

## **La importancia de comunicación en la acción social**

La acción social ha sido un campo transmisor de valores como lo son la solidaridad y respeto. Personas trabajando en conjunto por un bien común sin esperar nada a cambio, que al mismo tiempo son ejemplo para el resto de la sociedad. A pesar de que la acción social está fundamentada en la buena voluntad de las personas, su mayor aspiración siempre va a ser motivar más gente a que se una a su causa. Para llegar a este fin, es necesario darse a conocer, que todos sepan lo que se está haciendo y por qué.

Es aquí donde entre la comunicación y juega un papel primordial en la acción social. Toma las buenas acciones de unas pocas personas y transmite su energía y buena voluntad a otras miles. La comunicación visual se ha abierto un paso importante en los últimos años, pues es por medio de esta que un proyecto puede ser un éxito o un fracaso.

Entendiendo la comunicación en sí como un proceso para transmitir ideas, el mensaje suele categorizarse como lo más importante, y para ello el uso de la creatividad es el factor clave para que ese mensaje logre el efecto adecuado en el público. Se trata de llegar a otros posibles colaboradores y concientizar efectivamente sobre la causa.

El orden de los elementos, los colores, sus tamaños son sólo algunos de los factores que juegan en la comunicación actualmente, pues los logros de bien social ya no se pueden quedar en simples textos. Esto como parte de la era digital en la que vivimos, donde se requiere más imagen que texto.

Ejemplos de esta tendencia son las infografías, que han llegado para quedarse. Su éxito se basa en imágenes claves que se complementa con textos pequeños pero con información relevante que transmiten el mensaje muy rápida y eficazmente.

Así como comunicar nuestros logros, el posicionamiento de nuestra obra social es uno de los principales objetivos que se deben tener en cuenta a la hora de poner en marcha un plan de comunicación que utilice medios gráficos. Utilizarlo de la forma correcta puede atraer a voluntarios o incluso donadores. Organizaciones no gubernamentales mundialmente reconocidas como la Worldwide Foundation y Greenpeace invierten millones de dólares en campañas publicitarias con mensajes gráfico atractivos para llamar la atención de quienquiera que los vea. A nivel

nacional destaca el caso de Territorio Zaguates de hace unos años cuando buscaban el apoyo popular para la aprobación de la ley contra el maltrato animal. Con fotos sumamente fuertes sobre animales maltratados, consiguieron la reacción de miles de personas e hicieron viral la causa, al punto de organizar marchas hasta que la Asamblea aprobó la ley.

Aún así, no sólo tener una campaña gráfica es importante. Como se mencionó anteriormente el posicionamiento de la acción social también es relevante. Hacer esfuerzo a nivel de relaciones públicas para que los medios y personas de interés hablen y se identifiquen con el movimiento, es crucial para encontrar la empatía de posibles donadores y voluntarios. El mejor ejemplo de esto es la UNICEF, quien busca en artistas famosos como Shakira, Lionel Messi y David Beckham figuras que sean portadores de sus mensajes. La gran influencia que tienen como figuras públicas hace que sea más fácil llegar a la audiencia meta, y al mismo tiempo, hacen que la organización o causa se haga viral de una manera natural, “de boca en boca”.

Estimular los sentidos a través de canales de comunicación como los antes mencionados es la clave para llegar a tener una gestión de la causa social eficiente y efectiva. La comunicación es el método por el cual la acción social puede llegar a tener un impacto real y exponenciado. Es importante que vayan de la mano y nunca dejarla de lado.