



La comunicación al servicio de causas sociales

12 JUL 2007



De izquierda a derecha Aarón Mena, bachiller en Comunicación con énfasis en Producción Audiovisual, Mariam Carpio, Shirley Malespín y Yesenia Salazar.

La comunicación puede ser un aliado muy importante para las Organizaciones no Gubernamentales (ONG) que requieren proyectar su imagen en distintos sectores de la sociedad, con el fin de lograr cumplir sus objetivos y de impulsar transformaciones sociales.

Así lo expresaron tres profesionales en Comunicación egresadas de la Universidad de Costa Rica, que expusieron sus experiencias en una mesa redonda convocada por la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva para analizar el tema.

Shirley Malespín Bendaña, licenciada en Relaciones Públicas y asesora en Eureka Comunicación, enfocó su intervención en las estrategias de comunicación para recaudar fondos dirigidas a empresas patrocinadoras.

Al respecto dijo que “la gestión en comunicación es indispensable para las ONG que defienden causas ambientales, sociales o culturales”, especialmente cuando se trata con posibles patrocinadores y con voluntariado.

Explicó que una estrategia para recaudar fondos es un “intercambio de beneficios”, en el que tanto las ONG como los donantes encuentran ventajoso participar en un esfuerzo común y se convierten en “aliados estratégicos”.

Malespín defendió ciertos principios que deben prevalecer en este tipo de gestiones, entre ellos la rendición detallada de cuentas, la transparencia, nunca mentir, la confianza, la humildad y saber manejar el rechazo cuando un posible patrocinador dice no.

Por su parte, la M.Sc. Yesenia Salazar Brenes, también relacionista pública y presidenta de Kerigma Comunicación, expuso el caso de una organización ambientalista que ha mejorado la comunicación interna y con sus aliados gracias a la asesoría profesional en este campo.

Además, agregó, tras mantener un perfil bajo, dicha organización logró establecer vínculos con los medios de comunicación y con líderes comunales, y así generar relaciones de confianza y cercanía.

“Las relaciones con la prensa son un elemento estratégico para las ONG”, estimó la profesional.

Respeto y sensibilidad

El respeto, la tolerancia y la sensibilidad humana son valores muy importantes que deben regir el trabajo de los profesionales en Comunicación que laboran en las ONG y en proyectos comunitarios.

La Licda. Mariam Carpio Carpio, profesional en Periodismo y en Ciencias Políticas, consultora de UNICEF y del Ministerio de Vivienda, opinó que los periodistas “deben buscar nuevos espacios laborales, más allá de los medios de comunicación”.

“Ante todo somos científicos sociales”, recordó, y como tales “debemos aprender a trabajar con las comunidades para que ellas se empoderen”, es decir, para que se apropien de sus procesos y tomen sus decisiones.

En su criterio, las organizaciones no gubernamentales son “grupos de interés que luchan por causas sociales, que ejercen presión y que tienen una visión más pluralista e inclusiva”.

Salazar coincidió con Carpio y consideró que el trabajo en comunicación desde las ONG requiere sensibilidad humana y en el que se destaquen “los rostros de los protagonistas”.

[Patricia Blanco Picado](#).

Periodista Oficina de Divulgación e Información

pblanco@cariari.ucr.ac.cr