

*SENSIBILIZAR A LA SOCIEDAD SOBRE LOS PRINCIPIOS Y VALORES DE CRUZ ROJA PARA TRANSMITIR EL COMPROMISO INSTITUCIONAL CON LAS PERSONAS MÁS VULNERABLES*

**Asamblea General**



**DIFUSIÓN DE LOS  
PRINCIPIOS Y VALORES  
EN LA ACCIÓN DE  
CRUZ ROJA**

## 1. Introducción.

Para poder actuar debemos diseñar una estrategia y dicha estrategia puede ser muy valiosa si somos capaces de hacer una reflexión sobre qué está pasando en estos momentos en el mundo y cuáles son las tendencias mundiales que se manifiestan actualmente. Las últimas décadas pasarán a la historia por haberse experimentado enormes avances en la ciencia, la medicina y las nuevas tecnologías que han impulsado la mundialización y globalización, fenómenos que ofrecen grandes oportunidades para la difusión de los principios humanitarios que promueve Cruz Roja pero que, al mismo tiempo, entrañan riesgos como la contaminación, las grandes desigualdades sociales, el crecimiento de la población mundial, y la pobreza no hace más que acentuar la exclusión social de las personas más desfavorecidas.

Estos avances han modificado los sistemas de producción, la organización del trabajo e incluso los modelos organizativos de empresas y entidades. Han modificado nuestro modo de vivir y de actuar, de relacionarnos y de trabajar lo que ha generado sociedades basadas en la apertura, la tolerancia y la libertad. Pero esas mismas herramientas que nos facilitan la comunicación pueden agrandar las brechas entre quienes tienen acceso a las tecnologías y los que no. No debemos olvidar que menos del uno por ciento de la población en África, por ejemplo, *tienen conexión a internet* y casi la mitad de la población del mundo nunca ha recibido una llamada telefónica lo que no hace más que agrandar la exclusión de los grupos vulnerables.

El horizonte ideal de futuro pasa por que el potencial que proporcionan las nuevas condiciones sociales y tecnológicas se ponga al servicio del desarrollo humano. Desde este planteamiento, Cruz Roja Española se propone utilizar estos medios para difundir los valores humanitarios y de solidaridad que conforman la esencia de la institución, utilizando estrategias y acciones para incidir en las actitudes y valores sociales que favorecen la convivencia y la integración social.

La promoción de los valores humanitarios y de la solidaridad a través de la comunicación, utilizando sus estrategias y acciones para incidir en las actitudes y valores sociales, revertirá en la mejora de las condiciones de vida de los colectivos más desfavorecidos. La sensibilización y la educación para el desarrollo concentrados en movilizar a la sociedad y en influir en la toma de decisiones públicas ayudará, sin duda, a los colectivos vulnerables.

La comunicación y los procesos de sensibilización interna pueden además ayudar a encontrar una vía de influencia en los medios a través de un mensaje homogéneo y cercano -elaborado a partir de un trabajo coordinado- gracias a lo cual el beneficio repercute en la propia actividad, imagen, identificación de los miembros y gestión de recursos. Esta unidad en la imagen se refleja en un mensaje de transparencia de cara a todo el gran potencial humano de Cruz Roja.

La sensibilización debe enfocarse tanto a movilizar a la sociedad en general como a influir en los responsables de la toma de decisiones dentro de las áreas en las que Cruz Roja trabaja y ayudar a los colectivos vulnerables. Para ello, hay que involucrar a los medios de comunicación y comprometerles a que tengan en cuenta en sus agendas las necesidades de millones de personas vulnerables en el mundo. Y es precisamente porque esto se considera una prioridad por lo que Naciones Unidas ha lanzado el "Pacto Mundial de Medios de Comunicación" para difundir desafíos de desarrollo en países pobres. Desde Naciones Unidas se exhorta a editores y propietarios de periódicos a publicar artículos que llamen la atención sobre problemas como la pobreza, las enfermedades y el hambre en los países menos desarrollados.

No cabe duda de que los medios de comunicación consideran a Cruz Roja como una fuente digna de confianza sobre temas a tratar, imágenes a difundir o sobre lo que está pasando en el planeta, y por otro lado, nuestro propio interés en recurrir a los medios para difundir mensajes o abogar por una causa, o servir de portavoz de quienes no tienen los medios de hacerse escuchar. Pero no cabe duda de que constituyen una palanca de comunicación indispensable para alcanzar ciertos objetivos, como donantes privados, la sociedad en general o socios potenciales.

El fomento de cambios de actitud en las personas puede marcar una diferencia real en el futuro común. Se ha realizado una importante labor enfocada a la promoción de los derechos humanos, la participación social, la Paz y los valores solidarios, en especial a través de una acción de Educación al Desarrollo activa, reflexiva, dinámica y participativa.

Cruz Roja comparte una misma estrategia internacional, aprobada y consolidada por el Movimiento Internacional:

- XXVIII Conferencia Internacional de la CR y MLR, diciembre de 2003 (Resolución 1): *"Programa de Acción Humanitaria"*
- Consejo de Delegados, noviembre 2005. Resoluciones 1, 2 y 3 instando, respectivamente, a las Sociedades Nacionales a: Difundir las normas consuetudinarias del Derecho Internacional Humanitario, Sensibilizar a los Gobiernos y sociedad civil sobre los efectos dañinos que provoca el uso de ciertas armas, promover el respeto a la diversidad y la no discriminación, a través de la difusión de los Principios Fundamentales y del Derecho Internacional Humanitario
- Estrategia 2010 de la Federación Internacional de la Cruz Roja y Media Luna Roja: *Promoción de los Principios Fundamentales y los valores humanitarios del Movimiento.*
- Estatutos de Cruz Roja Española: La difusión y enseñanza del DIH y de los Derechos Humanos como fines u objetivos de la Cruz Roja Española.

Cruz Roja debe de estar a la altura de este desafío como una de las redes humanitarias más importantes y con mayor potencial para acometer esta tarea y promover los cambios de actitudes planteados; al mismo tiempo Cruz Roja debe dar ejemplo y testimonio de estos valores, que constituyen uno de los mejores mecanismos de convicción y educación, tanto en su actuación institucional como en las actuaciones individuales de las personas que la forman. con ello, se pretende dotar de un componente ideológico, sobre los principios y valores de la Cruz Roja, a todos nuestros proyectos, promover la difusión y defensa de los valores individuales y comunitarios que fomentan el respeto de los seres humanos y la disposición para colaborar y encontrar soluciones a los problemas sociales, sensibilizar a los organismos públicos y privados, intentando influir en el debate y en el comportamiento de la comunidad y transmitiendo un mensaje coherente con nuestros principios y valores, así como proyectando una única imagen institucional, tanto a través del establecimiento de una red territorial de comunicación como de

una red territorial de promotores de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario.

Por ello es necesaria la presencia constante en los medios de comunicación informando de las actividades llevadas a cabo y fomentando la notoriedad de nuestra marca.

## 2. Análisis del entorno.

Ha terminado el tiempo de la benevolencia con las ONG. Ahora se les exige transparencia en sus recursos y sus fines. La histórica y fuerte implantación de Cruz Roja es una de sus fortalezas respecto a otras ONG, tiene más experiencia y un mayor abanico de actividades. Sin embargo, en el campo de la sensibilización puede encontrarse con una gran competencia, ya que la sociedad está reclamando un mensaje diferenciado.

El concepto de sensibilización está recibiendo una renovada atención. El Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja ha tenido un compromiso histórico en la promoción de los principios y valores humanitarios. Las múltiples y constantes gestiones realizadas por el Movimiento son generalmente de índole privada en vez de pública, ya que así se ejerce una presión más efectiva sobre las esferas políticas o sociales. Hoy, la nueva dimensión de la sensibilización reconoce el importante papel que desempeña la Cruz Roja y la Media Luna Roja en la expresión, promoción y defensa de las necesidades de los más vulnerables.

La proliferación de conflictos y violaciones de las normas humanitarias es cada vez más flagrante. El orden internacional fundado al terminar la segunda guerra mundial y regido por Naciones Unidas parece no tener validez actual tras los acontecimientos del 11 de septiembre, lo que implica un retroceso importante en el desarrollo y cumplimiento del derecho internacional.

En la era de la globalización, la terrible realidad social es que los ricos son cada día menos numerosos pero más ricos, y los pobres cada vez más numerosos y mucho más pobres. La extrema desigualdad creciente produce movimientos sociales, guerras y mayor pobreza.

La pérdida de bienes y la violencia que sufren los países del sur fuerzan a huir a miles de jóvenes a las regiones desarrolladas y en paz. España, por su posición geográfica, es puerto de entrada de numerosos inmigrantes que transforman esta sociedad en una pluralidad de culturas.

Las estadísticas demuestran un progresivo envejecimiento de la población en el planeta, sobre todo en países desarrollados. La pérdida de las tradiciones y las relaciones sociales aumentan su aislamiento social y la marginación. También la edad está siendo un factor de discriminación. El virus del VIH/SIDA, ha pasado a ser la cuarta causa de mortalidad en todo el mundo. El estigma asociado al SIDA es uno de los principales motivos de su propagación y las personas que viven con SIDA son activamente discriminadas.

El debate de la "*sociedad de la información*" está dejando de girar en torno a las novedades tecnológicas de la comunicación y la información para pasar a cómo se están utilizando para promover el desarrollo de nuestra sociedad en el contexto de la globalización, el derecho de las personas a la comunicación y a la autoría de los procesos comunicativos en los que participan; el

paso de receptores pasivos de contenidos dictados desde los grandes grupos mediáticos a una capacidad crítica y de opinión.

Las ONG, y la sociedad civil a través de ellas, constituyen un importante factor de sensibilización y promoción de cambios sociales y de influencia sobre los poderes públicos. Actualmente, los ciudadanos cada vez demandan más la transparencia en la gestión de los recursos lo que necesariamente implica que haya una buena estrategia de comunicación orientada a la captación de fondos pero también a dar cuenta de la utilización de los mismos a través de mensajes en función del público al que nos dirigimos y seleccionando herramientas que nos permitan obtener los resultados deseados.

La sensibilización debe servir para que Cruz Roja se perciba como promotora de cambios sociales que den lugar a una sociedad más justa y solidaria y, por tanto, su puesta en marcha debe concebirse tanto hacia sus públicos internos como externos con el objetivo de que la población tenga un mayor conocimiento de las actividades y ello implique un acercamiento a la Institución.

### 3. Análisis institucional.

#### 3.1. Debilidades.

- Ausencia de Responsables de Comunicación en los diferentes ámbitos territoriales y de la profesionalización de sus funciones.
- Carencia de nombramiento de portavoces autorizados para los diferentes ámbitos de intervención y su formación correspondiente.
- Carencia de una base documental compartida de material gráfico y audiovisual actualizado.
- Falta de líneas conjuntas de actuación para situaciones de comunicación en crisis.
- Falta de un Plan de Comunicación Interna que permita la coordinación de acciones entre los distintos departamentos y ámbitos territoriales.
- Falta de atención por parte de algunos ámbitos territoriales de Cruz Roja hacia sus medios de comunicación provinciales, regionales y locales.
- Falta de desarrollos formativos y escasez de recursos para la difusión y sensibilización de los Principios y Valores Humanitarios.
- Excesivo nivel de rotación entre los responsables del Proyecto de Promotores de Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario.

- Desigual nivel de desarrollo del Proyecto en los distintos ámbitos territoriales.
- Una excesiva burocratización de la Institución.
- Falta de valoración de conciencia sobre la importancia del conocimiento, estudio y aplicación de nuestros Principios y valores, así como sobre la Institución en general.

### **3.2.** Amenazas.

---

- Alta profesionalización en el ámbito de la comunicación en el Tercer Sector, entidades bancarias instituciones y empresas,
- Excesiva dependencia de Fondos externos para llevar a cabo campañas y acciones de sensibilización y advocacy.
- Aumento de las críticas y el escepticismo en los medios de comunicación hacia las ONG.
- Los medios priorizan la cobertura de emergencias mediáticas frente a crisis olvidadas y hacia los ámbitos de acción social.
- Falta de profesionales especializados en los medios sobre las ONG.
- Falta de posicionamiento institucional sobre diferentes ámbitos de interés nacional e internacional dirigidos a distintos Públicos Objetivos.
- Falta de apoyo público a aquellas actuaciones dirigidas a la sensibilización y promoción de valores.
- Erosión generalizada de las normas humanitarias a nivel internacional.
- Cuestionamiento en determinados sectores sobre la aplicabilidad y vigencia del Derecho Internacional Humanitario.

### **3.3.** Fortalezas

---

- Imagen de marca nacional e internacional consolidada por parte de la sociedad.
- Confianza y credibilidad en Cruz Roja por parte de la sociedad.
- Alianzas estratégicas con medios de comunicación nacionales y regionales.
- Aproximación entre la acción global y la local de la institución.

- Red humanitaria con implantación en 187 países y presencia nacional en más de 900 comités territoriales lo que hace que exista una inmediatez en la respuesta humanitaria ante cualquier situación y en cualquier lugar.
- Red de voluntarios como catalizadores de las acciones de comunicación y la transmisión de Principios y Valores Institucionales.
- Transparencia en la información y en la acción de acuerdo con nuestros Principios y Valores.
- Disponer de un Centro de DIH de reconocido prestigio.
- Cruz Roja como referente informativo para los medios de comunicación.
- Implicación cada vez mayor de la red territorial en la necesidad de comunicar.
- Cruz Roja como entidad referente en el estudio, desarrollo y promoción del DIH, tanto a nivel nacional como internacional.

### **3.4.** Oportunidades.

---

- Diversidad de escenarios en los que se desarrolla el trabajo humanitario.
- Difusión de Campañas de Comunicación y sensibilización Internacionales de la Federación y del CICR.
- Demanda de información por parte de los Medios de Comunicación en cuestiones humanitarias.
- Nuevos canales de comunicación que permiten llegar más rápido y con mayor calidad a los diferentes Públicos Objetivos.
- Nuevos Pactos Mundiales para erradicar la pobreza y mejorar la vida de las personas más vulnerables.
- Implantación y consolidación de Plataformas, consorcios y redes de intervención social y humanitaria.
- Celebración de Foros y Cumbres nacionales e internacionales que demandan nuestra presencia.
- Incrementar los convenios de colaboración con los MCS a nivel nacional y territorial.
- Presencia de CRJ como vehículo de transmisión social y de sensibilización.

- Disponer de Convenios de Colaboración para la Difusión del Derecho Internacional Humanitario con las principales Universidades españolas, con el Ministerio de Defensa y con el Ministerio del Interior.
- Creación de la Comisión Española para la aplicación del Derecho Internacional Humanitario, en la que Cruz Roja contará con una representación, integrada, entre otros, por los Ministerios de Educación, Sanidad, Cultura, Justicia, Defensa e Interior, cuya tarea consistirá en la difusión, promoción, desarrollo y enseñanza del DIH, así como en el asesoramiento al Gobierno en esta materia.
- Creciente competencia del tejido asociativo en materia de formación, estudio y sensibilización de principios y valores humanitarios, en particular de los derechos humanos.
- Disponer de voluntariado especializado en DIH y Derechos Humanos.
- Cruz Roja como entidad referente y de reconocido prestigio en el estudio, desarrollo y promoción del DIH, tanto a nivel nacional como internacional.

#### **4. Estrategias general para el periodo 2007-2011.**

##### **4.1. Línea estratégica**

- “Sensibilizar a la sociedad sobre los Principios y Valores de Cruz Roja para transmitir el compromiso institucional con las personas más vulnerables”.

##### **4.2. Objetivos generales.**

Para cumplimiento de este objetivo se establecen los siguientes objetivos generales.

- 4.2.1. Reforzar e impulsar el desarrollo y establecimiento de mecanismos para la formación y difusión de los Derechos Humanos, el Derecho Internacional Humanitario y los Principios Fundamentales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, tanto en el ámbito interno de la Institución, como a través de acciones de sensibilización dirigidas a la sociedad, reforzando el compromiso y el sentimiento de pertenencia y solidaridad de todos los miembros de la Institución.
- 4.2.2. Potenciar una política estratégica de comunicación que integre a los diferentes ámbitos territoriales y que permita la permeabilización en la sociedad transmitiendo mensajes coherentes que cumplan los objetivos previstos en la Asamblea General.



### 4.3. Objetivos específicos

#### **Del Objetivo General 4.2.1.**

- Impulsar la formación interna y externa en materia de Derechos Humanos, Derecho Internacional Humanitario y los Principios Fundamentales de la Cruz Roja y Media Luna Roja.
- Promover a Cruz Roja como mediador de los colectivos vulnerables y la defensa de sus derechos a través de la sensibilización social y la educación para el Desarrollo, los Derechos Humanos y la Paz.
- Sensibilizar a la sociedad, a los medios de comunicación y a las instituciones públicas y privadas para lograr su adhesión a la Institución a través de la difusión de los Principios humanitarios y del Derecho Internacional Humanitario, sobre los que se asienta la filosofía de Cruz Roja.
- Fortalecer las relaciones y la cooperación con otros miembros del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en materia de comunicación y difusión de valores.
- Reforzar el papel de los miembros de la Institución como transmisores de valores y principios en la acción de Cruz Roja y como transmisores de la actividad que realizan dentro de la Institución.
- Evaluar el proceso de implantación de objetivos en cada ámbito territorial.
- Consolidar la figura del Promotor y referente de Principios y Valores.
- Desarrollo de materiales didácticos y campañas de sensibilización dirigidos a difundir y transmitir los principios y valores, los derechos humanos y el DIH.
- Dotar de una partida presupuestaria en todos los ámbitos territoriales, destinada a la sensibilización y a la difusión de los Principios y Valores en la acción de Cruz Roja.

#### **Del Objetivo General 4.2.2.**

- Reforzar los departamentos de Comunicación en todos los ámbitos territoriales creando la figura de un referente de comunicación.
- Dotar de una partida presupuestaria en todos los ámbitos territoriales, destinada a la Comunicación.

- Elaborar planes operativos anuales por áreas de intervención Promover la correcta utilización de los símbolos que configuran la imagen institucional (vestuario, señalización de sedes, publicaciones, etc..) como elemento indispensable para vincular nuestra actividad a la identificación por el público en general.
- Implementar la Guía de estilo para publicidad y publicaciones internas para unificar la imagen y den coherencia a los mensajes corporativos, sea cuál sea el área que los origine, para garantizar la máxima eficacia y eficiencia posibles.
- Reafirmar la imagen de Cruz Roja, como una organización dinámica, plural, moderna y transparente en el uso y gestión de los recursos recibidos.
- Potenciar la investigación y editar estudios sobre distintos temas sociales de actualidad que nos permitan situarnos como líderes de opinión.
- Creación de una Unidad de Comunicación en Emergencias (UCE) que facilite la información interna y externa y sea un canal de comunicación para la sociedad.
- Potenciar, tanto interna como externamente, el uso de las nuevas tecnologías como medio para la transmisión de la información y divulgación de nuestras actividades en los diferentes ámbitos territoriales.
- Lograr más presencia en los diferentes medios de comunicación y una mejora en la calidad de los contenidos, así como en la gestión de la Comunicación.
- Incrementar la información sobre la actividad del mundo local a través de las separatas autonómicas de la revista "Cruz Roja".