



Departamento  
Nacional de Planeación

# LENGUAJE CLARO PARA LA APERTURA DEMOCRÁTICA

## Guía práctica de comunicación

Dirección de Gobierno,  
Derechos Humanos Y Paz



Departamento Nacional de Planeación

## Lenguaje claro para la apertura democrática. Guía práctica de comunicación.

### Departamento Nacional de Planeación (DNP)

#### Directora General

Natalia Irene Molina Posso

#### Subdirector General de Prospectiva y Desarrollo Nacional

Mario Alejandro Valencia Barrera

#### Director de Gobierno, DD. HH. y Paz

David Flórez Ballesteros

#### Subdirectora de Gobierno y Asuntos Internacionales

Viviana Morán Castañeda

#### Autores de la Dirección de Gobierno, Derechos Humanos y Paz

Andrés Fernando Gómez Rangel

Andrés Lozano Reyes

#### Diseño y diagramación

Valentina Porras Ocampo

#### Coordinación editorial

Oficina Asesora de Comunicaciones del DNP

#### Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Camilo Andrés Marín Escobar

Carmen Elisa Villamizar Camargo

#### © Departamento Nacional de Planeación

Calle 26 núm. 13-19 Bogotá, D. C.

PBX: 3815000

**Bogotá, D.C.**

**Septiembre de 2025**

## | Contenido

<b>Lista de figuras</b> .....	<b>4</b>
<b>01. Una apuesta por el diálogo colectivo</b> .....	<b>5</b>
<b>02. El lenguaje claro para la apertura democrática</b> .....	<b>7</b>
<b>03. El lenguaje claro como visión estratégica de las entidades del orden nacional y territorial</b> .....	<b>10</b>
<b>Paso 1:</b> Ámbitos de aplicación del lenguaje claro.....	13
<b>Paso 2:</b> Marco estratégico.....	15
<b>Paso 3:</b> Análisis interno.....	16
<b>Paso 4:</b> Dialogar con la ciudadanía, las comunidades y con los equipos institucionales .....	18
<b>04. Explorar con el lenguaje a través de herramientas prácticas</b> .....	<b>20</b>
<b>Herramienta 1:</b> Lienzo Corazón Narrativo.....	21
<b>Herramienta 2:</b> Análisis de ciudadanía y comunidades .....	24
<b>Herramienta 3:</b> Lienzo de objetivos de comunicación .....	26
<b>Herramienta 4:</b> Lienzo logros de la comunicación .....	28
<b>Herramienta 5:</b> Lienzo para estructurar una narrativa .....	30
<b>Herramienta 6:</b> Lienzo de canales y medios de comunicación .....	32
<b>05. Recomendaciones generales</b> .....	<b>35</b>
<b>06. Glosario de términos</b> .....	<b>38</b>
<b>07. Bibliografía</b> .....	<b>41</b>

## | Lista de figuras

<b>Figura 1.</b>	Preguntas para evaluar la aplicabilidad del lenguaje claro en las entidades nacionales y territoriales	13
<b>Figura 2.</b>	Preguntas orientadoras para la definición del Marco Estratégico	15
<b>Figura 3.</b>	Preguntas orientadoras para realizar un análisis interno sobre lenguaje claro	16
<b>Figura 4.</b>	Esquema del Lienzo Corazón Narrativo	22
<b>Figura 5.</b>	Esquema del Análisis de ciudadanía y comunidades	24
<b>Figura 6.</b>	Esquema del Lienzo de objetivos de comunicación	26
<b>Figura 7.</b>	Lienzo de los Logros de la comunicación	28
<b>Figura 8.</b>	Esquema del Lienzo para estructurar una narrativa	30
<b>Figura 9.</b>	Esquema del Lienzo de canales y medios de comunicación	32

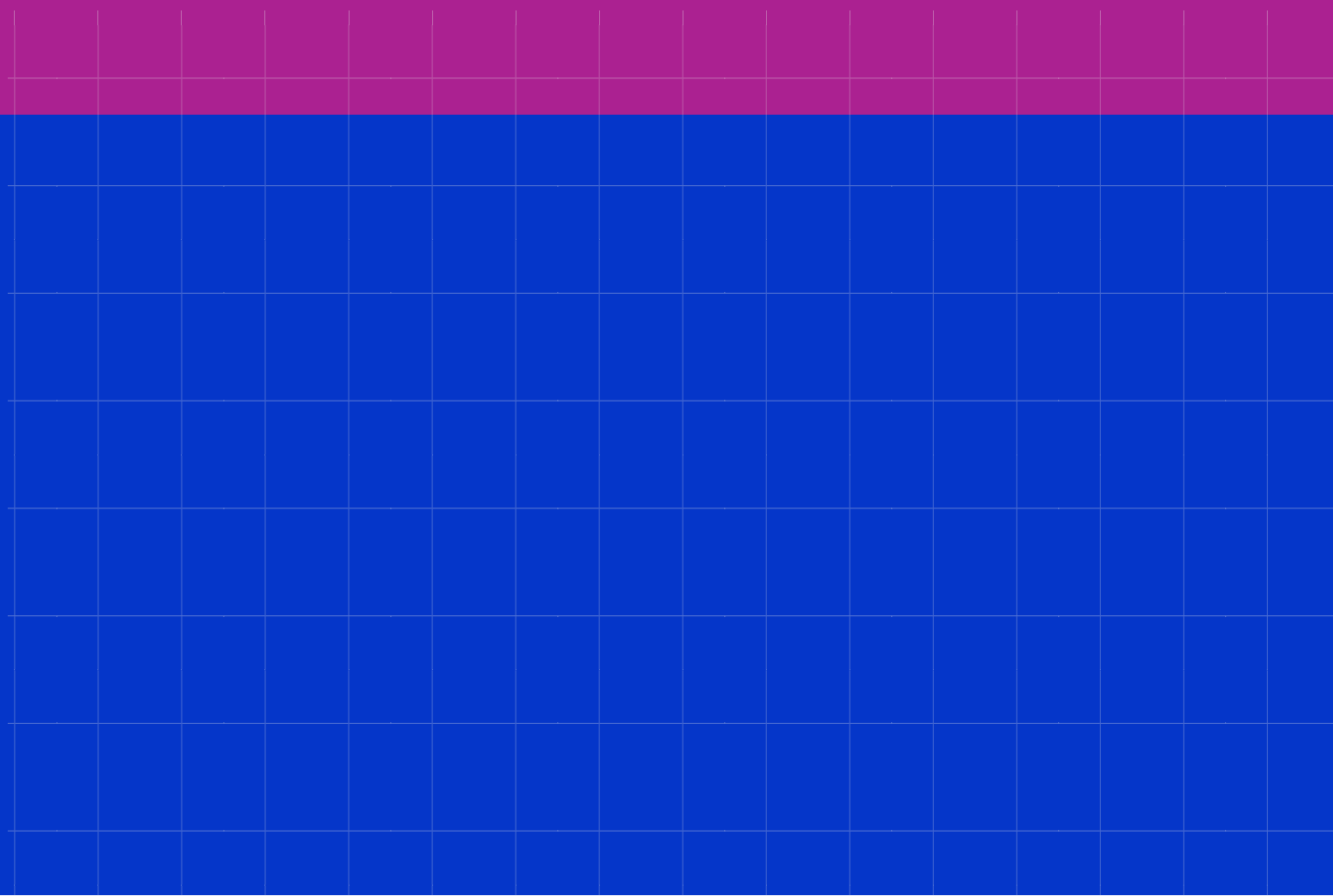
01.

# Una apuesta por el diálogo colectivo



+

+



**Hablar con claridad desde el Estado no es solo una cuestión de estilo: es una necesidad democrática. Cuando los mensajes institucionales son confusos, extensos o cargados de tecnicismos, las personas quedan excluidas de decisiones que les afectan directamente. El lenguaje claro permite romper esa barrera.**

Es una herramienta que facilita la comprensión de la información pública, promueve la confianza entre ciudadanía, comunidades e instituciones, y fortalece la participación informada. En el Departamento Nacional de Planeación (DNP) entendemos que el lenguaje claro no es únicamente una técnica para mejorar la redacción de documentos, sino también una apuesta institucional para fortalecer la democracia, fomentar el diálogo entre Estado y ciudadanía, y garantizar el derecho fundamental de acceso a la información pública (Constitución Política de Colombia, artículos 23 y 74). Este derecho ha sido reconocido por la **Ley 1712 de 2014**, que establece la obligación de las entidades públicas de divulgar información de manera comprensible, oportuna y accesible.

La presente guía está dirigida a equipos de comunicación, áreas jurídicas, de planeación, servicio al ciudadano y áreas técnicas de entidades públicas del orden nacional y territorial. Su propósito es ofrecer referentes conceptuales, ejemplos prácticos y herramientas aplicables que permitan incorporar el lenguaje claro en la producción de documentos, trámites y canales de información. La Estrategia de Lenguaje Claro del DNP busca que esta práctica se integre de manera transversal en la gestión pública, desde un enfoque de derechos.

Más que una imposición de formatos, la guía invita a las entidades a transformar sus prácticas comunicativas para acercarse a la ciudadanía y a las comunidades, construir confianza y hacer efectivo el principio de transparencia. Hablar con claridad es una forma concreta de hacer realidad el mandato constitucional de un Estado al servicio de todos y todas (artículo 1, Constitución Política).

02.

# El lenguaje claro para la apertura democrática

+

**La democracia no se limita a elegir representantes o participar en elecciones. Implica generar condiciones efectivas para que todas las personas puedan comprender las decisiones del Estado, ejercer sus derechos y participar activamente en la vida pública. Una democracia abierta se construye sobre el reconocimiento de la diversidad social y cultural, la eliminación de barreras de acceso a la información y la creación de canales de diálogo efectivos entre instituciones, comunidades y ciudadanía.**

Desde esta perspectiva, el lenguaje claro se entiende como una herramienta fundamental para ampliar y profundizar la democracia. Comunicar con claridad aporta a distribuir el poder. Cuando la información pública es confusa, ambigua o excesivamente técnica, se restringe el acceso efectivo a derechos. Por el contrario, cuando los mensajes institucionales son claros y comprensibles, se facilita la toma de decisiones informada, la participación y la exigibilidad de los derechos ciudadanos.

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022-2026, en su línea estratégica de transformación del Estado, propone fortalecer la relación entre instituciones públicas y ciudadanía mediante “la garantía de la accesibilidad de la información pública y la comprensión de los procesos del Estado” (DNP, 2023, p. 739); asimismo el PND 2022-2026 establece que el enfoque de Gobierno Abierto debe “garantizar que todas las personas puedan acceder, comprender y actuar con base en la información pública, como condición para una participación efectiva” (p. 742).

**En ese marco, el lenguaje claro se convierte en una herramienta estratégica que permite a las entidades públicas:**

- Hacer comprensibles sus políticas, trámites y servicios.
- Reducir las asimetrías de información que reproducen desigualdades.
- Fortalecer el principio de legalidad, al facilitar que la ciudadanía y las comunidades tengan certeza de las acciones del Estado y puedan ejercer el control social.
- Garantizar el ejercicio de derechos como el acceso a la información (artículo 74, C.P.), la participación ciudadana (artículo 2 y 40, C.P.) y el debido proceso (artículo 29, C.P.).

Además, la Ley 1757 de 2015, que promueve y protege el derecho a la participación ciudadana, en su artículo 2 señala que uno de los principios de la participación ciudadana es la “información clara, veraz, oportuna y comprensible”, y obliga a las entidades a promover medios adecuados de información que permitan el ejercicio efectivo de los derechos democráticos.

En contextos donde el acceso desigual a la información perpetúa brechas sociales y económicas, hablar con claridad es también un acto de justicia y un deber institucional. En diferentes sentencias, como la Sentencia T-263 de 2010 y la Sentencia **T-627 de 2012**, la Corte Constitucional ha advertido que el uso de un lenguaje excesivamente técnico o ambiguo por parte del Estado puede dificultar el acceso efectivo a la información pública, limitando la participación ciudadana y vulnerando principios democráticos como la publicidad, la transparencia y la buena fe. Un lenguaje claro, en cambio, favorece el ejercicio de derechos fundamentales y fortalece la relación entre instituciones y ciudadanía.

Por eso, el lenguaje claro no es solo una buena práctica administrativa. Es una herramienta transformadora para construir una gestión pública centrada en los derechos, abierta a la ciudadanía y coherente con los principios del Estado social de derecho. Hablar con claridad es acercar el Estado a las personas; y hacerlo, un deber institucional.



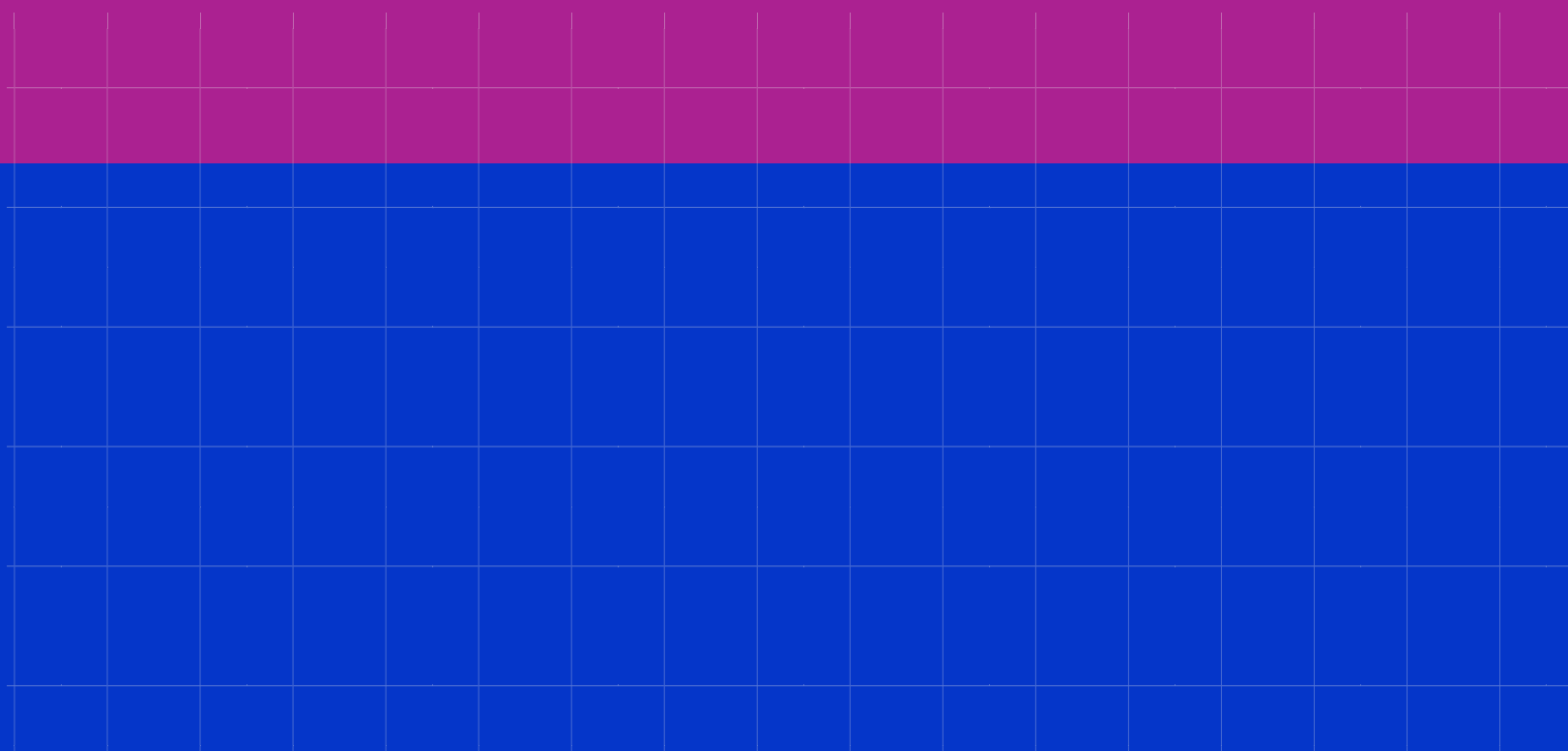
**03.**

**El lenguaje claro  
como visión  
estratégica de las  
entidades del orden  
nacional y territorial**



+

+



**El lenguaje no es solo una herramienta para informar: es una forma de gestionar, de priorizar y de decidir cómo se relaciona el Estado con la ciudadanía. Por eso, el lenguaje claro debe entenderse como una visión estratégica en las entidades públicas, que impacta directamente en la forma como se diseñan, implementan y comunican las políticas públicas.**

Asumir el lenguaje claro como parte de la estrategia institucional implica reconocer que no todas las personas acceden de la misma manera a la información. Las condiciones educativas, culturales, tecnológicas y territoriales causan desigualdades profundas que dificultan la comprensión y el uso efectivo de la información pública. Hablar con claridad es una forma concreta de contribuir a cerrar esas brechas.

Esta visión es coherente con los lineamientos del **Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026**, que orienta a las entidades hacia un modelo de desarrollo que responda a “las realidades territoriales, étnicas y poblacionales” (DNP, 2023, p. 27). El Plan propone avanzar hacia una “gestión pública diferencial, participativa y situada”, lo que implica reconocer que las necesidades de las personas cambian según sus entornos, sus lugares de residencia, sus formas de vida, su nivel de conectividad o su cercanía con los centros institucionales.

11

**En ese sentido, el lenguaje claro no es solo una mejora técnica, es una decisión estratégica que permite:**

- Responder a las realidades diversas del país.
- Fortalecer la equidad en el acceso a servicios y derechos.
- Democratizar la relación entre las entidades, la ciudadanía y las comunidades.
- Prevenir violaciones a los derechos y evitar errores, reprocesos y costos innecesarios asociados a la mala comunicación.

**El compromiso con la claridad debe reflejarse en los principales instrumentos de planeación institucional. Por ejemplo:**

- En los **planes estratégicos institucionales (PEI)**, como parte de las acciones de relacionamiento con la ciudadanía.
- En los **Programas de Transparencia y Ética Pública (PTEP)** y en los **Programas de Servicio al Ciudadano**, específicamente en la estrategia de racionalización de trámites y mejora del servicio.

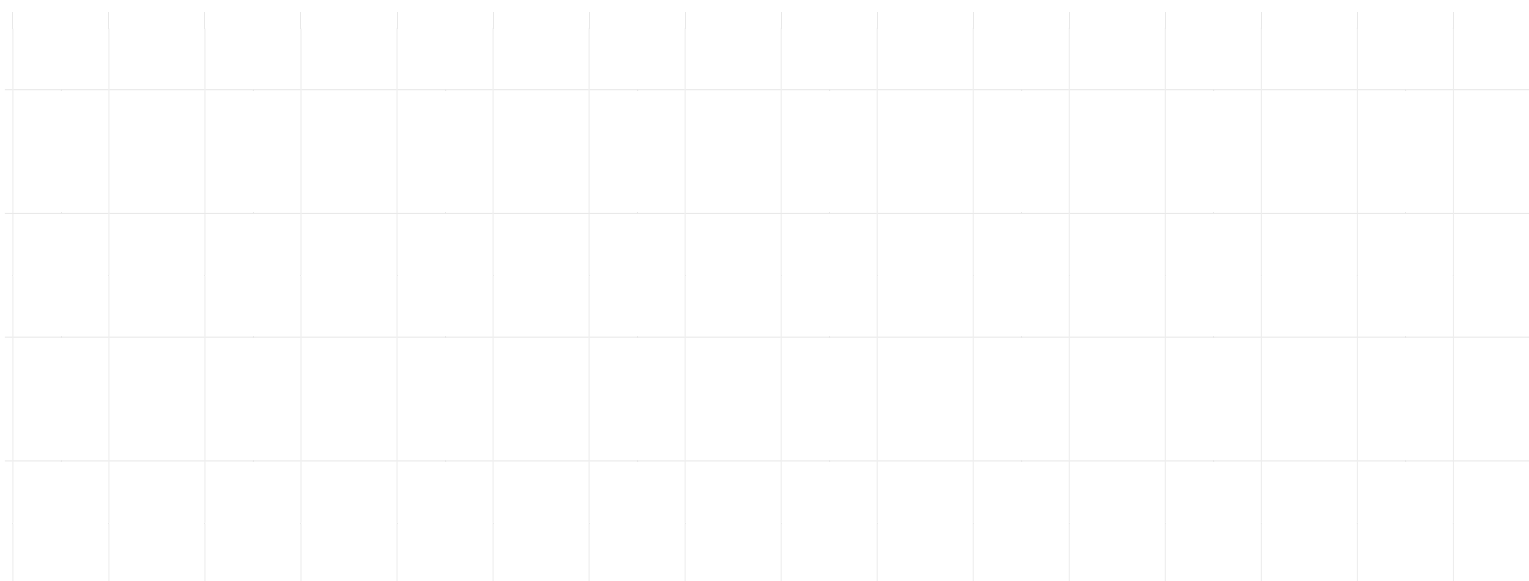
- En el **Sistema Integrado de Planeación y Gestión (SIPG)**, como eje transversal de la gestión documental, la atención al ciudadano y el fortalecimiento institucional.
- Y en las políticas de **Gobierno Abierto**, que promueven la transparencia, la rendición de cuentas y la participación efectiva, pilares que solo se consolidan con información comprensible y oportuna.

Integrar el lenguaje claro en los procesos de planeación, ejecución y evaluación de políticas públicas —incluidos proyectos, trámites, canales de atención y piezas de divulgación— mejora no solo la comunicación, sino también la calidad misma de la gestión pública.

Así como se planifican presupuestos, metas y cronogramas, también es necesario planificar cómo se comunica y con quién. El lenguaje claro, desde esta óptica, debe ser parte de los planes estratégicos, los sistemas de gestión institucional, las estrategias de servicio al ciudadano y las políticas de Gobierno Abierto.

Hablar con claridad es, en últimas, una forma de gobernar con justicia, eficiencia y cercanía. Y hacer del lenguaje una apuesta estratégica es clave para avanzar hacia un Estado que respete las diferencias y actúe con equidad.

La estrategia de lenguaje claro, impulsada por el Departamento Nacional de Planeación a través del Equipo de Innovación Pública, promueve precisamente esto: que el lenguaje sea una herramienta de transformación y de diálogo democrático. Y que cada entidad, desde su misionalidad, encuentre una forma auténtica de comunicarse con quienes sirve. A continuación, presentamos una serie de pasos que las y los servidores públicos pueden seguir para transversalizar y fortalecer una estrategia de lenguaje claro en sus entidades.



# Paso 1:

## Ámbitos de aplicación del lenguaje claro



Determinar los ámbitos de aplicación del lenguaje claro es un paso fundamental para implementar y apropiarse de estrategias que permitan comprender las prioridades de la entidad, identificar sus debilidades y reconocer las oportunidades de mejora. Este proceso tiene como objetivo clarificar el propósito de la implementación del lenguaje claro, alineando las expectativas de las entidades nacionales y territoriales con sus metas a largo plazo.

Para lograr esto, se deben plantear preguntas que faciliten una reflexión sobre el fin último de la aplicación del lenguaje claro, y aseguren que esta estrategia no solo cumpla con normativas, sino que también responda a las necesidades y realidades del territorio y sus comunidades. Este paso es clave para construir una estrategia de lenguaje claro conectada con la realidad de la entidad y de las personas a las que sirve.

La figura 1 presenta preguntas fundamentales que permiten obtener una primera visión sobre el propósito de las entidades, teniendo en cuenta que cada una, debido a sus particularidades y dinámicas territoriales, puede abordar la implementación de manera diferenciada.

13

**Figura 1.** Preguntas para evaluar la aplicabilidad del lenguaje claro en las entidades nacionales y territoriales



**Fuente:** elaboración propia (2024)

## Recomendaciones prácticas para implementar el Paso 1

- **Involucrar a distintos equipos** de la entidad en la reflexión: comunicación, planeación, atención al ciudadano y áreas misionales pueden aportar visiones clave.
- **Formular preguntas abiertas** que conecten la estrategia con el día a día institucional: ¿Qué problemas de comunicación enfrentamos? ¿Qué trámites generan más confusión? ¿Qué mensaje clave no logra llegar a la ciudadanía y comunidades?
- **Revisar datos previos:** encuestas de satisfacción, análisis de PQRS, reportes de atención o procesos participativos pueden ofrecer pistas sobre dónde intervenir.
- **Reconocer diferencias territoriales:** una misma estrategia puede requerir ajustes según el contexto cultural, lingüístico o tecnológico de las comunidades.
- **Registrar los hallazgos:** documentar esta etapa facilitará la construcción del marco estratégico y dará continuidad al proceso.



## Paso 2: Marco estratégico

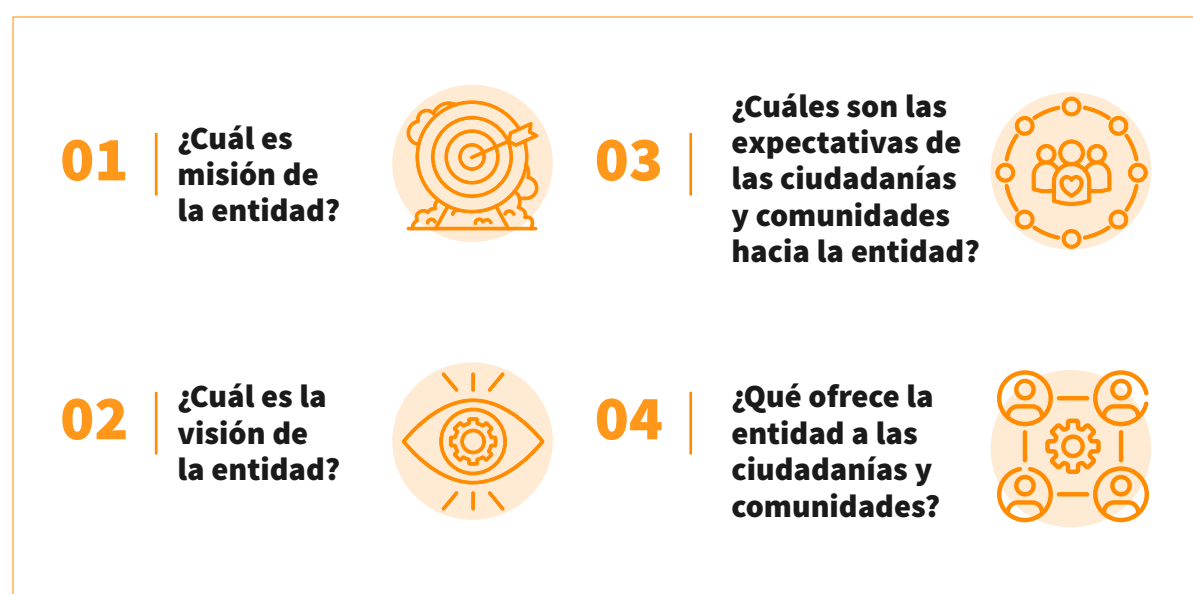


Una vez comprendido el propósito de implementar el lenguaje claro, el siguiente paso consiste en desarrollar un marco estratégico que permita abordar de manera coordinada la misionalidad de la entidad. Este marco debe centrarse en entender las dinámicas territoriales específicas, reconociendo las prioridades, la misión y la visión de la entidad. Al tener claridad sobre estos aspectos, será posible identificar las expectativas de la ciudadanía y las comunidades con relación a la entidad, lo cual es fundamental para asegurar que las acciones adoptadas estén alineadas con las necesidades reales de la población.

Este análisis permitirá visualizar si existen esfuerzos dirigidos a acercar las instituciones a la ciudadanía y a las comunidades. Un marco estratégico definido no solo facilita la implementación efectiva del lenguaje claro, sino que también mejora la capacidad de la entidad para responder de manera más eficiente y cercana a las demandas de la ciudadanía la figura 2 detalla las preguntas orientadoras para la definición de este marco estratégico.

15

**Figura 2.** Preguntas orientadoras para la definición del Marco estratégico



**Fuente:** elaboración propia (2024).

## Paso 3: Análisis interno



El análisis interno permite identificar los recursos, capacidades y condiciones de la entidad para implementar lenguaje claro de manera efectiva. Evaluar estos factores ayuda a reconocer fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en los productos y servicios que se comunican con la ciudadanía y las comunidades. Este paso garantiza que el lenguaje claro se construya sobre una base realista y sostenible, articulando capacidades internas con objetivos estratégicos.

Este diagnóstico debe considerar tanto *aspectos tangibles* —equipos, presupuesto, canales— como *intangibles* —cultura institucional, capacidades del equipo o nivel de compromiso—. Realizarlo con claridad facilita diseñar estrategias realistas y adaptadas al contexto organizacional. La figura 3 presenta preguntas orientadoras para guiar el análisis.

16

**Figura 3.** Preguntas orientadoras para realizar un análisis interno sobre lenguaje claro



**Fuente:** elaboración propia (2024).

## Recomendaciones prácticas para implementar el Paso 3

- **Hacer un inventario de canales, formatos y productos comunicativos** actuales: ¿qué se está usando?, ¿qué tanto funciona bien?, ¿qué podría mejorarse?
- **Evaluar las capacidades del equipo** encargado de la comunicación: ¿cuentan con formación en lenguaje claro?, ¿hay disposición para cambiar prácticas?
- **Identificar experiencias previas de mejora comunicativa:** pueden ser insumos valiosos para construir desde lo que ya se ha logrado.
- **Involucrar a diferentes áreas** de la entidad, no solo a los equipos de comunicación: muchas veces el contenido se origina en áreas misionales.
- **Cruzar este análisis con el marco estratégico del paso anterior:** lo que se planifica debe ser viable con lo que se tiene o se puede desarrollar.



## Paso 4.

# Dialogar con la ciudadanía, las comunidades y con los equipos institucionales



Para implementar el lenguaje claro desde una perspectiva de empatía y transformación, es clave analizar cómo se experimenta la comunicación desde ambos lados: ciudadanía y comunidades, y equipos de trabajo. Este análisis se organiza en tres dimensiones:

### 1. Contexto

- *Ciudadanía y comunidades:* Comprender el entorno social, económico y cultural en el que las personas se relacionan con el Estado. Esto permite interpretar cómo se perciben las políticas, la información y los servicios en la vida cotidiana.
- *Equipo colaborador:* Analizar las condiciones en que operan los equipos que implementan lenguaje claro, incluidos sus retos institucionales, recursos y capacidades.

### 2. Personas

- *Ciudadanía y comunidades:* Identificar realidades, frustraciones, condiciones físicas y el valor que otorgan al reconocimiento de sus derechos.
- *Equipo colaborador:* Reconocer motivaciones, roles, barreras y oportunidades que impactan su desempeño y compromiso con la comunicación clara.

### 3. Necesidades

- *Ciudadanía y comunidades:* Detectar qué necesitan entender, cómo acceden a la información y qué barreras enfrentan para ejercer sus derechos. Esto permite alinear la estrategia a sus expectativas reales.
- *Equipo colaborador:* Identificar qué requiere el equipo para aplicar el lenguaje claro de manera efectiva: formación, recursos, herramientas y espacios de colaboración.

## Recomendaciones prácticas para implementar el Paso 4

- **Aplicar entrevistas, talleres o ejercicios de empatía** con equipos, ciudadanía y comunidades para recoger percepciones reales sobre cómo se comunican y qué dificultades encuentran.
- **Cruzar la información entre grupos:** comparar lo que piensa la entidad que comunica con lo que realmente entienden las personas.
- **Involucrar a personas diversas del equipo**, no solo del área de comunicaciones. Las voces técnicas y operativas también aportan al diagnóstico.
- **Hacer visibles los aprendizajes:** resumir hallazgos clave que orienten decisiones de diseño comunicativo.
- **Validar con las comunidades:** siempre que sea posible, contrastar las conclusiones extraídas con las personas y las comunidades del territorio, sus organizaciones y sus redes.

19

Este enfoque convierte el lenguaje claro en una herramienta de cambio institucional y social, mejora la comunicación, promueve la equidad y fortalece la participación informada.

Una vez definida la visión estratégica, el Paso 4 permite ajustar los métodos comunicativos a las realidades y necesidades concretas; así, el lenguaje claro deja de ser una técnica para convertirse en un vehículo de comprensión, confianza y transformación democrática.

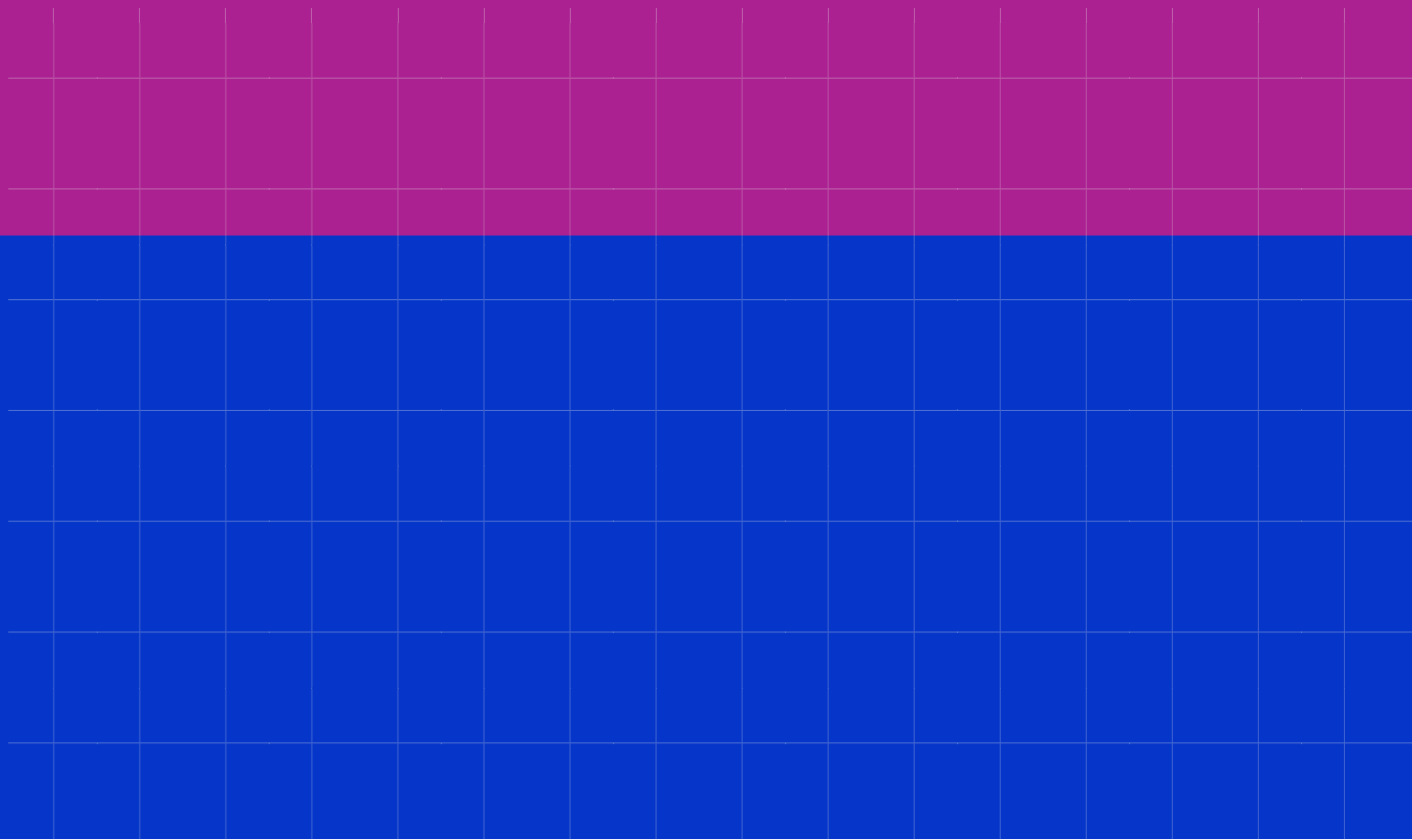


04.

**Explorar con el  
lenguaje a través  
de herramientas  
prácticas**



+



**Una estrategia de lenguaje claro solo se consolida cuando se aplica en la práctica. Esta sección reúne herramientas diseñadas para traducir los principios del lenguaje claro en acciones concretas, adaptadas a las realidades institucionales y territoriales.**

Cada herramienta responde a una necesidad clave: definir mensajes, conocer a la ciudadanía y comunidades, construir narrativas, elegir canales, proyectar impactos o alinear la comunicación con los derechos de las personas y comunidades. Las herramientas están pensadas para ser flexibles, aplicables en equipo, y útiles en procesos de diseño, rediseño o evaluación de piezas, servicios y campañas.

El objetivo no es seguir una receta única, sino activar la creatividad institucional con enfoque humano. Estas herramientas buscan que el lenguaje deje de ser una barrera y se convierta en puente entre el Estado y la ciudadanía y comunidades.

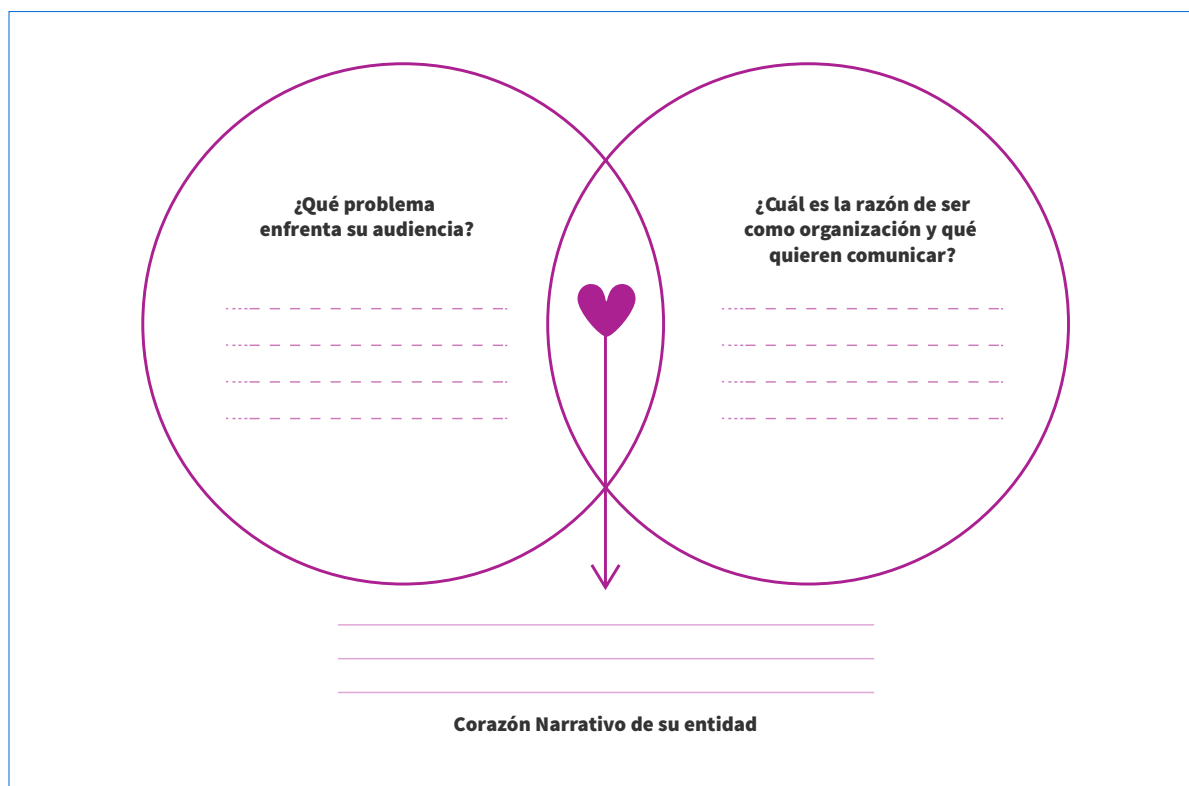


# Herramienta 1:

## *Lienzo Corazón Narrativo*



**Figura 4.** Esquema del Lienzo Corazón Narrativo



22

**Fuente:** Elaboración propia a partir del Círculo dorado de Simon Sinek, 2009; Tell, 2023.

### **¿Para qué sirve?**

Esta herramienta permite que las entidades públicas reconozcan cuál es el problema central que enfrentan sus audiencias, cómo ese problema se conecta con su razón de ser institucional y cómo pueden convertirlo en una narrativa clara, humana y significativa. Es una forma de alinear propósito, mensaje y acción.

## ¿Cómo se aplica?

Se responde a tres preguntas clave:

### 1. ¿Cuál es el problema que vive nuestra audiencia?

- No se entiende el proceso, hay confusión, hay temor, hay desconfianza, etc.

### 2. ¿Qué tiene que ver este problema con la esencia de nuestra entidad?

- ¿Cuál derecho deberíamos estar garantizando?

### 3. ¿Cuál es el corazón narrativo que podemos construir?

- Una frase o mensaje que conecte lo emocional con lo institucional: el por qué, el cómo y el para qué comunicamos.

#### Ejemplo aplicado (historia realista inspirada en el enfoque de la guía)

Una Secretaría de la Mujer identificó que muchas víctimas de violencia de género no accedían a los servicios de protección. En el taller, respondieron al lienzo así:

- **Problema:** Las mujeres sienten que denunciar no sirve, no confían en las rutas de atención.
- **Conexión con la entidad:** Somos responsables de garantizar una vida libre de violencias.
- **Corazón narrativo:** “No estás sola. Estamos aquí para cuidarte, protegerte y acompañarte paso a paso”.

Ese mensaje se convirtió en el eje de una campaña gráfica, radial y comunitaria. Al incluir el componente emocional, se fortaleció la conexión con las mujeres del territorio y aumentó el uso de los servicios.

# Herramienta 2:

## Análisis de ciudadanía y comunidades



**Figura 5.** Esquema del Análisis de ciudadanía y comunidades



**Fuente:** adaptación propia a partir de la estructura narrativa de Tell, 2023.

### ¿Para qué sirve?

Ayuda a conocer mejor a la ciudadanía y las comunidades con las que se comunica una entidad pública. Permite entender sus contextos, motivaciones, barreras y formas de percibir la información. Esta herramienta es clave para diseñar mensajes que realmente conecten con las personas y respondan a sus necesidades.

## ¿Cómo se aplica?

A partir de preguntas que construyen un perfil amplio y empático de las audiencias:

- **¿Quiénes son?** Identificar aspectos como el grupo etario, el nivel educativo, la ubicación, la pertenencia étnica o cultural y otros.
- **¿Qué les importa?** Tener en cuenta los intereses, las preocupaciones, los valores, las aspiraciones.
- **¿Qué barreras enfrentan para acceder a la información?** Establecer obstáculos por el lenguaje, la conectividad, por problemas de confianza y por lectura crítica.
- **¿Cómo prefieren recibir la información?** Definir canales, formatos, tono.
- **¿Qué relación tienen con la entidad?** Considerar aspectos como la frecuencia, la percepción, el nivel de confianza.

### Ejemplo aplicado (historia)

Una alcaldía diseñaba una guía para explicar cómo renovar el Sisbén. Inicialmente estaba pensada para subirla a la web y redes sociales. Pero, tras aplicar el análisis de audiencias, encontraron que muchas personas beneficiarias vivían en zonas rurales, sin conexión a internet y con baja escolaridad.

Decidieron producir una versión en audio, difundirla por perifoneo y hacer jornadas informativas en plazas de mercado, con lenguaje cotidiano: *“Si su familia ya está en el Sisbén, no necesita hacer nada. Si quiere saber si le toca renovar, pregunte aquí o escuche la emisora local.”*

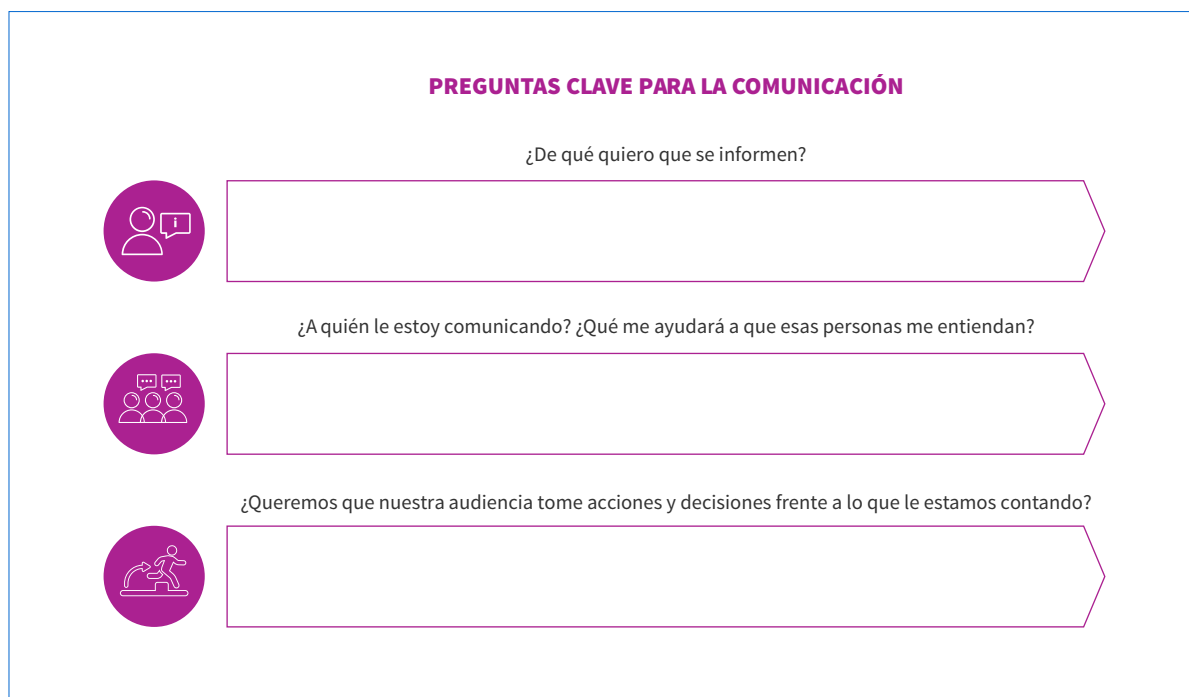
El cambio no fue solo en el canal, sino en la forma de hablar y entender a las personas. El resultado: mayor asistencia y claridad en el proceso.

# Herramienta 3:

## Lienzo de objetivos de comunicación



**Figura 6.** Esquema del Lienzo de objetivos de comunicación



**Fuente:** adaptación propia a partir de la estructura narrativa de Tell, 2023.

### ¿Para qué sirve?

Permite definir con claridad el propósito de un mensaje institucional. Ayuda a diferenciar si se busca *informar*, *hacer entender* o *motivar una acción*. Elegir el objetivo correcto es clave para tomar decisiones sobre el contenido, el tono y el canal del mensaje.

## ¿Cómo se aplica?

La herramienta se basa en tres tipos de objetivos:

### 1. Informar

- ¿Qué necesito que la ciudadanía y las comunidades sepan?
- ¿Es un dato, una noticia o una medida?

### 2. Hacer entender

- ¿Qué necesito que comprendan?
- ¿Qué contexto, causa o efecto deben captar?

### 3. Motivar una acción o decisión

- ¿Qué busco que hagan, decidan o cambien?
- ¿Qué beneficio concreto tiene para las personas?

27

La idea es elegir uno como objetivo principal, aunque los demás puedan estar presentes de forma secundaria.

#### Ejemplo aplicado (historia)

Una entidad de salud pública busca comunicar el cambio en el esquema de vacunación infantil.

- **Informar:** “Desde abril, el esquema de vacunación incluye una nueva dosis contra el virus sincitial respiratorio (VSR)”.
- **Hacer entender:** “Este virus puede causar complicaciones respiratorias graves en bebés. Por eso se incluye esta nueva dosis”.
- **Motivar acción:** “Protege a tu bebé: acércate al puesto de salud más cercano y pregunta por la nueva vacuna. Es gratuita y segura”.

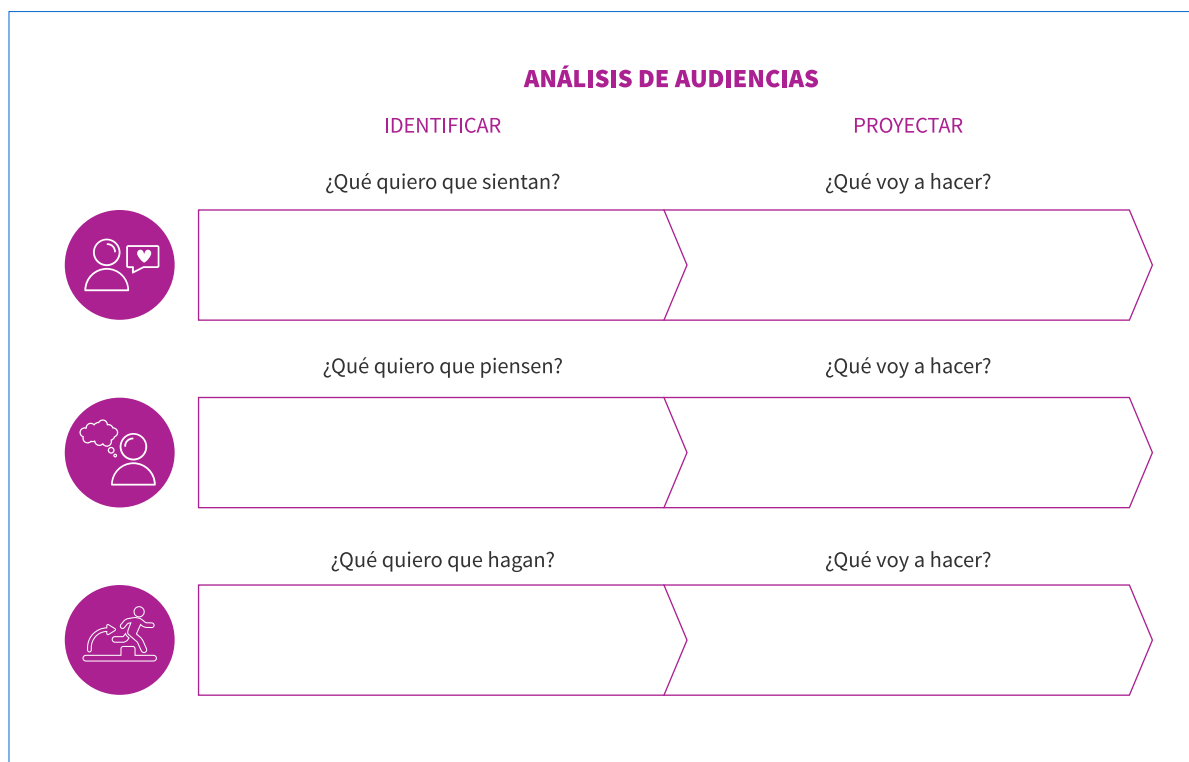
Según el canal y el público, el mensaje puede adaptarse con más énfasis en uno de estos objetivos. En una emisora comunitaria puede centrarse en la acción; en una cartilla, en la comprensión; en un boletín técnico, en la información.

# Herramienta 4:

## Lienzo logros de la comunicación



**Figura 7.** Lienzo de los Logros de la comunicación



28

**Fuente:** adaptación propia a partir de la estructura narrativa de Tell, 2023.

### ¿Para qué sirve?

Ayuda a proyectar el impacto que se espera de un mensaje. Va más allá de lo que se dice, y se pregunta: ¿qué buscamos que las personas *sientan*, *piensen* o *hagan* después de recibir esta información? Es una herramienta poderosa para diseñar mensajes más humanos, empáticos y efectivos.

## ¿Cómo se aplica?

Parte de identificar tres tipos de logros esperados:

### 1. Emocionales

- ¿Qué buscamos que sientan —confianza, tranquilidad, esperanza, urgencia, pertenencia...—?

### 2. Cognitivos

- ¿Qué buscamos que piensen o comprendan —la gravedad de un problema, su rol en una solución, el valor de una acción...—?

### 3. Conductuales

- o ¿Qué buscamos que hagan... —que acudan a un servicio, que compartan la información, que tomen una decisión...—?

Estas dimensiones se combinan para construir mensajes más completos y significativos.

29

### Ejemplo aplicado (historia)

Una gobernación quería invitar a mujeres de zonas rurales a acceder a una nueva línea de crédito productivo. Al usar el lienzo, construyó el siguiente mensaje:

- **Emocional:** “Sabemos que sacar adelante un cultivo o un taller es trabajo duro. Este crédito es para mujeres valientes como tú.”
- **Cognitivo:** “Ahora puedes acceder a un préstamo sin codeudor y con tasas preferenciales, pensado para mujeres emprendedoras del campo.”
- **Conductual:** “Infórmate en tu alcaldía o llama a esta línea. Tienes hasta el 15 de mayo para postularte.”

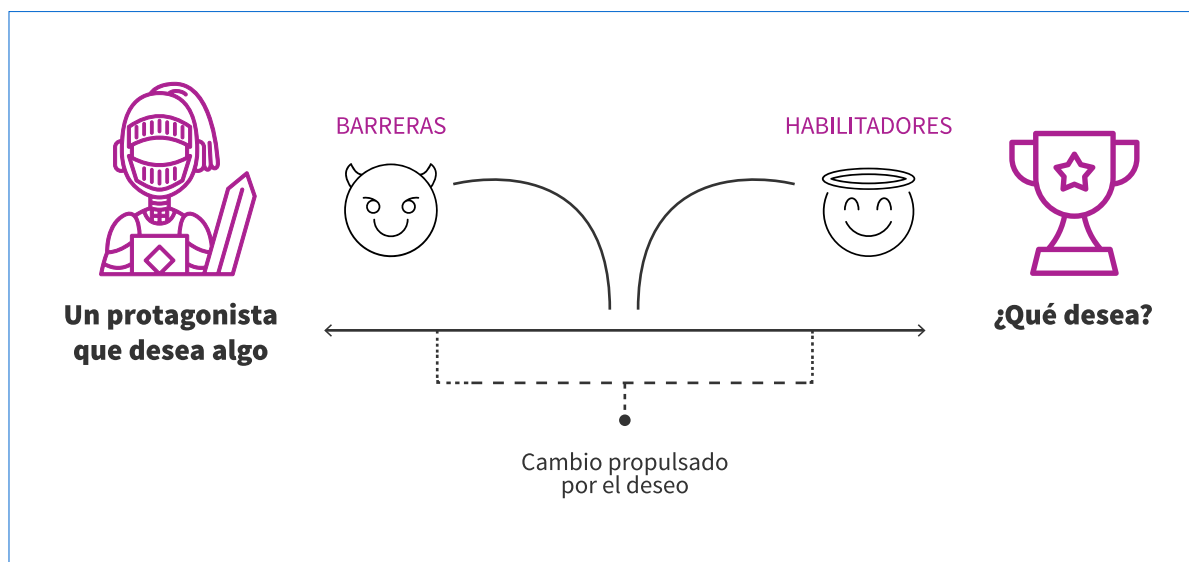
Este mensaje fue adaptado a formatos radiales, cartillas y WhatsApp, y logró aumentar significativamente la cantidad de mujeres interesadas, porque conectó con sus emociones, explicó con claridad y ofreció una acción concreta.

# Herramienta 5:

## Lienzo para estructurar una narrativa



**Figura 8.** Esquema del Lienzo para estructurar una narrativa



30

**Fuente:** adaptación propia a partir de la estructura narrativa de Tell, 2023.

### ¿Para qué sirve?

Sirve para construir mensajes con propósito, estructura y coherencia emocional. Esta herramienta ayuda a que las entidades públicas cuenten historias que no solo informen, sino que también generen sentido, cercanía y transformación. Es ideal para campañas, piezas comunicativas o presentaciones que buscan comunicar más allá del dato.

## ¿Cómo se aplica?

Este lienzo propone armar el mensaje como si fuera una minihistoria, con cuatro elementos clave:

### 1. Protagonista

- ¿A quién le está pasando algo? Puede ser una persona, una comunidad, un servidor público...

### 2. Conflicto o problema

- ¿Qué situación está afectando su bienestar, su acceso a derechos o su proyecto de vida?

### 3. Rol de la entidad

- ¿Cómo acompaña, protege, transforma, habilita o soluciona el problema?

### 4. Transformación final

- ¿Qué mejora, cambia o se recupera gracias a la acción conjunta?

31

### Ejemplo aplicado (historia estructurada)

- **Protagonista:** Ana, una mujer joven que quiere empezar su carrera universitaria, pero no sabe cómo aplicar a becas del gobierno.
- **Problema:** La información está dispersa, y muchos portales usan lenguaje técnico que no entiende.
- **Rol de la entidad:** El equipo de educación crea una guía digital en lenguaje claro, con pasos ilustrados y un *chatbot* que responde dudas.
- **Transformación:** Ana logra postularse, se siente acompañada, y ahora asesora a otras personas en su comunidad.

### Narrativa final

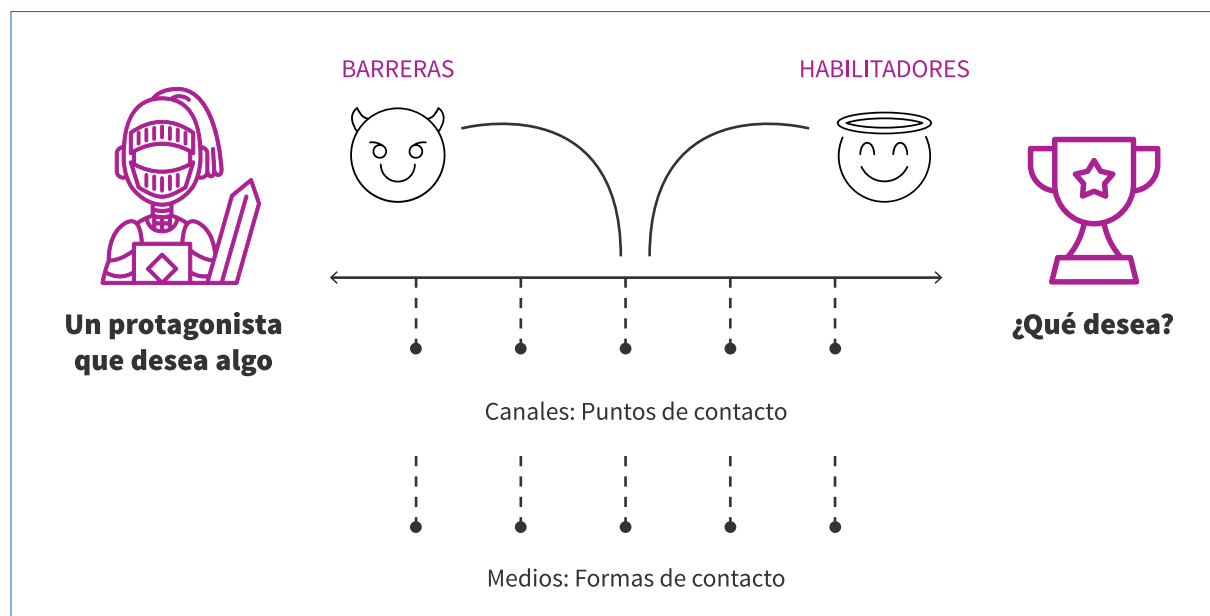
“Ana soñaba con ser ingeniera, pero la información sobre becas parecía un laberinto. Gracias a la nueva guía clara y al *chatbot* de la Secretaría de Educación, comprendió el proceso y logró postularse. Hoy es beneficiaria del programa y ayuda a otros jóvenes como ella a que accedan a oportunidades”.

# Herramienta 6:

## Lienzo de canales y medios de comunicación



**Figura 9.** Esquema del Lienzo de canales y medios de comunicación



32

**Fuente:** adaptación propia a partir de la estructura narrativa de Tell, 2023.

### ¿Para qué sirve?

Ayuda a decidir *cómo* y *dónde* se debe comunicar un mensaje, dependiendo del público, el contexto y el propósito. Elegir el canal correcto es tan importante como tener un buen mensaje: no es lo mismo hablarles a jóvenes rurales que a líderes comunitarios urbanos, ni usar una red social que una cartilla ilustrada.



**Ejemplo aplicado** (historia inspirada en experiencias reales)

Una alcaldía buscaba socializar el Plan de Desarrollo con comunidades indígenas en una zona con baja conectividad. Al aplicar el lienzo, decidieron usar:

- *Cartillas impresas en lengua propia*, ilustradas y validadas con sabedores locales.
- *Emisoras comunitarias*, con cuñas y entrevistas a líderes del territorio.
- *Encuentros presenciales*, con materiales gráficos en gran formato y espacios de diálogo colectivo.

**Resultado:**

la información llegó, se entendió y generó apropiación. No fue una rendición de cuentas “desde el centro”, sino una conversación territorializada.

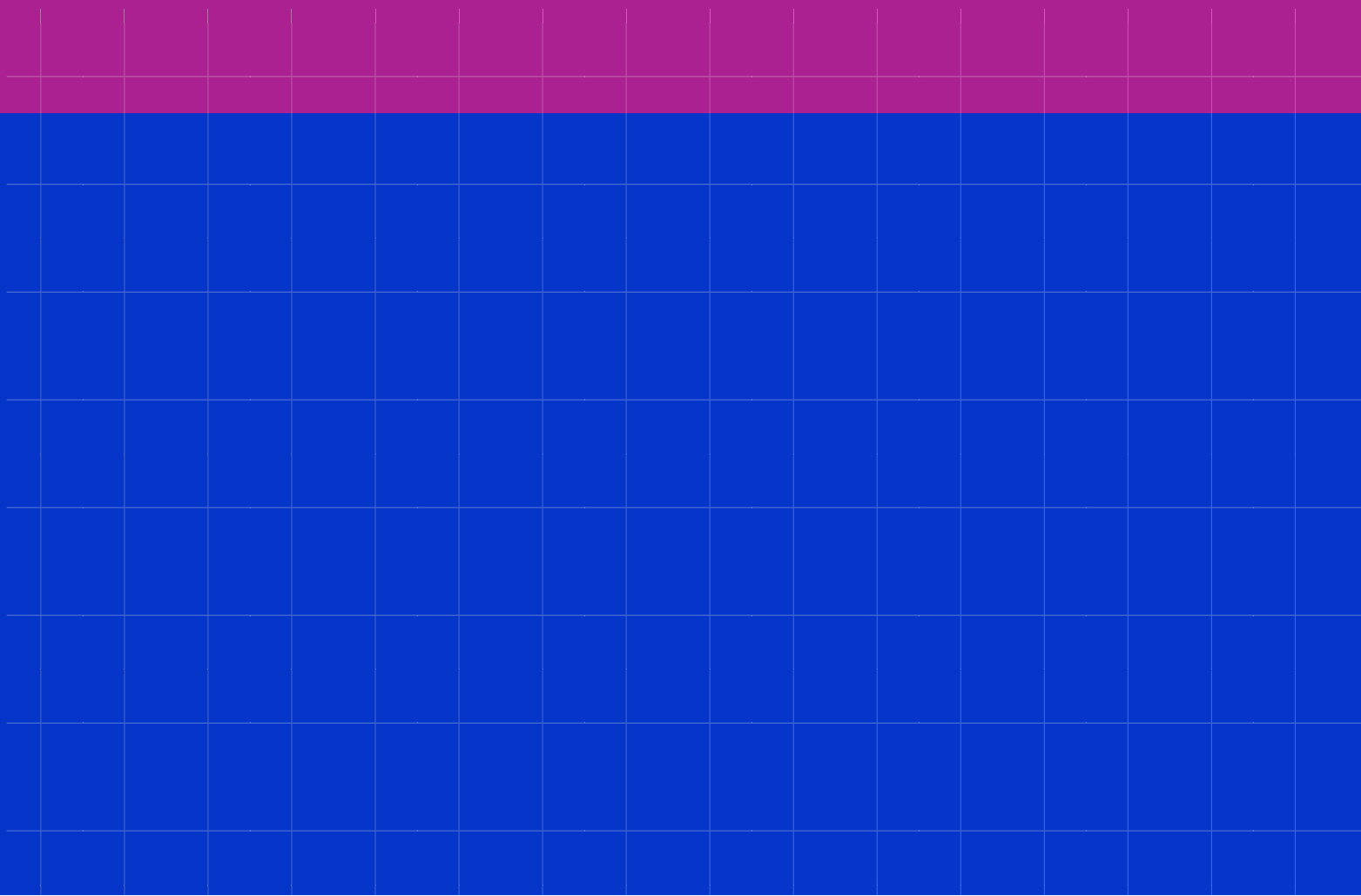
Estas herramientas no son un fin en sí mismo, sino un medio para transformar cómo se comunica desde lo público. Usarlas implica un compromiso con la empatía, la inclusión y la efectividad. Cada mensaje construido con claridad tiene el potencial de abrir puertas, fortalecer vínculos y facilitar el acceso a derechos.

La exploración práctica del lenguaje claro debe ser constante y colaborativa. Cuando las entidades se atreven a pensar distinto, a escuchar mejor y a crear desde el lugar de las personas, la comunicación se convierte en un acto de transformación democrática.

05.

# Recomendaciones Generales

+



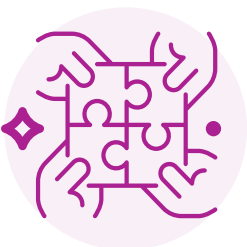
## Las siguientes recomendaciones buscan orientar a las entidades públicas en la incorporación efectiva del lenguaje claro como parte integral de su cultura institucional.

No se trata de una lista cerrada, sino de una guía flexible que puede adaptarse a las realidades misionales y territoriales de cada entidad. Estas acciones promueven una comunicación más comprensible, accesible y empática, que fortalezca la relación entre el Estado y las ciudadanía y comunidades.



### → **Hacer del lenguaje claro una política interna, no solo un proyecto puntual.**

Para que la claridad comunicativa tenga un impacto sostenible, debe incluirse en los manuales de procesos, políticas institucionales y rutinas de trabajo. Esto permite que la práctica no dependa de personas o momentos específicos, sino que sea parte estructural de la gestión pública.



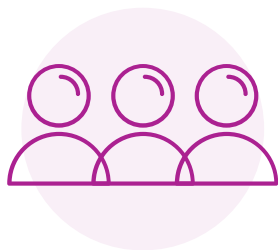
### → **Involucrar a todos los equipos:** la claridad no es solo tarea del área de comunicaciones.

Áreas jurídicas, técnicas, financieras y de servicio al ciudadano también producen mensajes clave que afectan la experiencia de las personas. Incluirlos en procesos de formación, diseño y validación asegura coherencia en toda la entidad.



### → **Formar capacidades internas en redacción clara, análisis de audiencias y diseño de mensajes.**

La implementación del lenguaje claro requiere conocimiento práctico y metodológico. Ofrecer talleres, rutas de aprendizaje o espacios colaborativos permite fortalecer al equipo institucional y construir un lenguaje compartido.



- **Escuchar a la ciudadanía y comunidades:** valida mensajes, canales y formatos con personas reales.

El lenguaje claro es un acto de empatía. Por eso, es fundamental recoger percepciones, hacer pruebas de comprensión, y adaptar los mensajes con base en las realidades culturales, lingüísticas y tecnológicas de los territorios.



- **Evaluar el impacto comunicativo:** mide no solo cuántos mensajes se emiten, sino cuántos se entienden.

Usar indicadores de comprensión, claridad o acción posterior permite saber si la estrategia está funcionando. Incorporar estas métricas en los sistemas de evaluación institucional mejora la calidad y pertinencia de la comunicación pública.



- **Adapta los lenguajes al territorio:** prioriza expresiones y formatos que respondan a las diversidades.

No existe un único modelo de comunicación efectiva. Reconocer el contexto —urbano, rural, indígena, digital, impreso— permite construir mensajes pertinentes que respeten la identidad y las condiciones del público objetivo.



- **Reconocer los logros comunicativos como parte del cumplimiento misional.**

Incorporar metas de lenguaje claro en los planes de acción y resaltar sus logros en rendiciones de cuentas ayuda a visibilizar su valor estratégico. Comunicar con claridad también es garantizar derechos y servir mejor.

06.

# Glosario de términos +

+



<b>Audiencias</b>	Personas, ciudadanía, grupos o comunidades a las que se dirige un mensaje institucional; pueden ser internas (equipos de la entidad) o externas (ciudadanía, medios, aliados).
<b>Canal de comunicación</b>	Medio a través del cual se entrega un mensaje; puede ser físico (afiche, cartilla), digital (redes, web) o directo (radio, reunión, perifoneo).
<b>Diseño centrado en las personas</b>	Enfoque que pone en el centro las experiencias, necesidades y contextos de quienes reciben la comunicación o acceden a un servicio público.
<b>Empatía institucional</b>	Capacidad de una entidad para ponerse en el lugar de las personas a las que sirve, entender sus realidades y adaptar su comunicación en consecuencia.
<b>Innovación pública</b>	Creación e inclusión de cambios significativos en los servicios del Estado, con el objetivo de fortalecer la relación democrática entre el Estado y la ciudadanía a través de la participación ciudadana, el acceso libre a la información y el diálogo social, mediante la exploración y prueba de nuevas ideas y soluciones, con un enfoque en la colaboración, la experimentación y el aprendizaje continuo, para la garantía de derechos, la transformación territorial, el cierre de brechas y la construcción de paz.
<b>Lenguaje claro</b>	Acciones, formas de comunicación, herramientas y procesos institucionales dirigidos a facilitar la comprensión de la información pública por parte de la ciudadanía y las comunidades, orientados al cumplimiento del deber del Estado de garantizar el acceso a la información, la participación ciudadana y la transparencia, para fortalecer la democracia. Permite que cualquier persona entienda fácilmente lo que una entidad busca decir, teniendo en cuenta las realidades diferenciales y territoriales e implica usar palabras comunes, ordenar la información y pensar en quién la va a recibir.

---

**Narrativa  
institucional**

Forma en que una entidad cuenta quién es, qué hace y para quién lo hace. Incluye sus mensajes clave, tono, lenguaje y coherencia con su misión

---

**Objetivo de  
comunicación**

Propósito principal de un mensaje; puede ser informar, hacer entender o motivar una acción.

---

**Participación  
ciudadana**

Derecho humano fundamental orientado a la incidencia de la ciudadanía en los asuntos públicos, políticas, económicos, ambientales y culturales que aporten al cierre de brechas, la transformación territorial y la consolidación democrática de la paz.

## 07. Bibliografía

- Arenas, G. (2021). Lenguaje Claro, movimiento internacional y el proyecto latinoamericano. En B. Perafán, *Por el derecho a comprender: lenguaje claro* (pp. 53-84). Universidad de los Andes: Siglo del Hombre Editores.
- Baena, G. (2015). El antiazar: Planeación prospectiva estratégica. En G. Baena, *Planeación prospectiva estratégica: Teorías, metodologías y buenas prácticas en América Latina* (pp. 29-53). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bejarano, D., & Bernal, J. (2021). La definición de lenguaje claro a partir de unas breves consideraciones lingüísticas. En B. Perafán, *Por el derecho a comprender: Lenguaje claro* (pp. 23-48). Universidad de los Andes: Siglo del Hombre Editores.
- Cabrero, E. (1998). Estudio introductorio. En B. Bozeman. *La gestión pública: Su situación actual*. (pp. 19-36). Fondo de Cultura Económica.
- Cunill, N. (1999). La reinención de los servicios sociales en América Latina: algunas lecciones de la experiencia. *Reforma y Democracia*, 33. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo.
- Departamento Nacional de Planeación (2023). *Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: "Colombia potencia mundial de la vida"*. DNP.
- Kahane, A. (2005). Introducción: El problema con los problemas complejos. En A. Kahane, *Cómo resolver problemas complejos: Una manera abierta de hablar, escuchar y crear nuevas realidades* (pp. 15-19). Norma.
- Kahane, A. (2005). Primera parte: Problemas complejos. En A. Kahane, *Cómo resolver problemas complejos: Una manera abierta de hablar, escuchar y crear nuevas realidades* (págs. 1-19). Norma.
- Mayorga, J. (2000). *La participación ciudadana en Nicaragua*. Fundación Nueva Generación y Fundación K. Adenauer.
- Mazzato, R. (2021). Lenguaje Claro en el siglo XXI: panorama general y propuesta de aplicación al proceso de traducción y corrección. *Revista Internacional de Lenguas Extranjeras*, 1-35.
- Parés, M., & March, H. (2012). *Guia per avaluar processos participatius*. Generalitat de Catalunya.
- Rosero, M. (2021). El lenguaje claro como herramienta para la participación e inclusión social. En B. Perafán, *Pro el derecho a comprender: lenguaje claro* (pp. 91-113). Universidad de los Andes: Siglo del Hombre Editores.
- Serra, L. (2008). La participación ciudadana: un marco conceptual. *Encuentro 2008/ Año: XL*, n° 81, 7-29.
- Velásquez, F., González, E., Martínez, M, Peña, J., Arévalo, J, y Vargas, J. (2020). *¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?* Tomo I. Fundación Foro Nacional por Colombia.



Departamento  
Nacional de Planeación



**Calle 26 No. 13-19  
Edificio ENTerritorio  
Bogotá D.C., Colombia  
Teléfono: (057+1) 381-5000**

**[www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co)**

 @DNP\_Colombia

 DNP Colombia

 @dnp\_colombia

 /departamentonacionaldeplaneacion