

COMUNICACIÓN E IMAGEN



- Campañas Institucionales
- Campañas de recaudación de fondos
- Campañas de sensibilización nacionales
- Acciones en coordinación con otras ONG
- Campañas de sensibilización internacionales
- Campañas de emergencia
- Colaboraciones habituales con los medios
- Otras acciones
- Revista "Cruz Roja"



El comienzo del año 2002 quedó marcado en los medios de comunicación por los sucesos del 11 de septiembre. La sociedad y los medios se sintieron interesados por el orden mundial, el derecho internacional humanitario y los derechos humanos y reclamaban una respuesta de índole humanitaria.

En el mundo de la comunicación la repercusión no se ha hecho esperar. 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 mundialización.

Las organizaciones humanitarias, 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.

Internet ha sido la plataforma desde la que muchas campañas solidarias, convocatorias e informes han llegado a la población. Ha surgido la sociedad de la información pero debe crecer en equilibrio, teniendo en cuenta todas las culturas y capacidades de acceso a ella. El derecho a la comunicación es un elemento imprescindible para el desarrollo, no porque éste resuelva problemas sino porque puede ayudar a encontrar soluciones.

Desde esta perspectiva, cada vez cobra más importancia comunicar los Principios y Valores humanitarios de Cruz Roja a partir de un mensaje único y claramente expresado. Ello significa hacer una labor de sensibilización y afianzar la actitud de Cruz Roja Española respecto a las personas más vulnerables, actividad internacional, voluntarios y socios.

La presencia viva de Cruz Roja en la sociedad y en su actividad diaria con los más vulnerables, evitando el sufrimiento y promoviendo su dignidad, significa procurar un marco de referencia para toda la población. Comunicar estos Principios supone implicar a la sociedad en una respuesta activa en defensa de los colectivos más desfavorecidos, contribuyendo al tiempo a consolidar a Cruz Roja Española como la institución humanitaria de referencia.



Campañas Institucionales

Bajo el lema **“Paz, Tolerancia y Solidaridad: La fuerza de la humanidad”**, se celebró el 8 de mayo en Las Palmas de Gran Canaria el Día Mundial de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. El Rey Don Juan Carlos entregó las 14 medallas de la Cruz Roja a personas y entidades que destacaron por su labor humanitaria y social. Coincidiendo con esta conmemoración se lanzó la Campaña contra el estigma y la discriminación que sufren más de 40 millones de personas que viven con VIH/SIDA en todo el mundo.



Campañas de recaudación de fondos

Gran Premio del Sorteo del Oro

Se celebró el 19 de julio en Salamanca, bajo el lema: **Vuelve la fiebre del Oro “Participa: Con tu colaboración ayudamos a muchas personas”**

Sorteos Especial y Extraordinario de Lotería Nacional a favor de Cruz Roja Española

Se celebraron el 27 de abril en Madrid y el 26 de octubre en Ávila con el slogan **“La suerte eres tu, participa”**. El objetivo de ambos sorteos fue dar a conocer el trabajo que realiza la Institución con el colectivo de personas mayores.



Campañas de sensibilización nacional

“Prevenir es vivir”

Bajo este lema, durante el año 2002 se continuó la difusión de la campaña de prevención y sensibilización iniciada en el año 2000, reforzándola ante grandes desplazamientos de población, como Semana Santa, verano y Navidad. Su objetivo es difundir un conjunto de pautas de actuación dirigidas a todos los ciudadanos, para dotarles de conocimientos básicos que les permitan socorrer a los accidentados.

“Este verano quíete mucho”

Bajo este lema, y con la colaboración de los laboratorios ISDIN se lanzó la campaña de prevención de los riesgos estivales, quemaduras, insolaciones, cortes de digestión o accidentes que se puedan producir en playas y piscinas. Se editaron 75.000 guías y 10.000 carteles con consejos e información

Alimentos para la Solidaridad

Desde hace 16 años, la Institución distribuye gratuitamente los excedentes alimentarios de la Unión Europea entre los colectivos vulnerables.

Acciones en coordinación con otras ONG

IRPF 2002

En coordinación con las ONG de la Plataforma de Acción Social, se reforzó la campaña de concienciación dirigida a los contribuyentes con el objetivo de que marquen la casilla “finés de interés social”, ya que con su contribución se subvencionan más de 800 programas que las ONG llevan a cabo en beneficio de los colectivos desfavorecidos. El lema de la campaña, al igual que el año anterior, fue: **“Declara tu solidaridad, no te cuesta nada”**.

II Foro Mundial de ONG sobre Envejecimiento

Celebrado en Madrid del 5 al 9 de abril, fue el escenario de debate sobre el cambio que hay que provocar en las nuevas políticas dirigidas a dar cobertura a las necesidades de las personas mayores y se instó a considerar nuevas respuestas específicas para las nuevas demandas. Se resaltó el importante papel que juegan las ONG en lo que respecta a la sensibilización social, en función de su peso demográfico y de la importancia que tiene su contribución al avance social, gracias a que tienen una experiencia privilegiada para ayudar a cambiar nuestro enfoque.

Campaña Juntos por África



Iniciada en el 2001 por Cruz Roja Española, Intermón Oxfam y Médicos sin Fronteras bajo el lema: **“Dale el mejor final a la Peseta”**, tuvo continuidad durante el 2002. Un equipo de Informe Semanal se desplazó a Mozambique y Tanzania para mostrar los proyectos que desarrollan las 3 ONG en estos países. El reportaje fue emitido en TVE. La recaudación, que alcanzó los 1000 millones de pesetas, se destinará a la financiación de los proyectos de acción humanitaria, cooperación y desarrollo que las tres ONG llevan a cabo en el continente africano.

Conferencia Internacional del SIDA



Celebrada del 7 al 12 de julio en Barcelona, contó con la participación de más de 15.000 personas de los ámbitos de la ciencia, investigación básica y clínica, epidemiológica, salud pública etc., así como representantes de ONG internacionales y personas afectadas de VIH/SIDA.

Cruz Roja resaltó en esta conferencia que “la pobreza, el desconocimiento y el estigma son los principales factores de transmisión del VIH/SIDA” y abogó por la primacía de las consideraciones humanitarias sobre los intereses económicos para acceder a los medicamentos anti-retrovirales, ya que sólo el 5 por ciento de las personas que viven con la enfermedad tiene acceso a ellos.

El Día Mundial del SIDA en el Congreso de los Diputados, se dio a conocer a los Medios de Comunicación el Manifiesto elaborado junto con la Plataforma de ONG de SIDA.



Campañas de sensibilización internacional es

A través de estas campañas, Cruz Roja pretende informar y sensibilizar a los ciudadanos de las actividades que realiza en el ámbito internacional.

- La Cruz Roja de 15 países de la Unión Europea, lanzó la I Campaña Europea de Primeros Auxilios y Seguridad Vial “**Sólo tienes una vida ¡Cuidala!**”. Esta campaña va dirigida a los jóvenes entre 18 y 29 años, porque según los estudios realizados, son seis veces más propensos a sufrir un accidente en carretera, que los de mayor edad. Para la presentación de la Campaña se contó con la colaboración del ciclista Oscar Sevilla y se presentaron los soportes publicitarios de un video y un folleto con consejos de educación vial.
- Se realizó la difusión del Informe Mundial de Desastres, elaborado por la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, que hace especial hincapié en que “**La prevención es el mejor modo de atenuar los riesgos en desastres**”. El informe resalta que, aunque la cifra de víctimas de los desastres va disminuyendo, la de damnificados se ha triplicado. En los últimos 10 años el número de damnificados por desastres naturales asciende a 2.000 millones de personas. Solamente los terremotos acaecidos en El Salvador, India y Perú en el 2001 se cobraron alrededor de 20.000 vidas y afectaron a más de 19 millones de personas.

Durante este año se ha realizado el seguimiento de los proyectos de Cruz Roja Española en países afectados por el huracán Mitch, Yugoslavia, Etiopía y Mozambique, con la actualización de todos los dossiers informativos y los correspondientes argumentarios.

Se han elaborado distintos formatos audiovisuales para televisión nacional y local sobre Centroamérica, con un reportaje realizado por el Programa Informe Semanal de Televisión Española, para la inauguración del núcleo habitacional “Ciudad España” en Honduras, el proyecto de mayor envergadura tras el Mitch.

También se produjo material audiovisual sobre Emergencia y proyectos de desarrollo que Cruz Roja Española lleva a cabo en Mozambique.

Conflicto Afganistán, spot de 30’ que muestra las secuelas que dejan los conflictos armados, titulado: “**Que la guerra no te sea indiferente**”.

Campañas de emergencia

Durante el año se han realizado faldones publicitarios para los llamamientos de emergencia y para las campañas de recaudación de fondos a favor de los damnificados por:

Terremotos:	Afganistán
Conflictos:	Afganistán
Erupción volcán:	Nyiragongo, en la República Democrática del Congo.
Hambruna:	Africa Austral
Sequía:	Etiopía
Crisis:	Argentina
Inundaciones:	Bolivia

Otras acciones

La V edición del festival musical “40 Principales Solidarios”, organizado por 40 Principales de la Cadena Ser, se celebró el día 22 de diciembre en Zaragoza, bajo el lema “**Por los derechos de los niños, una segunda oportunidad**”. Contó con un soporte audiovisual que mostraba las acciones que realiza Cruz Roja con la infancia en situación de riesgo y los fondos recaudados se destinaron a los proyectos que la Institución realiza con este colectivo.

Continuando con una tradición ya consolidada, se celebró el XII Curso de Información sobre el Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja para periodistas.

Colaboraciones habituales con los medios

Proyecto Matrícula

En mayo de 2002 se firmó un convenio con el diario Marca para colaborar con su suplemento Matrícula que se reparte durante el curso académico en centros escolares. Cruz Roja ha estado publicando una página en este suplemento con la finalidad de sensibilizar a la población juvenil sobre la convivencia, la tolerancia y el voluntariado e informando de los proyectos que desarrolla en torno a actividades desarrolladas en la naturaleza y a través del deporte.

Radio Exterior

Cruz Roja continúa con su colaboración semanal con Radio Exterior de Radio Nacional de España dando paso a una conexión con sus delegados en todo el mundo e informando de sus proyectos de Cooperación Internacional a través de las ondas, en el programa “**Mundo Solidario**” de esta cadena.

Canal Solidario y el mundo.es

Estos dos diarios digitales colaboran habitualmente con Cruz Roja Española publicando con regularidad todas las colaboraciones que se le van enviando.

Durante el año 2002, la presencia de la Institución en los medios de comunicación se ha visto incrementada considerablemente, adquiriendo especial relevancia las apariciones en prensa nacional y un aumento en el ámbito territorial, habiéndose cumplido una de nuestras prioridades para este año.

	Ámbito nacional	Ámbito territorial
Comunicados de prensa:	81	2.990
Ruedas de Prensa:	09	336



Revista "Cruz Roja"



Durante 2002 la revista CRUZ ROJA trató de reflejar en sus páginas los acontecimientos e informaciones del año que perfilaban el devenir institucional o la actualidad humanitaria. En la revista del primer trimestre, el tema de portada hacía referencia al foro sobre envejecimiento que Naciones Unidas organizó en Madrid en abril. Hacía veinte años que la ONU no organizaba un evento de este tipo sobre la cuestión de la población.

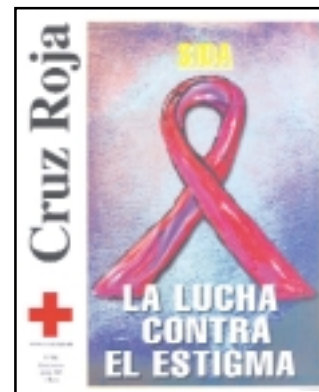
Otro acontecimiento, también organizado por Naciones Unidas, fue la Conferencia Internacional sobre VIH y SIDA que tuvo lugar en Barcelona en julio. Fue portada en la edición del segundo trimestre, mientras que el proceso electoral interno de Cruz Roja, por el cual se renuevan sus directivos cada cuatro años, tuvo reflejo en la cubierta de la tercera revista del año.

Finalmente, la inauguración del gigantesco proyecto de "Ciudad España", en Honduras, una pequeña ciudad levantada por Cruz Roja con la ayuda de la ciudadanía española, que empezó a albergar a sus primeras 1.500 familias, todas afectadas por el devastador huracán "Mitch", fue la cubierta del cuarto trimestre.

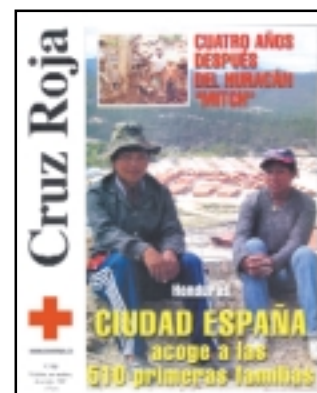


Entre los contenidos que ocuparon el interior de la revista a lo largo del año figuraron desastres naturales como la erupción del volcán Nyiaragongo, en Ruanda, o la riada de agua que anegó parte de Santa Cruz de Tenerife; la labor institucional con los "sin techo" en Palma de Mallorca; la situación del SIDA en África o del conflicto permanente que deja 30.000 muertos al año en Colombia.

En España o en el ámbito internacional, la revista trata de reflejar directa o indirectamente cuestiones con puntos de concomitancia con la labor de Cruz Roja. Así, se habló de las primeras tentativas para conseguir voluntarios entre personas mayores, de cómo se están logrando las primeras certificaciones de calidad en los programas de Cruz Roja o cómo es la cobertura que nos protege de la guerra, los llamados Convenios de Ginebra, un marco legal contra la barbarie.



En España o en el ámbito internacional, la revista trata de reflejar directa o indirectamente cuestiones con puntos de concomitancia con la labor de Cruz Roja. Así, se habló de las primeras tentativas para conseguir voluntarios entre personas mayores, de cómo se están logrando las primeras certificaciones de calidad en los programas de Cruz Roja o cómo es la cobertura que nos protege de la guerra, los llamados Convenios de Ginebra, un marco legal contra la barbarie.



La revista institucional la reciben socios y voluntarios de toda España. El año pasado alcanzó una tirada media de 689.750 ejemplares.

En cada una de las cuatro ediciones del año –la revista es trimestral– mantuvo la coedición de los cuadernillos autonómicos que desde hace cinco años constituyen un suplemento habitual de la revista. Dichos suplementos, conocidos como separatas, se distribuyen en el ámbito autonómico que decide sacarla. En 2002, las separatas fueron 32.

En la web institucional se puede obtener la revista en formato PDF.