

**T**ransmitir el compromiso con los colectivos más vulnerables, defensa de sus derechos y promoción de los valores solidarios, potenciando el reconocimiento de la sociedad hacia la acción voluntaria

**56. Implantar y potenciar una política de comunicación institucional que integre a los diferentes ámbitos territoriales, en torno a: socios y voluntarios, colectivos vulnerables y actividad internacional**

**56.1. Diseñar un Plan de Comunicación Anual que permita planificar acciones estratégicas, seleccionar mensajes y unificar criterios**

- Facilitando a los socios de la Institución información puntual sobre las actividades que se desarrollen para hacerles sentir parte integrante de la Institución.
- Estableciendo y difundiendo entre los voluntarios pautas de relación con los medios de comunicación.
- Elaborando una Guía de Imagen Institucional que defina las normas a seguir en cuanto a la utilización de la imagen externa (rotulación de vehículos, tiendas de campaña, equipamiento de voluntarios...) e interna de la Institución (papelería, directorios, logotipo, etc...)
- Estableciendo procedimientos de coordinación entre los responsables de comunicación en el ámbito territorial que permitan el desarrollo del Plan Anual de Comunicación.
- Creando sistemas de seguimiento y evaluación de las campañas y acciones de comunicación.
- Apoyando las acciones de recaudación de fondos.
- Intensificando las líneas de consulta y de contratación de profesionales como apoyo a la elaboración de criterios en materia de comunicación, imagen y publicidad.

Transmitir el compromiso con los colectivos más vulnerables, defensa de sus derechos y promoción de los valores solidarios, potenciando el reconocimiento de la sociedad hacia la acción voluntaria

#### **56.2. Definir sistemas que permitan un mayor conocimiento por parte de la opinión pública de las actividades de Cruz Roja Española**

- Generalizando la figura del responsable de comunicación en el ámbito territorial siendo el interlocutor habitual ante los medios de comunicación social.
- Creando la figura del portavoz institucional en el ámbito territorial que además de representar al Presidente pueda transmitir mensajes cohesionados.
- Organizando cursos de formación para responsables de comunicación y para portavoces que les proporcionen las herramientas y pautas necesarias para relacionarse con los medios de comunicación social.

#### **56.3. Fomentar las relaciones entre los responsables de comunicación de Cruz Roja Española y del Movimiento Internacional de Cruz Roja y de la Media Luna Roja**

- Firmando acuerdos de intercambio de personal y colaboración entre Cruz Roja Española, la Federación Internacional y el Comité Internacional de la Cruz Roja.
- Asistiendo a foros de comunicación nacionales e internacionales que permitan el intercambio de experiencias y el conocimiento de otras Sociedades Nacionales.
- Contribuyendo a la puesta en marcha de proyectos de comunicación de otras Sociedades Nacionales.
- Fomentando la difusión en los medios de comunicación social de los proyectos de cooperación para el desarrollo.

#### **56.4. Acercar a los ciudadanos, a través de los medios de comunicación, las actividades de Cruz Roja Española**

- Mostrando la dimensión real de la actividad mediante la emisión de mensajes que respondan a la estrategia de comunicación marcada.
- Contribuyendo a incrementar en los ciudadanos una mayor sensibilidad hacia los problemas sociales, desarrollando un espíritu de respuesta solidaria, que nos permita seguir actuando en defensa de los colectivos vulnerables.
- Optimizando la difusión de la información estableciendo protocolos rápidos y eficaces entre el Movimiento Internacional, la Sociedad Nacional y los ámbitos territoriales.
- Puesta en marcha de nuevas tecnologías de telecomunicaciones (paginas web, etc. ) que faciliten información actualizada atendiendo a las necesidades de los medios de comunicación social.

Transmitir el compromiso con los colectivos más vulnerables, defensa de sus derechos y promoción de los valores solidarios, potenciando el reconocimiento de la sociedad hacia la acción voluntaria

#### **56.5. Canalizar la información a través de los departamentos de comunicación para poder hacer frente a noticias que puedan dañar la imagen de Cruz Roja Española**

- Diseñando pre-campañas de comunicación que eviten la desinformación.
- Organizando un gabinete de crisis que gestione la situación si ésta se produce.
- Unificando los mensajes a través del portavoz, para evitar posibles distorsiones de la realidad y fuentes no autorizadas.
- Instrumentando un sistema de comunicación interna eficaz que permita una reacción conjunta e inmediata.

#### **56.6. Difundir los Principios Fundamentales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja**

- Incluyendo en la comunicación interna y externa la difusión y comprensión de los Principios Fundamentales.

#### **57. Incrementar la presencia en los medios de comunicación social de las actuaciones llevadas a cabo con los colectivos más vulnerables**

##### **57.1. Elaborar mensajes institucionales dirigidos tanto a la población en general como hacia los socios y los voluntarios**

- Aumentando la presencia de la Institución en los medios creadores de opinión, a través de apariciones en series de televisión, artículos de opinión, revistas especializadas y campañas de sensibilización.

##### **57.2. Proyectar en la opinión pública una imagen de transparencia tanto en el desarrollo de la actividad como en la gestión de los recursos**

- Informando a la opinión pública de la gestión de los recursos obtenidos en campañas de captación de fondos.
- Transformando la experiencia que poseen los voluntarios y delegados en eficaz vehículo de información a la opinión pública.

##### **57.3. Potenciar el papel de la revista como medio de conexión con los socios y voluntarios**

Potenciar las capacidades de las personas y grupos sociales más vulnerables en su vida cotidiana, favoreciendo su autonomía personal y de grupo y su plena integración

- Incrementando la participación activa de los diferentes ámbitos territoriales en la elaboración de la revista.
- Intensificando su distribución en otras instituciones, fundaciones, organismos y ONG.
- Potenciando la distribución masiva de la dirección electrónica de la página web.
- Elaborando un boletín electrónico semanal que se distribuya a través de la red.

**57.4. Sensibilizar a la opinión pública de las actividades más actuales sin permitir que se olviden aquellas necesidades que permanecen más en el tiempo**

- Llamando la atención de los medios de comunicación social sobre los aspectos de menor actualidad.
- Reeditando libros e informes para devolver actualidad a conflictos o problemáticas olvidadas.
- Firmando acuerdos con cadenas de televisión para elaborar documentales al respecto.

**57.5. Desarrollar nuevas formulas de captación de socios y voluntarios con propuestas especializadas**

- Implantando una política de fidelización hacia los socios a través del lanzamiento de campañas segmentadas y puntuales de comunicación.
- Involucrando al voluntario en la tarea de difundir la actividad y captación de nuevos voluntarios.