mayor calidad a la estrategia, al incorporar una gran variedad de aspectos que, de otra forma, no se hubieran considerado. Además, el hecho de hacer partícipes de la misma a los actores rurales, permite que se apropien de ella y se involucren en el proceso (MS, 2010). Con esta herramienta, lo que quiere promover la FAO es que la formulación de la estrategia no sea algo que se hace para el pueblo sino, con el pueblo (FAO, 2016).

Con el fin de delimitar la estrategia, se debe elegir el medio de comunicación más favorable a cada proyecto, en base a los objetivos fijados anteriormente (Gumucio-Dragon, 2011). Los medios que se suelen utilizar son: medios folclóricos (como representación de obras teatrales, cuentos populares...), publicidad y carteles, televisión, radio, vídeo, móvil, prensa escrita e internet y redes sociales (MS, 2010). Se deben analizar las ventajas e inconvenientes de cada medio para determinar cuál o cuáles se adecúan más para solucionar la necesidad de la región. Por lo tanto, no hay unos mejores que otros, simplemente hay que buscar el correcto para cada situación (FAO, 2016).

Una vez formulada la estrategia y después de que los actores locales la hayan revisado y aprobado, se pasará a elaborar el plan de acción para la CpD. En éste se indican, de forma detallada para cada uno de los objetivos, los productos que serán utilizados, las actividades que se desarrollarán, los resultados que se esperan conseguir, los responsables al frente y el espacio temporal en el que se ejecutarán, teniendo en cuenta los recursos humanos, económicos o materiales de los que se disponen (FAO, 2016).

**3º FASE. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE CPD:** una vez llegada a esta fase, comienza la implementación de las estrategias y actividades planificadas. Como en los pasos anteriores, la figura de un especialista de Comunicación para el Desarrollo es fundamental, pero en este caso, porque tiene que garantizar el diálogo entre actores para conseguir que se involucren en la implantación del plan de acción y que cooperan durante el proceso (Beltrán, 2006). Por ello, es de gran importancia que los trabajadores de campo en CpD también posean elevadas aptitudes de comunicación (Gumucio-Dragon, 2011).

Para desarrollar de forma efectiva el tercer paso del proyecto, se utilizan las actividades y productos seleccionados gracias al DPCR (FAO, 2016). Mediante acuerdos y un consenso con las instituciones y medios de comunicación locales, finalmente al proyecto se le dará voz a través de alguna televisión, radio o cualquier otro de los métodos escogidos para ello (Milan, 2006).

**4º FASE: RESULTADO DE LA EVALUACIÓN Y SOSTENIBILIDAD:** la última parte en un proyecto de CpD es medir el impacto generado con el mismo. Es cierto que el monitoreo y seguimiento se va haciendo desde el primer momento y conforme avanza el



proyecto, de modo que es más sencillo detectar fallos o hacer posibles correcciones en vez de exclusivamente hacerlo una vez finalizado. Sin embargo, en esta etapa final, se mide si las diferentes estrategias y actividades ejecutadas han sido eficaces respecto a los objetivos planeados. Se evalúan las mejoras que ha aportado a la comunidad, el grado en el que ésta se ha implicado y si cumple con los requisitos para que se considere un proyecto de Desarrollo Sostenible (FAO, 2016).

También se debe considerar si una vez terminado el proyecto, los actores locales lo han incorporado en el largo plazo y seguirán trabajando con él o si sólo ha sido una solución puntual (Beltrán, 2006). Por ello, es necesario hacer un seguimiento sobre la evolución del mismo, para poder realizar un control sobre cómo se va gestionando. Con todo ello, se elaborará el Informe de SyE (Seguimiento y Evaluación) final (véase Figura 2) (FAO, 2016).

#### **4. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA**

Con el fin de comprender el impacto que genera el área de la FAO dedicada a la Comunicación para el Desarrollo, es fundamental llevar a cabo el análisis práctico respecto a la teoría comentada. Así pues, tras haber estudiado qué es la CpD, su importancia y sus funciones, así como las fases y herramientas empleadas en la implantación de este tipo de proyectos, se va a pasar a analizar uno de ellos en concreto: el proyecto Onda Rural.

Con esto se pretende averiguar si los proyectos de Comunicación para el Desarrollo generan un valor real en aquellas regiones en las que se implanta, si las personas a las que van dirigidos realmente salen beneficiadas y, en definitiva, si la FAO realiza una buena labor en esta área de trabajo.

##### **4.1 PROYECTO ONDA RURAL**

La FAO llevó a cabo el impulso de tres iniciativas de Comunicación en formato digital en tres áreas geográficas distintas: América Latina, Asia y África. El fin de todas ellas consiste en dar soporte a la cooperación y al intercambio de experiencias entre las instituciones y los expertos en esta materia (FAO, 2023a).

Onda Rural es una de esas tres iniciativas mencionadas, cuya zona de actuación se centra en América Latina y el Caribe. Se trata de un proyecto de Comunicación para el Desarrollo que sirve para fomentar la integración en dicha región en lo referente a la Agricultura Familiar mediante la implementación de estrategias y herramientas de comunicación, promoviendo que los diferentes actores que participan interactúen entre sí y se consigan mejores resultados (FAO, 2023a).

Surgió en el año 2004, de la unión entre organizaciones de campesinos e indígenas y agencias encargadas del desarrollo, entre otros, con el objetivo común de colaborar juntos para fortalecer la Agricultura Familiar y potenciar el Desarrollo Sostenible en el mundo rural. No fue hasta el 2006, al celebrarse el Congreso Mundial de CpD, cuando la FAO junto a AMARC ALC<sup>4</sup> comenzaron a liderar este proyecto. Más tarde, en el año 2016, la CIESPAL<sup>5</sup> y la FAO se comprometieron a seguir avanzando en el desarrollo y agricultura rurales dentro del proceso de Onda Rural (FAO, 2023a). Para ello, acordaron reforzar las herramientas de comunicación que permitieran facilitar el intercambio de información y experiencias entre actores implicados a nivel nacional, regional o local. Asentaron las bases para la creación de programas y políticas que ayudasen en su consecución. También establecieron seguir apoyando cualquier servicio, plan o iniciativa en cuanto a comunicación en el sector rural que se desarrollara en América Latina y el Caribe, así como ofrecer acompañamiento durante esos proyectos, recogiendo información y los resultados extraídos de los mismos (Onda Rural, 2023n).

Así pues, poco a poco Onda Rural ha ido ampliando su capacidad de acción hasta poder dar soporte a diferentes tipos de proyectos, tanto en su diseño, implementación y posterior evaluación (Onda Rural, 2022b). Ante todo, su misión principal es dar voz a los mismos, lo que hace a través de su propia radio revista, llamada Onda Rural radio. También lo hace empleando medios de comunicación locales junto a otras herramientas TICs y promoviendo la comunicación participativa de los actores (Onda Rural, 2023g).

Con el motivo del Decenio para la Agricultura Familiar (DAF) impulsado por la ONU para los años desde 2019 hasta 2028, Onda Rural junto a su Comité Impulsor, llevaron a cabo el desarrollo de una campaña propia de comunicación bajo el nombre de “Agricultura Familiar corazón de los sistemas agroalimentarios sostenibles”, lanzada en

---

<sup>4</sup> AMARC ALC: Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y el Caribe

<sup>5</sup> CIESPAL: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

julio del año 2021. La finalidad de esta campaña no es otra que instar a múltiples actores a participar a través de variados mecanismos de comunicación para procurar que la agricultura en el ámbito familiar se fortalezca (Onda Rural, 2023b). Con este propósito, Onda Rural ha puesto a disposición de los individuos implicados diferentes herramientas de comunicación como, por ejemplo, reseñas, programas de radio o talleres, los cuales ayudan a visibilizar el progreso que los Estados de la región latinoamericana van adoptando en cuanto a Agricultura Familiar. Onda Rural también ha contribuido a desplegar el diálogo a través de foros o reuniones en las que debatir sobre políticas de agricultura y sostenibilidad, así como dar a conocer las prácticas exitosas que ya han aplicado algunos agricultores (FAO, 2023a).

A continuación, se va a analizar el ya comentado Plan de Comunicación de Onda Rural para el DAF 2021, de modo que se podrán conocer los elementos que lo componen y las acciones necesarias a realizar para que resulte provechoso.

#### **4.2 PLAN DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA: AMÉRICA LATINA 2021**

El Plan de Comunicación de Onda Rural iniciado en 2021 sigue vigente en la actualidad, puesto que forma parte del marco del DAF (2019-2028) de Naciones Unidas. Es por ello que se va a estudiar tanto su estructura como su impacto.

Tal y como se exponía en el Marco Teórico de este TFG, la creación de un proyecto de Comunicación para el Desarrollo se compone de cuatro fases. La primera de ellas, es la de “Diagnóstico Participativo de Comunicación” en la que se evalúa el contexto en el que se va a elaborar y se recoge el máximo de información pertinente para utilizar en el mismo (FAO, 2016). A esta fase podría atribuirse, por tanto, el momento en el que Onda Rural se reúne con su Comité Impulsor para sacar adelante el plan. Un conjunto de varias organizaciones entre las que se encontraban por supuesto agentes de la FAO y de la AMARC ALC, pero también de otras como PDRR<sup>6</sup>, REDCAF<sup>7</sup> y COPROFAM<sup>8</sup>, se reunieron para compartir situaciones reales relacionadas con la Agricultura Familiar, así como el gran papel que ocupa la comunicación para impulsarla (FAO, 2023a). Este evento

---

<sup>6</sup> PDRR: Programa Diálogo Regional Rural

<sup>7</sup> REDCAF: Red Costarricense de Agricultura Familiar

<sup>8</sup> COPROFAM: Confederación de Organizaciones de Productores Familiares del Mercosur Ampliado

fue el punto de partida con el que se iniciaron los debates para extraer los conocimientos sobre el tema y sobre las necesidades que debían ser cubiertas mediante el plan.

En la segunda fase se pasaba a diseñar la estrategia y el plan como tal (FAO, 2016). El Plan de Comunicación Participativa para América Latina de Onda Rural alberga cuatro componentes distintos. Es decir, se centra en 4 áreas específicas sobre las que trabajar. Para cada una, se encuentran detalladas las líneas de acción estratégica, los resultados que se esperan obtener de cada línea y las acciones que se ejecutarán para conseguir cumplir el propósito de cada área (Onda Rural, 2021). Los cuatro componentes del plan son los siguientes:

*1) Comunicación Participativa: concienciación, fomento, incidencia y difusión.*

En esta sección de trabajo, se identificaron cuatro líneas estratégicas distintas. La primera, consistía en rediseñar las plataformas digitales de Onda Rural, cuyo resultado esperado era que éstas quedaran actualizadas tras haber optimizado los sistemas operativos (Onda Rural, 2021).

La segunda, buscaba incrementar la presencia de representantes de la FAO a través de plataformas y redes digitales. El objetivo a conseguir era que pudieran expandir la información y datos sobre la Agricultura Familiar (Onda Rural, 2021).

La tercera, elaborar e implantar una campaña comunicativa para dar a conocer el DAF en todos los países latinoamericanos, con la finalidad de que las audiencias se encontraran informadas sobre esta iniciativa de las Naciones Unidas (Onda Rural, 2021).

La cuarta, reestructurar los grupos de trabajo en función del tema a tratar, con la finalidad de fortalecerlos y enfocarlos en la consecución de sus objetivos (Onda Rural, 2021).

Las acciones que se debían llevar a cabo en esta área, por tanto, debían realizarse en la página web de Onda Rural, en la Feria virtual, en la campaña de promoción de la DAF y en la Comunidad de Práctica (Onda Rural, 2021).

## 2) *Desarrollo de capacidades en Comunicación para el Desarrollo.*

Para este componente, tan sólo se especificó una línea de actuación, la cual consistía en mejorar la capacitación de instituciones u otros mecanismos comunitarios en materia de Comunicación para el Desarrollo. Para ello, se estableció como requisito el transmitir este conocimiento mediante lecciones, talleres o seminarios virtuales acerca de las TIC, de modo que las propias organizaciones pudieran apropiarse de éstas y aplicar la CpD con mayor facilidad (Onda Rural, 2021).

Las herramientas o acciones implantadas en esta sección fueron: un Módulo de capacitación de TIC, dos seminarios en formato virtual sobre Agricultura Familiar y TIC, un taller a nivel regional sobre CpD y dar a conocer la Comunidad de Práctica (Onda Rural, 2021).

## 3) *Servicios de Comunicación Rural.*

En este componente se diferenciaron dos estrategias. Por un lado, crear una red en la que se encuentren representantes de organizaciones que trabajen en materia de agricultura familiar y en zonas rurales, ejerciendo de comunicadores (Onda Rural, 2021).

Por otro lado, promover la creación y aplicación de estrategias y de servicios en Comunicación Rural a través de realizar investigaciones y de aprovisionar asistencia técnica, programas de capacitación y consultas en formato virtual. Esas estrategias se basan en revisar diferentes datos y plasmarlos en un documento, en elaborar una propuesta sobre cómo aplicar la comunicación dirigida a los gobernantes, en asesorar a las instituciones u organizaciones que lo necesiten en CpD y en elaborar una base con datos que pueda consultarse para identificar a expertos de CpD (Onda Rural, 2021).

Por ello, las acciones que se llevan a cabo en este componente son: documentos redactados, talleres para compartir experiencias y localizar a especialistas en la materia (Onda Rural, 2021).

#### 4) *Fortalecimiento de la iniciativa Onda Rural.*

En esta área, se distinguen tres líneas estratégicas. La primera, consolidar el proyecto de Onda Rural y el soporte que éste aporta al Plan de Comunicación del DAF. La segunda, difundir dicha iniciativa y llegar hasta los distintos grupos de público identificados. Y la tercera, recopilar datos y pruebas que demuestren los logros conseguidos en cuanto al alcance que se ha tenido en las audiencias, en la página web o en otros métodos empleados (Onda Rural, 2021).

Con ello, lo que se pretenden conseguir son diferentes informes que muestren los avances e impacto del proyecto. También se quieren obtener diferentes boletines (mensuales, quincenales...). Con estos propósitos, entre las acciones a desarrollar se encuentran: elaborar un boletín mensual de carácter informativo y actualizar las publicaciones compartidas a través de las redes o plataformas digitales de Onda Rural (Onda Rural, 2021).

Del análisis del presente Plan de Comunicación Participativa 2021<sup>9</sup>, se puede concluir que se ha ido elaborando conforme a la teoría para elaborar un plan de Comunicación para el Desarrollo. En primer lugar, ha efectuado de manera adecuada la fase número 1, pues previamente a la formulación del mismo, se llevó a cabo la reunión pertinente entre actores para debatir las bases y los puntos a tratar en el plan. En segundo lugar, la fase número dos también se encuentra muy bien estructurada. Aparecen los cuatro componentes del plan bien diferenciados, y las estrategias a implementar en cada uno constan de forma clara. Asimismo, se muestran los objetivos o resultados que se esperan de las estrategias y se especifican las acciones concretas a realizar para cada componente. También es destacable que, en cada componente del plan, está muy presente la aplicación de la comunicación participativa para la consecución de todos los objetivos, algo que resulta fundamental en cualquier plan de CpD.

Respecto a las fases 3 y 4, no se han comentado en este apartado puesto que corresponden, respectivamente, a la implementación del plan y a la evaluación de éste, y se irán analizando en apartados posteriores.

---

<sup>9</sup> Acceso al Plan de Comunicación participativa 2021 completo: <https://ondarural.org/pcp>

Por último, es importante recordar que la FAO cuenta con dos líneas de trabajo en las que actúa en Comunicación para el Desarrollo. Tras haber analizado el plan en el que ha participado, se puede extraer que pertenece en mayor medida a la primera, puesto que ésta estaba enfocada a asesorar en el diseño e implantación de las estrategias y de los planes de acción relacionados con agricultura rural.

### **4.3 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE ONDA RURAL PARA LA CAMPAÑA DEL DAF**

Todo plan de CpD emplea unas herramientas comunicativas determinadas para ponerlo en marcha. Por tanto, se van a analizar aquellas que se han utilizado para la Campaña “Agricultura Familiar corazón de los sistemas agroalimentarios sostenibles”, desarrollada por Onda Rural con motivo del DAF. Ésta podría considerarse la tercera fase del Plan de Comunicación Participativa (Implementación del Plan), pues es mediante la aplicación de las herramientas, cuando realmente comienza a funcionar.

#### **4.3.1 Onda Rural Radio**

Esta herramienta se caracteriza por ser la principal del propio proyecto Onda Rural, así como de la Campaña del DAF. Se trata de una radio cuyo objetivo fundamental es permitir que los actores que participan en la Agricultura Familiar consideren esta emisora como un espacio donde crear comunidad y donde obtener información sobre proyectos que desarrollan otros protagonistas. A través de esta radio se llevan a cabo varias actividades de la Campaña DAF (Onda Rural, 2023g):

- **Onda Rural Semanal:**

Consiste en la emisión de programas de radio, de 15 minutos cada uno, cuya finalidad es dar voz a los proyectos de Agricultura Familiar que se desarrollan en Latinoamérica. Es por ello que intervienen variados actores, aportando datos clave y compartiendo sus propias experiencias en agricultura. Onda Rural Radio se emite únicamente los jueves, por lo que es un formato semanal y comienza a las 12:00h (hora local de Ecuador) (Onda Rural, 2023ñ).

Entre los últimos programas a los que ha dado visibilidad, se pueden destacar el número 153<sup>10</sup>: “Innovación y Sostenibilidad en la Agricultura Familiar”. En éste, los locutores exponen que la FAO ha comenzado a proporcionar cursos de formación en línea para los gobiernos para que desarrollen e implementen nuevas técnicas en los sistemas de agricultura de sus países, con el fin de optimizarlos y de que sean más sostenibles (Onda Rural, 2023l).

También destaca el programa 158<sup>11</sup>, llamado “Mujeres y agricultura familiar”, que con motivo del Día Internacional de la Mujer 2023, dio a conocer algunas de las labores que las mujeres realizan en Agricultura Familiar. Principalmente, se ensalzó el trabajo realizado por la Asociación AMUCOMT<sup>12</sup>, conformada por mujeres recolectoras de distintos cereales. Algunas de ellas también intervinieron en el programa y transmitieron sus experiencias y vivencias (Onda Rural, 2023m).

▪ Campañas Radiales:

Consisten en una serie de programas elaborados con una finalidad y temática concreta. Onda Rural ha llevado a cabo cuatro campañas radiales diferentes. De mayor a menor antigüedad se presentan las siguientes (Onda Rural, 2023b):

- “La agricultura familiar en tiempo de Coronavirus”: con un total de 7 programas, esta campaña trataba de crear un espacio donde compartir las preocupaciones sobre el impacto que el covid tendría en la agricultura rural. En cada uno de esos programas, se invitó a una figura relevante (representantes de organizaciones, periodistas, agricultores...) para que aportara su visión de la situación y compartiera recomendaciones al respecto (Onda Rural, 2023d).
- “Campaña agricultura familiar campesina”: de carácter más breve, esta campaña tenía la misión de informar en dicho ámbito a través de sus cuatro programas, cada uno dedicado a un tema concreto: soberanía alimentaria, agricultura familiar, bosques y fincas y, por último, recomendaciones para los agricultores (Onda Rural, 2023c).

---

<sup>10</sup> Acceder al siguiente link para escuchar este programa: <https://ondarural.org/node/1029>

<sup>11</sup> Acceder al siguiente link para escuchar este programa: <https://ondarural.org/node/1048>

<sup>12</sup> AMUCOMT: Asociación de Mujeres Comunitarias de Tosagua



- “Situación de la Agricultura Familiar: Avances y perspectivas”: esta campaña se lanzó por la Conferencia Regional número 37 de la FAO, en el año 2022. En cada programa se realiza una entrevista a expertos en educación, ciencia, o representantes de otras organizaciones políticas, agrícolas o culturales para aplicar sus conocimientos a la agricultura familiar (Onda Rural, 2023f).
  - “Pilares de la Agricultura Familiar”: esta campaña es la más reciente y en ella se pone especial atención a transmitir información sobre el DAF, dedicando cada programa a explicar y profundizar cada uno de sus pilares (Onda Rural, 2023e).
- Series radiofónicas:

La diferencia respecto a las campañas radiales, es que éstas se realizaban con un motivo o evento concreto. En cambio, las series radiofónicas se elaboran en base a una temática que va a ser comentada a lo largo del tiempo, razón por la que constan de un número más elevado de programas (Onda Rural, 2023q). Igualmente, de mayor a menor antigüedad se encuentran:

- “Charlando con Josefina”: consiste en una serie cuyo fin principal es hablar sobre la Agricultura Familiar. En los diferentes programas, se tratan diversos temas relacionados con la misma, como pueden ser las dietas ricas en nutrientes relacionadas directamente con una buena agricultura, las buenas prácticas que ya han implementado los agricultores, la resiliencia que éstos deben presentar o simplemente resaltar la gran labor que ejercen estos trabajadores. En los episodios, intervienen especialistas en agricultura o alimentación que comparten sus conocimientos (Onda Rural, 2023s).
- “Don Joaquín y Rosita”: en esta serie se da a conocer la historia de un campesino llamado Joaquín y de Rosita, su nieta. En cada episodio, se narra un problema en relación a la vida rural al que ambos se han tenido que enfrentar, puesto que viven en el campo. Seguidamente, aportan la solución al mismo haciendo uso de prácticas sostenibles que ayuden a preservar el medio natural. El propósito de la serie es educar tanto a los propios campesinos como a sus familias en ámbitos como la vida campestre, la ganadería, la agricultura y el medio ambiente (Onda Rural, 2023t).

- “Entrevistas: Tú y el personaje”: en los programas de esta serie se entrevistan a trabajadores de puestos relevantes dentro de la FAO y se les pregunta sobre aspectos de la Agricultura Familiar que tengan relación con el cargo que desempeñan. Por ejemplo, en uno de estos episodios, se realiza una entrevista a la Representante en Perú de la FAO, Mariana Escobar, quien relata el contexto agrícola-familiar que experimenta este país. Estos encuentros son amenos y comprensibles por todos los públicos, permitiendo que los oyentes se sientan conectados con lo que les cuentan. Además, éstos también pueden participar durante la emisión enviando preguntas por medio de las redes sociales de las que dispone Onda Rural Radio (Onda Rural, 2023u).
- “Situación de la Agricultura Familiar: Avances y perspectivas”: se tratan de los mismos episodios que los de la Campaña con este mismo nombre comentada en el apartado anterior (Onda Rural, 2023v).
- “Aprendamos de la experiencia”: este espacio radiofónico se dedica a que especialistas o expertos de distintos ámbitos difundan sus conocimientos en cuanto a desarrollo rural y medio natural. La finalidad de ello es que los trabajadores dedicados al campo cuenten con la información suficiente para desarrollar y optimizar sus prácticas diarias, orientándolas al mismo tiempo hacia la creación de comunidades más sostenibles (Onda Rural, 2023r).

- Reseñas de Agricultura Familiar. Entrevistas:

Consisten en una serie de programas radiales que se focalizan en dar a conocer la importancia de la Agricultura Familiar, así como los desafíos a los que tiene que hacer frente. Cada programa se enfoca en un país en concreto de la región de América Latina y Caribe, del cual se aportan datos e información que transmiten los actores entrevistados, entre los que se encuentran gobernadores, organizaciones internacionales y regionales o agrupaciones de productores. Cada uno de ellos narra los avances y dificultades que van aconteciendo en el desarrollo de la misma bajo la perspectiva que les concede su trabajo. También suelen comentar las soluciones ofrecidas bajo el DAF de Naciones Unidas. Con estas reseñas, se pretende resaltar el rol de la Agricultura Familiar como la actividad base con la que garantizar y promover el desarrollo sostenible de zonas rurales, la seguridad alimentaria y la preservación del entorno (Onda Rural, 2023p).

### 4.3.2 Documentos

Además de los diferentes programas emitidos a través de la radio de Onda Rural, también se emplean otras herramientas de comunicación para la Campaña del DAF.

- Reseñas de Agricultura Familiar. Fichas de país:

Se tratan de fichas técnicas que estudian la Agricultura Familiar y su impacto en un país específico de Latinoamérica. Son reportes que, de media, cuentan con cinco caras de extensión. Éstos comienzan analizando la situación en la que se encuentra dicho país en cuanto a Agricultura Familiar. Seguidamente, se comentan las cifras más relevantes, los planes y políticas públicas que se están implantando (también aquellos bajo el DAF), los problemas prioritarios a resolver y las herramientas de comunicación que fomentan el desarrollo comunitario, económico y sostenible de los pueblos. Todo este contenido es proporcionado por variados organismos del país y es contrastado con el recogido por la FAO (Onda Rural, 2023o).

- Boletín Onda Rural:

Los boletines son una especie de documento a modo resumen de lo acontecido en la plataforma de Onda Rural durante todo un mes. Esta herramienta se inició en enero de 2022 y, desde entonces, han ido saliendo estos boletines con carácter mensual. En ellos se destacan las noticias que se han publicado en la propia página web de Onda Rural durante un mes en concreto, las reseñas elaboradas en ese periodo de tiempo y las series y programas radiofónicos más relevantes. Además, se puede acceder a toda la información presentada en estos boletines directamente a través de ellos, pues incluyen enlaces directos a donde se encuentra publicada (Onda Rural, 2023a).

- Folleto de DAF 2022:

Este documento de carácter informativo se redactó para la Campaña del DAF y se publicó en el año 2022. En él se recoge toda la información acerca de la Campaña con la que se comprometió Onda Rural, así como los objetivos y alcance de la misma. En el documento también se indican los medios de comunicación que se requieren para acometer la campaña y se informa a los lectores sobre la manera en la que pueden formar parte y ayudar (Onda Rural, 2022a).

#### 4.4 ALCANCE E IMPACTO

Una vez se han analizado el Plan de Comunicación para el Desarrollo de Onda Rural y las herramientas necesarias para su puesta en marcha, se pasa a la cuarta y última fase: “Resultado de la Evaluación y Sostenibilidad” (FAO, 2016). Esta parte trata de medir el impacto que ha provocado el proyecto y si ha cumplido o llegado a los objetivos esperados. También evalúa la implicación de los actores locales en el mismo y si es un proyecto que permanecerá a largo plazo o no (FAO, 2016).

En primer lugar, la Campaña de comunicación que impulsó Onda Rural con motivo del DAF, busca generar impacto en toda la región de América Latina y Caribe, pero también en cada Estado que la compone. Además, cabe destacar que se dirige hacia dos segmentos diferentes de población (Onda Rural, 2022b):

- **Trabajadores en Agricultura Familiar:** en este grupo se encuentran tanto los propios actores rurales como las organizaciones regionales o internacionales que participan de forma activa (Onda Rural, 2022a).
- **Población general:** ciudadanos de países latinoamericanos, consumidores, sectores privados, gobiernos, ONGs y otras comunidades (Onda Rural, 2022a).

El alcance de la Campaña se puede percibir a través de varios aspectos:

La Radio Onda Rural, como ya se ha analizado, lleva a cabo la labor de dar a conocer diferentes proyectos que se llevan a cabo en el continente; labor fundamental pues, de otra forma, no se tendría tanta constancia de ellos. El hecho de comunicar las experiencias, las tareas o las dificultades a las que se enfrentan los agricultores familiares, hace que esta radio tenga una doble importancia:

Por un lado, permite que los actores rurales encuentren una comunidad de personas afines a ellas, con vidas y problemas similares. Es decir, es una herramienta participativa que sirve como un lugar de apoyo donde se sienten acompañados y donde pueden aprender unos de otros sobre nuevas técnicas de mejora para sus propios cultivos, por lo que genera un impacto positivo en todos ellos. Por otro lado, exponer la realidad de estas personas, permite que otros ciudadanos tengan conocimiento sobre estas situaciones y que incluso

algunos de ellos lleguen a involucrarse en ciertos proyectos, provocando así un mayor impacto en los mismos.

El alcance en sí que tiene la radio, consiste en fomentar colaboraciones estratégicas con aliados o socios, con el objetivo de expandir su presencia en mayor cantidad de emisoras radiofónicas y territorios regionales (Onda Rural, 2023g).

Un medio esencial para difundir la Campaña es la página web<sup>13</sup> de Onda Rural, puesto que en ella se encuentran todos los materiales y herramientas de comunicación estudiados anteriormente. El hecho de que los programas, series y otro tipo de emisiones radiofónicas estén disponibles en formato online, permite que puedan escucharse en cualquier momento y desde cualquier lugar, aumentando así su nivel de alcance (Onda Rural, 2022a).

En la plataforma digital también están disponibles cursos, *webinars* y manuales. Los cursos constituyen una forma de autoaprendizaje y tienen la ventaja de ser gratuitos, de modo que cualquier persona que esté interesada en adquirir capacitación en algún tema de los muchos que se ofrecen respecto a Agricultura Familiar, puede hacerlo (Onda Rural, 2023n). Los *webinars* consisten en un espacio donde se almacenan foros, talleres u otras actividades llevadas a cabo por Onda Rural junto con otros organismos comunitarios de agricultura rural y comunicación. En cuanto a los manuales, son recursos de aprendizaje en diversas áreas de Agricultura Familiar, que pueden ser descargados por todo el mundo. De esta manera, estos tres elementos comentados, también ayudan a que el proyecto se mantenga en el tiempo y sea un lugar al que acudir para formarse y actualizarse sobre esta materia (Onda Rural, 2022a).

Onda Rural también utiliza las redes sociales para promocionar la Campaña realizada por el DAF. Concretamente, hace uso de tres:

- **YouTube:** en esta plataforma, Onda Rural tiene su propio canal, el cual fue creado en el año 2018 y desde entonces, recoge casi 9000 visualizaciones. El contenido que publica son videos de diferentes características. Destacan los videos introductorios que explican el proyecto, videos informativos sobre variadas situaciones de Agricultura Familiar o los video-entrevistas a personalidades de organizaciones. También recoge conferencias o charlas que se han realizado de

---

<sup>13</sup> Acceso a la página web: <https://ondarural.org/>

manera online, así como vídeos explicativos del Plan de Acción por el DAF (Onda Rural, 2023k).

- **Facebook:** aquí tiene más de 6000 seguidores y los *likes* se encuentran en torno a los 5600. En esta red social, Onda Rural presenta mucha actividad, mayor que en YouTube. Realiza publicaciones con mucha frecuencia, en las que da a conocer información relevante acerca de la Campaña, informa de los nuevos cursos disponibles de capacitación, avisa sobre los programas que se van emitiendo en la radio e incluso expone los eventos que acontecerán próximamente (Onda Rural, 2023i).
- **Twitter:** en esta red también es muy activa, ya que hay *tweets* muy recientes y frecuentes. Tiene alrededor de 2500 seguidores y unos 12000 tweets, contando desde el año 2010, año en el que comenzó a usarlo. Las publicaciones del perfil son muy similares a las de Facebook en cuanto a formato y contenido. Sin embargo, la interacción con los seguidores (comentarios y *likes*) es menor (Onda Rural, 2023j).

Muchos de los contenidos que publica Onda Rural a través de sus redes o incluso materiales de la página web, también se difunden a través de otros organismos que colaboran en el funcionamiento del proyecto. Por ejemplo, la radio revista también se encuentra publicada en el sitio web de la CIESPAL (Onda Rural, 2023n), o en otras emisoras asociadas (Onda Rural, 2023h). La FAO también publica información sobre el proyecto y sobre la Campaña a través de sus plataformas digitales y redes sociales. Concretamente, en el caso de las reseñas de la Agricultura Familiar por países, también se puede acceder a ellas mediante el portal digital de FAORLC. En total, con todas las herramientas y organismos por medio de los cuales se da a conocer la Campaña, en 2022 se estimó que la repercusión que ésta tendría para dicho año sería una audiencia de unos 20 millones de personas (Onda Rural, 2022a).

## 5. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo, se ha conseguido comprender todo lo que engloba el concepto de Comunicación para el Desarrollo, así como su finalidad y su aplicación.

Para ello, inicialmente se ha llevado a cabo un estudio en profundidad sobre este campo dentro de la FAO, pues es una organización que, entre sus muchas funciones, está especializada en este ámbito. De esta manera, se ha podido conocer que la Comunicación para el Desarrollo se trata de una disciplina cuya misión se centra en construir un futuro digno para aquellas comunidades que se encuentran en situación de pobreza y exclusión, y en encontrar la forma óptima de implementar este cambio social de manera sostenible.

Los medios para conseguirlo se centran en la utilización del diálogo como método de intercambio de aprendizajes y conocimientos, entre actores especializados en la materia y actores rurales de la región donde se desarrollará el proyecto. Es decir, la CpD se caracteriza ante todo por su carácter participativo, lo que permite que los propios pueblos sean parte del proyecto y llegue un punto donde se apropien de él. De esta manera, al no ser una imposición, sino algo que las comunidades perciben como valioso, se consigue que los proyectos perduren en el tiempo.

También se han estudiado las cuatro fases que son necesarias a la hora de implantar cualquier proyecto de Comunicación para el Desarrollo: “Diagnóstico Participativo de Comunicación”, “Diseño de la estrategia y el plan de CpD”, “Implementación del plan de CpD” y “Resultado de la evaluación y sostenibilidad”. En todas estas fases se han analizado los pasos a seguir y los métodos empleados para su consecución.

Seguidamente, se ha indagado en un proyecto concreto de CpD de la FAO: Onda Rural, continuando así con el objetivo número dos del trabajo. Como se comentó anteriormente, Onda Rural es una iniciativa que trata de fomentar la Agricultura Familiar en la región de América Latina y el Caribe y así conseguir una mayor integración de las comunidades más vulnerables que habitan estas zonas. Se ha podido comprobar que, Onda Rural sigue bastante la estructura propuesta por la FAO de las cuatro fases para el desarrollo de un proyecto de Comunicación. Además, la elaboración de la estrategia que ha seguido Onda Rural es visible a través de su página web, lo que aporta bastante transparencia para determinar qué acciones se han tomado. Gracias a la investigación de este proyecto, se ha

podido para conocer más a fondo y de una forma más práctica las funciones desempeñadas en Comunicación para el Desarrollo.

El tercer objetivo, proponía evaluar la contribución del proyecto a la CpD, es decir, evaluar si está resultando efectivo. Después del análisis exhaustivo que se ha realizado de Onda Rural, se puede determinar que verdaderamente está aportando valor:

En primer lugar, Onda Rural es un proyecto que acoge a otros proyectos. Esto significa que, a través de sus múltiples herramientas de comunicación, consigue dar voz a otras iniciativas de Agricultura Familiar. Por lo tanto, su valor reside principalmente en que funciona como un altavoz para dar mayor visibilidad a las acciones que ya se han implementado y sirve como una fuente de conocimiento para otros actores, pues pueden inspirarse y extraer ideas que les sirvan para sus propias comunidades.

En segundo lugar, se ha evidenciado que, Onda Rural hace uso de diferentes y variados medios de comunicación. El principal, la radio-revista es una herramienta clave en el éxito de este proyecto, pues en fragmentos de no más de 15 minutos, Onda Rural da a conocer testimonios, buenas prácticas y conocimientos valiosos extraídos de otros proyectos de América Latina y el Caribe respecto a la Agricultura Familiar. También utiliza otros medios de comunicación como reseñas, entrevistas, boletines, folletos o contenido interactivo disponible en su página web. Con todo esto, se puede observar que Onda Rural cumple con las directrices de la Comunicación para el Desarrollo, pues emplea tanto herramientas comunitarias como herramientas digitales y tecnológicas, lo que permite una mejor transición de las comunidades rurales a las tecnologías a la vez que las introduce a las mismas.

Por último, se puede apreciar el valor que aporta Onda Rural en que realmente tiene en cuenta el carácter participativo de la CpD, pues a través de sus entrevistas y programas radiofónicos, ofrece espacio para el diálogo y la interacción entre actores, algo muy valioso para poder avanzar a corto y largo plazo en Agricultura Familiar.

Por estas razones, se puede concluir que Onda Rural es un proyecto que está beneficiando a las comunidades rurales a las que da soporte. Pero su alcance no acaba ahí, sino que gracias a la comunicación que realiza a través de su página web y a través de las redes sociales en las que está presente (YouTube, Facebook y Twitter), llega también a la



población de otras áreas que no necesariamente son parte de comunidades rurales dedicadas a la agricultura. Además, para el año 2022, la estimación que hizo Onda Rural respecto a la audiencia a la que llegaría, resultó ser de un total de 20 millones aproximadamente. A pesar de los buenos resultados y de la efectividad que presenta Onda Rural, se debe seguir trabajando para mejorar aspectos comunicativos. Por ejemplo, a pesar de comunicar a través de sus Redes Sociales, el impacto generado a través de ellas podría ser mayor y conseguir más visualizaciones.

El cuarto objetivo de trabajo, trataba de averiguar si los proyectos desarrollados por la FAO en Comunicación para el Desarrollo, se encuentran alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU. Para averiguarlo, en primer lugar, se analizó cómo la FAO, en su totalidad, contribuye con sus diferentes materias a cumplir con los 17 ODS.

En segundo lugar, analizando la propia naturaleza del proyecto de Onda Rural, así como las características de los diferentes proyectos a los que da visibilidad, se puede concluir que Onda Rural ayuda a la consecución de los siguientes ODS. Éstos son en los que más destaca:

- ODS 1. FIN DE LA POBREZA: la esencia de Onda Rural es utilizar la comunicación para crear un futuro más próspero para los habitantes de las comunidades rurales en situación de vulnerabilidad.
- ODS 2. HAMBRE CERO: gracias a las herramientas de comunicación que Onda Rural pone a disposición de los actores rurales, éstos pueden poner en común aprendizajes, consejos o buenas prácticas para retroalimentarse y fortalecer su agricultura. De esta manera, y junto al apoyo de Onda Rural, los campesinos pueden alimentarse de forma segura y digna, y así, erradicar el hambre.
- ODS 5. IGUALDAD DE GÉNERO: Onda Rural da visibilidad a numerosos proyectos, muchos de los cuales están desarrollados exclusivamente por mujeres. Gracias a los programas y series radiofónicos que emite, estas mujeres obtienen ayudas para poder continuar con sus actividades. Además, Onda Rural las ayuda a tener un mayor reconocimiento por parte de la sociedad y a poner en valor las iniciativas que realizan.
- ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: con el

fortalecimiento de la agricultura, los campesinos de las zonas rurales pueden llegar a cultivar y producir alimentos de forma sostenible, lo que les permite comercializar con ellos y poder vivir dignamente. Onda Rural los acompaña y apoya en todo este proceso.

- **ODS 12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES:** Onda Rural ayuda a que estos pueblos desarrollen su actividad de forma sostenible, tanto a la hora de cultivar como a la hora de gestionar los desechos generados. También les aporta conocimientos para optimizar sus recursos y encontrar soluciones más respetuosas con el medio ambiente.
- **ODS 17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS:** algo que también forma parte de la esencia de Onda Rural, es su carácter participativo. Por lo tanto, el proyecto acoge a diversos actores, entre los que también se incluyen gobiernos institucionales y organizaciones, para que, a través del diálogo y el intercambio de información, todos ellos sigan avanzando en la consecución de los ODS.

El último objetivo del trabajo buscaba reflexionar sobre la importancia de las Organizaciones Internacionales en el contexto actual. Tomando de ejemplo a la FAO, se puede apreciar la gran labor que ésta lleva a cabo. Especialmente en el área de Comunicación para el Desarrollo, donde se ha centrado el presente estudio, se ha visto el despliegue de medios y herramientas que esta organización utiliza en sus proyectos para conseguir lograr sus metas. Se ha comprobado que la CpD ayuda en gran medida a las regiones donde se implementa, por lo que no hay duda de que este trabajo que hace la FAO es realmente importante.

De igual manera, todas las Organizaciones Internacionales son importantes, cada una en el ámbito en el que destacan. Como se veía al principio, estos organismos son clave para el diálogo y la comprensión entre naciones u otros actores internacionales. Sin embargo, es cierto que a día de hoy se está experimentando una crisis de desconfianza por parte de la sociedad hacia las Organizaciones Internacionales, basada en el cuestionamiento de si realmente son efectivas en su desempeño. Es por ello que las Organizaciones Internacionales deben aprender a comunicar mejor sus acciones para así, darlas a conocer a los ciudadanos y conseguir que éstos sean conscientes del papel tan relevante que ocupan en nuestras vidas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguado Puig, A. (2018). *Desarrollo sostenible: 30 años de evolución desde el informe Brundtland*. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://idus.us.es/handle/11441/81489>
- Antolín García, J.L. (2017). *La comunicación estratégica (STRATCOM) en las organizaciones internacionales*. Capítulo segundo. Universidad de La Rioja. Recuperado el 16 de abril de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6696731>
- Anyaegbunam, C., Mefalopulos, P., & Moetsabi, T. (2008). *Diagnostico participativo de comunicacion rural*. Comenzando con la gente. FAO. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/3/y5793s/y5793s00.htm>
- Badillo Mendoza, M. E. (2011). *Estrategia de comunicación y educación mediada por TIC para el fomento del desarrollo sostenible en cinco colegios de Palmira*. Entramado, 7(1), 128-145. Recuperado el 24 de febrero de 2023 de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-38032011000100009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032011000100009)
- Bárcena Ibarra, A., Samaniego, J., Peres, W., & Alatorre, J. E. (2020). *La emergencia del cambio climático en América Latina y el Caribe: ¿seguimos esperando la catástrofe o pasamos a la acción?*. CEPAL. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45677>
- Beleño, C. A. M. (2012). *Comunicación para el desarrollo. Una mirada a la relación entre salud, productividad, sostenibilidad y sustentabilidad social*. En: Memorias XIV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación, FELAFACS. Universidad de Lima, Perú. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de [https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Beleno/publication/280028171\\_COMUNICACION\\_PARA\\_EL\\_DESARROLLO\\_UNA\\_MIRADA\\_A\\_LA\\_RELACION\\_ENTRE\\_SALUD\\_PRODUCTIVIDAD\\_SOSTENIBILIDAD\\_Y\\_SUSTENTABILIDAD\\_SOCIAL/links/581e57c108aea429b295c9c0/COMUNICACION-PARA-EL-DESARROLLO-UNA-MIRADA-A-LA-RELACION-ENTRE-SALUD-PRODUCTIVIDAD-SOSTENIBILIDAD-Y-SUSTENTABILIDAD-SOCIAL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Beleno/publication/280028171_COMUNICACION_PARA_EL_DESARROLLO_UNA_MIRADA_A_LA_RELACION_ENTRE_SALUD_PRODUCTIVIDAD_SOSTENIBILIDAD_Y_SUSTENTABILIDAD_SOCIAL/links/581e57c108aea429b295c9c0/COMUNICACION-PARA-EL-DESARROLLO-UNA-MIRADA-A-LA-RELACION-ENTRE-SALUD-PRODUCTIVIDAD-SOSTENIBILIDAD-Y-SUSTENTABILIDAD-SOCIAL.pdf)
- Beleño, C. A. M. & Sosa, M.S. (2016). *Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud, comunicación para el desarrollo y para el cambio social*. Revista de Comunicación y Salud: RCyS, 6(1), 69-80. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5786977>
- 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. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5181393>
- Canel, M. J. (2010). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Technos
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. (1988). *Our Common Future (Nuestro Futuro Común)*. Oxford University Press. (Edición en inglés). Alianza Editorial S.A. (Edición en español). Recuperado el 23 de abril de 2023 de [https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
- Delgado Correcher, R. (2019). *Tema 8: Origen, concepto y estructura de las Organizaciones Internacionales*. Universidad de Valencia. Recuperado el 16 de abril de 2023 de <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70315/Tema%208%20-Origen,%20concepto%20y%20estructura%20de%20las%20organizaciones%20internacionales.pdf?sequence=1>
- Díez de Velasco, M. (2008). *Las Organizaciones Internacionales*. Madrid, España: Tecnos.

- Escalona, N. (2015). *Comunicación de instituciones públicas*. Barcelona: UOC
- FAO. (2023a). *Comunicación para el desarrollo. Labor de la FAO en Comunicación para el desarrollo*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/communication-for-development/es/>
- FAO. (2023b). *Construyendo la generación Hambre Cero. En el camino con la FAO*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/building-the-zerohunger-generation/learning-paths/your-guide-to-fao/on-the-road-with-fao/es/>
- FAO. (2023c). *Construyendo la generación Hambre Cero. Tu guía de la FAO*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/building-the-zerohunger-generation/learning-paths/your-guide-to-fao/es/>
- FAO. (2023d). *Home*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/home/es>
- FAO. (2023e). *ODS 1. Fin de la Pobreza*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-1/es/>
- FAO. (2023f). *ODS 2. Hambre Cero*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-2/es/>
- FAO. (2023g). *ODS 3. Salud y Bienestar*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-3/es/>
- FAO. (2023h). *ODS 4. Educación de Calidad*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-4/es/>
- FAO. (2023i). *ODS 5. Igualdad de Género*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-5/es/>
- FAO. (2023j). *ODS 6. Agua Limpia y Saneamiento*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/sdg-6/es/>
- FAO. (2023k). *ODS 7. Energía Asequible y No Contaminante*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-7/es/>
- FAO. (2023l). *ODS 8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-8/es/>
- FAO. (2023m). *ODS 9. Industria, Innovación e Infraestructura*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-9/es/>
- FAO. (2023n). *ODS 10. Reducción de las Desigualdades*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-10/es/>
- FAO. (2023ñ). *ODS 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el

- 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-11/es/>
- FAO. (2023o). *ODS 12. Producción y Consumo Responsables*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-12/es/>
  - FAO. (2023p). *ODS 13. Acción por el Clima*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-13/es/>
  - FAO. (2023q). *ODS 14. Vida Submarina*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-14/es/>
  - FAO. (2023r). *ODS 15. Vida de Ecosistemas Terrestres*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-15/es/>
  - FAO. (2023s). *ODS 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-16/es/>
  - FAO. (2023t). *ODS 17. Alianzas para Lograr los Objetivos*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 10 de abril de 2023 de <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-17/es/>
  - FAO. (2023u). *Organigrama de la FAO*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/about/org-chart/es/>
  - FAO. (2023v). *Página de Inicio*. Recuperado el 11 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/about/es/>
  - Fernández Collado, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas. Pp. 11-15. Recuperado el 4 de abril de 2023 de <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
  - Figueroa, U. (1991). *Organismos internacionales*. RIL Editores. Recuperado el 16 de abril de 2023 de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wFmuYq-KTFoC&oi=fnd&pg=PA21&dq=Origen+de+las+Organizaciones+Internacionales&ots=aYqSX-Bn9cI&sig=12-i-jM9wv8jtFh9FqylMYkbb8k#v=onepage&q=Origen%20de%20las%20Organizaciones%20Internacionales&f=false>
  - Gallup News. (2023). *Gallup News. United Nations*. Recuperado el 16 de abril de 2023 de <https://news.gallup.com/poll/116347/united-nations.aspx>
  - Gómez, I. C. (2007). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*. Panorama, 1(2), 31-42. Recuperado el 24 de febrero de 2023 de <https://www.redalyc.org/pdf/3439/343929214005.pdf>
  - Gumucio-Dragon, A. (2011). *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*. Signo y pensamiento, 30(58), 26-39. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a02.pdf>
  - Gutiérrez Pérez, H. A. (2014). *Diagnóstico participativo de comunicación rural en la cuenca media del Río Otún*. Universidad Católica de Pereira. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de <https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/1896>

- Herranz, J.M<sup>a</sup>. & García, S. (2021): “*La comunicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las organizaciones de la Economía Social*”, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 101, 165-191. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.101.18393. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://cefd.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/18393/18374>
- Izaguirre, J. L. (2018). *Organizaciones internacionales: comunicar la utilidad*. Comillas Journal of International Relations, (12), 28-37. Recuperado el 16 de abril de 2023 de <https://doi.org/10.14422/cir.12.y2018.003>
- Mancini, P. (1995). *Americanización y modernización. Breve historia de la campaña electoral*. En A. Muñoz-Alonso & J. Rospir (Eds.), *Comunicación política* (pp. 141-168). Madrid: Editorial Universitas.
- Martín Murillo, L., Rivera Alejo, J., & Castizo Robles, R. (2018). *Cambio Climático Y Desarrollo Sostenible en Iberoamérica*. Resumen ejecutivo. Informe la Rábida, Huelva. Observatorio de Desarrollo Sostenible y Cambio Climático de la Rábida. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/06/Segib-Informe-La-Ra%CC%81bida-Resumen-ejecutivo-2018-2.pdf>
- MS, V. (2010). *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios*. Razón y palabra, (71), 40. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3791849>
- Milan, S. (2006). *Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo*. Investigación & Desarrollo, 14(2), 268-291. recuperado el 25 de febrero de 2023 de <https://www.redalyc.org/pdf/268/26814202.pdf>
- Naciones Unidas. (2019). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 23 de abril de 2023 de [https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019\\_Spanish.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019_Spanish.pdf)
- Ocampo, J.A. (2015). *Gobernanza global y desarrollo: Nuevos desafíos y prioridades de la cooperación internacional*. CEPAL. Naciones Unidas. Recuperado el 23 de abril de 2023 de: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39602/gobernanza.pdf?sequence=1>
- Onda Rural. (2021). *Quiénes somos: Plan de Comunicación Participativa – América Latina 2021: Onda Rural*. Recuperado el 11 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/pcp>
- Onda Rural. (2022a). *Folleto de DAF 2022*. Material comunicacional de la Campaña DAF 2022. Recuperado el 18 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/sites/default/files/2022-02/Folleto%20rural%20actualizado%202022%20%281%29.pdf>
- Onda Rural. (2022b). *Onda Rural [Archivo de video]*. YouTube. Recuperado el 10 de marzo de 2023 de [https://www.youtube.com/watch?v=2rzi\\_tN5EvQ](https://www.youtube.com/watch?v=2rzi_tN5EvQ)
- Onda Rural. (2023a). *Boletines*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 18 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/boletin>
- Onda Rural. (2023b). *Campañas Radiales*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/campanas>
- Onda Rural. (2023c). *Campaña radial: Campaña agricultura familiar campesina*. Campañas

- Radiales. Recursos de Comunicación. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/827>
- Onda Rural. (2023d). *Campaña radial: La agricultura familiar en tiempo de coronavirus*. Campañas Radiales. Recursos de Comunicación. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/campana-radial-la-agricultura-familiar-en-tiempo-de-coronavirus>
  - Onda Rural. (2023e). *Campaña radial: Pilares de la Agricultura Familiar*. Campañas Radiales. Recursos de Comunicación. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/616>
  - Onda Rural. (2023f). *Campaña radial: Situación de la Agricultura Familiar: Avances y perspectivas*. Campañas Radiales. Recursos de Comunicación. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/893>
  - Onda Rural. (2023g). *Comunicación Rural: Proyectos y actividades*. Recuperado el 11 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/551>
  - Onda Rural. (2023h). *Cursos y materiales*. Capacitación en CpD. Comunicación Rural. Recuperado el 18 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/cursosymateriales>
  - Onda Rural. (2023i). *Onda Rural: Comunicación para crecer*. Facebook. Recuperado el 19 de marzo de 2023 de [https://www.facebook.com/onda.rural/?ref=page\\_internal&locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/onda.rural/?ref=page_internal&locale=es_LA)
  - Onda Rural. (2023j). *Onda Rural*. Twitter. Recuperado el 19 de marzo de 2023 de <https://twitter.com/ondarural?lang=es>
  - Onda Rural. (2023k). *Onda Rural*. YouTube. Recuperado el 18 de marzo de 2023 de: <https://www.youtube.com/@ondarural1815/featured>.
  - Onda Rural. (2023l). *Programa 153: Innovación y Sostenibilidad en la Agricultura Familiar*. Onda Rural Semanal. Recuperado el 12 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/1029>
  - Onda Rural. (2023m). *Programa 158: Mujeres y agricultura familiar*. Onda Rural Semanal. Recuperado el 14 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/1048>
  - Onda Rural. (2023n). *Quiénes somos: Onda Rural*. Recuperado el 10 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/548>
  - Onda Rural. (2023ñ). *Recursos de Comunicación: Onda Rural Semanal*. Recuperado el 11 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/semanal>
  - Onda Rural. (2023o). *Reseñas Agricultura familiar (ficha país)*. Reseñas. Recursos de Comunicación. Recuperado el 17 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/ficha-pais>

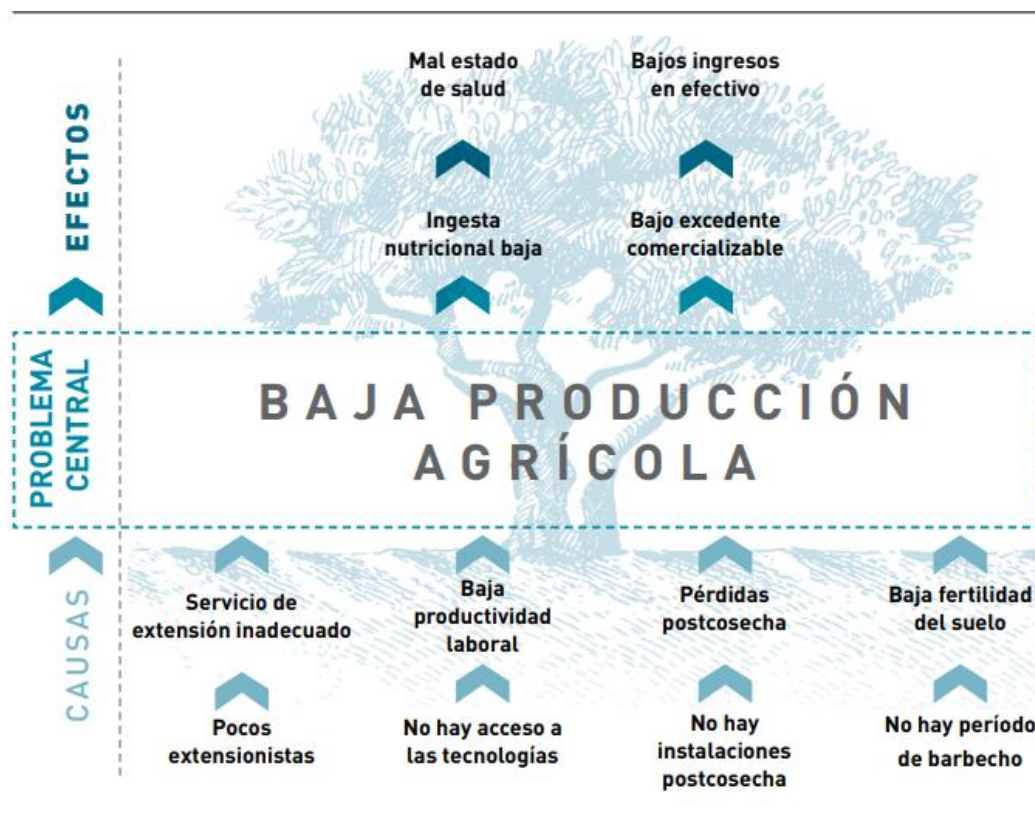
- Onda Rural. (2023p). *Reseñas Agricultura familiar (reportajes)*. Reseñas. Recursos de Comunicación. Recuperado el 17 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/entrevistas>
- Onda Rural. (2023q). *Series radiofónicas*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/series>
- Onda Rural. (2023r). *Series radiofónicas: Aprendamos de la experiencia*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/929>
- Onda Rural. (2023s). *Series radiofónicas: Charlando con Josefina*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/charlando-con-josefina-2>
- Onda Rural. (2023t). *Series radiofónicas: Don Joaquín y Rosita*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/el-manejo-del-paramo-i-parte>
- Onda Rural. (2023u). *Series radiofónicas: Entrevistas Tú y el personaje*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/ondarural.org/entrevista-a-mariana-escobar-representante-de-la-fao-en-peru>
- Onda Rural. (2023v). *Series radiofónicas: Situación de la Agricultura Familiar: Avances y Perspectivas*. Recursos de Comunicación. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://ondarural.org/node/893>
- Organización de las Naciones Unidas. (2023). *Página principal*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://www.un.org/es/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2016). *Comunicación para el Desarrollo rural. Directrices para la planificación y la formulación de proyectos*. Recuperado el 10 de febrero de 2023 de <https://www.fao.org/3/i4222s/i4222s.pdf>
- Paricahua Choque, M. (2021). *Cambio climático y desarrollo sostenible*. Revista Latinoamericana Ogmios, 1(1), 82-90. Recuperado el 22 de abril de 2023 de <https://idicap.com/ojs/index.php/ogmios/article/view/5>
- Peredo, J.M. (2015). *La Comunicación Política Internacional y el progreso de la Globalización en las Relaciones Internacionales*. Dialnet. Universidad de La Rioja. Recuperado el 4 de abril de 2023 de <https://www.ehu.es/documents/10067636/10825759/2015-JoseMaria-Peredo-Pombo.pdf/ccbddb68-dbe6-71e9-ff48-a3158175e738>
- Ramirez, R. & W. Quarry. (2004). *Communication for development. A medium for innovation in natural resources management*. (La comunicación para el desarrollo. Un medio para la innovación en la gestión de los recursos naturales). IDRC y la FAO (también disponible en inglés en <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/ad661E/ad661E00.pdf>).
- Restrepo-Echevarría, N.J. (2019). *La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales*. Universidad EAFIT (Colombia). Recuperado el 4 de abril de 2023 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7212083>



- Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. & Woelm, F. (2020). *The Sustainable Development Goals and COVID-19*. Sustainable Development Report 2020. Cambridge: Cambridge University Press. Recuperado el 23 de abril de 2023 de <https://cutt.ly/2fRACz7>
- Servaes, J. (2012). *Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 17, 17-40. Recuperado el 14 de febrero de 2023 de <https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422002.pdf>
- Silos, J., Ruiz, P., Canales, R., Herrero, A. & Granda, G. (2018). *Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista*. Forética, Madrid. Recuperado el 23 de abril de 2023 de [https://foretica.org/informe\\_foretica\\_2018\\_resumen\\_ejecutivo.pdf](https://foretica.org/informe_foretica_2018_resumen_ejecutivo.pdf)
- Swanson, D. & Mancini, P. (Eds.) (1996). *Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences*. Connecticut: Praeger.
- Taylor, P. M. (2009). *Public Diplomacy and Strategic Communications*. En N. Y. Snow (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 12-23). Nueva York: Taylor & Francis.
- Tortajada Chardí, P. (2019). *DIP. Tema 8 (1.2. 3): Origen y concepto de las Organizaciones Internacionales*. Relaciones y organizaciones internacionales. Universidad de Valencia. Recuperado el 16 de abril de 2023 de [https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70581/TEMA%208\\_punto%201\\_2\\_3.pdf?sequence=1](https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70581/TEMA%208_punto%201_2_3.pdf?sequence=1)

## 7. ANEXOS

**Figura 1.** Ejemplo de Árbol de Problemas respecto al problema de la baja producción agrícola (FAO, 2014)



**Figura 2.** Marco de SyE en Comunicación para el Desarrollo (FAO, 2016)

Objetivo de CpD	Meta	Indicador	Fuente de datos	Método de recopilación de datos	Presupuesto
		[cuantitativo y cualitativo]			