



GUÍAS PARA EL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES EN CRUZ ROJA BOLIVIANA

Realizado y publicado por:

Cruz Roja Boliviana

Av. Simón Bolívar N° 1515 – La Paz

Teléfono: 2202934 -2204121

Fax: (591-2) 2359192

E-mail: secretaria@cruzrojaboliviana.org

comunicacion@cruzrojaboliviana.org

www.cruzrojaboliviaa.org

Elaboración

Lic. Gerardo Escobar Moscoso

Responsable Unidad Nacional de Comunicación y Difusión

Cruz Roja Boliviana

Diagramación: Wara Garcia Tapia

Revisión

Lic. Gleny Yépez Chacón

Presidenta Cruz Roja Boliviana

Lic. Jhonatan Quino

Director Ejecutivo Cruz Roja Bolivia

Aprobado según resolución N° 04/2023 de Directorio Nacional.

Con el apoyo de

Comité Internacional de la Cruz Roja CICR

Derechos de Autor

Cruz Roja Boliviana

Año

2023



PRESENTACIÓN.....	3
INTRODUCCIÓN	4
Política de comunicación Cruz Roja Boliviana	5
Guía de procedimientos de comunicación operacional para la sociedad nacional boliviana	14
Guía de gestión de la comunicación institucional en crisis Cruz Roja Boliviana	33
Guía de acción para equipos de respuesta a emergencia	40
Manual de uso de redes sociales para la sociedad nacional boliviana.....	45
Plan de comunicación según escenarios Cruz Roja Boliviana.....	54



OFICINA CENTRAL

106

#AYUDANDO A LOS MAS VULNERABLES

DIRECTORIO NACIONAL CRUZ ROJA BOLIVIANA RESOLUCIÓN SCR B N°04/2023

CONSIDERANDO:

Que, Cruz Roja Boliviana, entidad sin fines de lucro, constituida de conformidad con la Constitución Política del Estado como Asociación privada de servicio voluntario en el ámbito humanitario ejerce su actividad en todo el territorio boliviano con autonomía necesaria, actúa en todo tiempo de acuerdos con los Principios Fundamentales de la Cruz Roja Boliviana y de la Media Luna Roja.

Que en reunión Ordinaria de Directorio Nacional en fecha 16 de mayo del 2023, se aprobaron los siguientes documentos:

- ✓ Guía de gestión de la comunicación institucional en crisis.
- ✓ Guía de comunicación operacional Sociedad Nacional Boliviana.
- ✓ Guía de acción para equipos de respuesta a emergencias.
- ✓ Plan de comunicación según escenarios para Cruz Roja Boliviana
- ✓ Manual de uso de redes sociales para la Sociedad Nacional Boliviana.
- ✓ Política de comunicación Cruz Roja Boliviana.
- ✓ Mensajes de seguridad operativa para celulares.

Documentos elaborados para fortalecer el desarrollo y la Gestión del Voluntariado de nuestra Sociedad Nacional

Que los documentos han seguido un proceso participativo por parte de los voluntarios de cada filial y algunos presidentes departamentales.

Por tanto, se resuelve:

Artículo único.- Aprobar los documentos anteriormente mencionados para que a partir de la fecha se pueda socializar y aplicar en nuestra Sociedad Nacional.

Corona B. Chiriqui Sh.
C.I. 6226808
2da Vocal

Indira Melissa Villamuel Zenteno
C.I. 4117067 Ch.
1er Vocal

Lic. Gleny Yopez Chacon
PRESIDENTE
CRUZ ROJA BOLIVIANA

Miguel Medon
C.I. 4950811 Ch
Tesorero
Denis Arcenejo Palacios
et. 12517799
V. vicepresidente.

Fernando Calani S.
C.I. 7286570
Secretario General

Av. Simón Bolívar No. 1515 La Paz - Bolivia
☎ (591 - 2) 2202930 - 2202934 Fax: (591 - 2) 2359102
✉ secretaria@cruzrojaboliviana.org 🌐 www.cruzrojaboliviana.org
EDIFICIO CRUZ ROJA BOLIVIANA

1



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN CRUZ ROJA BOLIVIANA



INTRODUCCIÓN

La Cruz Roja Boliviana (CRB), es una institución esencialmente voluntaria de servicio Humanitario que fue fundada el 15 de mayo de 1917 y que forma parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, habiendo sido reconocida por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) el 10 de enero de 1923, como miembro N°50. Se adhiere a la liga de Sociedad de la Cruz Roja como Sociedad Nacional N°53 (22/01/1923), de acuerdo al artículo N°3, capítulo 1 de los estatutos de CRB. Cuenta con nueve Filiales Departamentales, una en cada capital de Departamento y 21 Filiales Municipales y ha sido siempre reconocida como una Institución seria, responsable, con un alto sentido altruista y cuyo objetivo primordial es proteger la vida y la dignidad humana.

Los miembros del Movimiento como Cruz Roja Boliviana, ayudan a cualquier persona con una necesidad urgente. No tienen en cuenta diferencias políticas, raciales, religiosas o ideológicas. No favorecen ningún punto de vista, ni persona por encima de los demás. Quedando en claro su accionar como auxiliar de los poderes públicos basando sus operaciones a través de sus 7 principios fundamentales.

En este sentido, nuestra Política de Comunicación fortalece y unifica nuestras comunicaciones acerca del trabajo de Cruz Roja. Se basa en la transparencia y en el contacto permanente con nuestros públicos de interés para comunicar los mensajes y los Principios Fundamentales y Nuestros Valores Humanitarios asegurando una proyección adecuada y consistente de nuestra identidad.

La Política de Comunicación contempla la elaboración de planes de comunicación en el que se establecen actividades concretas y específicas alineadas con los objetivos el Plan estratégico de Desarrollo Institucional, dado que sus lineamientos estratégicos están orientados a lograr el desarrollo institucional de la Cruz Roja Boliviana en el quinquenio 2021 – 2025, armonizando con los lineamientos estratégicos y de desarrollo del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, con enfoque en la Gestión para la consecución de los siguientes resultados:

- Concentración en las metas, respecto al cambio y oportunidades, para evaluar si los cambios se han dado.
- Causalidad o cadena de resultados, diversos insumos y actividades conducen lógicamente a productos, resultados e impactos.



Con la concepción de nuestra misión institucional reflejada como una organización humanitaria de carácter voluntario y sin fines de lucro, que fomenta la cultura de paz buscando salvar vidas, mejorar la calidad de vida y proteger la dignidad humana de la población vulnerable, mediante la incidencia en la generación de políticas públicas, promoviendo la resiliencia y la adaptación al cambio climático, de conformidad con los Principios Fundamentales y los Valores institucionales. De la misma manera, con la visión de nuestra Sociedad Nacional como una organización humanitaria, líder, sostenible y transparente con una cultura organizacional cohesionada y solidaria, con voluntariado capacitado, eficiente y comprometido con la misión institucional, a través del servicio a las personas en condiciones de vulnerabilidad, logrando intervenciones de impacto.

Teniendo en cuenta que existirá un apoyo y aplicabilidad del Plan Estratégico de Desarrollo 2021-2025 a través de su Línea Estratégica 2 mencionando la necesidad de poder plantear una “Gestión Institucional Sustentable Eficiente y Transparente” en correspondencia con el Objetivo Estratégico 7 que menciona: “Reposicionar a la CRB nacional e internacionalmente a través de una gestión autosustentable y basada en resultados”. De la misma manera, teniendo correspondencia con el Objetivo Estratégico 5 que menciona: “Promover acciones de ayuda humanitaria con inclusión social y con una cultura de paz y no violencia”. En este marco se reconoce el rol de la Comunicación en todo el accionar de la Sociedad Nacional. La Comunicación es un recurso estratégico de fortalecimiento de la imagen y de posicionamiento en las comunidades y en la sociedad boliviana.

OBJETIVOS

- Promover los Principios de nuestro Movimiento a Nivel Nacional.
- Comunicar una imagen positiva, consistente y coherente de lo que somos y lo que hacemos.
- Aumentar el apoyo del público y su entendimiento acerca de la Cruz Roja.
- Fortalecer nuestro espíritu y compromiso con la Cruz Roja.
- Estimular un mayor sentido de respeto, cooperación y pertenencia entre todos los miembros y componentes de la Cruz Roja.
- Consolidar nuestros valores institucionales en cada una de las Filiales Departamentales y Municipales.

APLICACIÓN Y ALCANCE

La Unidad de Comunicación y Difusión es la responsable de la aplicación de la Política Nacional de Comunicación a través de la re estructuración de la Nueva

Red de Comunicadores y puntos focales de Comunicación a nivel Departamental y Municipal.

ÁMBITOS

La política de comunicación constituye su sustento ético para actuar frente a sus públicos de interés como Gobierno, Donantes, Medios de comunicación masiva y la sociedad misma, favoreciendo el conocimiento oportuno a través de los distintos canales de comunicación internos y externos teniendo su aplicabilidad y difusión a través de la Nueva Red de Comunicadores a nivel nacional.

La Política Nacional de Comunicación debe aplicarse en las 9 Filiales Departamentales y 21 Filiales Municipales. Es un deber de cada miembro hacer conocer a los nuevos voluntarios y voluntarias, así como a todo nuevo miembro de la Sociedad Nacional hacer conocer la normativa en cuanto a las políticas de comunicación de la Sociedad Nacional.

POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICACIÓN

Cruz Roja Boliviana actuará con responsabilidad, transparencia y respeto a las personas en la elaboración de mensajes y en toda actividad de comunicación e información a nivel interno y externo.

Cruz Roja Boliviana reconoce la necesidad e importancia de la planeación en la comunicación en el marco de la definición de planes y estrategias. Esto implica concebir a la comunicación como parte del desarrollo de programas y proyectos que lleva adelante Cruz Roja Boliviana. En este sentido, en sus acciones de comunicación e información, nuestra Sociedad Nacional actuará de la siguiente manera:

1. MENSAJES

- La Política de Comunicación en todo mensaje de la Sociedad Nacional debe fomentar los Principios Fundamentales y valores humanitarios de la Institución que son parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja.
- Velará por el respeto a la dignidad de las personas y las comunidades en todo tiempo y lugar, evitando cualquier tipo de discriminación, marginación, desatención sistematizadas, e incluso odio y violencia.
- Evitará los mensajes e imágenes violentas y/o discriminatorias.
- Mantendrá ética en las estrategias creativas de mensajes sean estos

impresos, audiovisuales, radiales, en redes sociales y de cualquier tipo, respetando los 7 Principios Fundamentales de nuestro movimiento, Valores Institucionales y Valores Morales y Humanitarios.

- En situaciones de crisis, violencia o desastres, los mensajes deben ser de corte informativo-operativo, sin emitir criterios y/o juicios de valor.
- Los mensajes que serán elaborados por las Filiales Departamentales y Municipales serán validados, revisados y/o aprobados por la Unidad de Comunicación y Difusión y se originan desde portavoces (puntos focales) específicamente seleccionados a través de la decisión de los Directorios Nacionales y Municipales en situaciones de violencia y desastres.

2. PÚBLICO OBJETIVO

- Toda actividad que desarrollen las filiales Departamentales y Municipales propiciará el conocimiento de la realidad de las personas en situación de vulnerabilidad, exclusión y sufrimiento en el marco de trabajo en proyectos de desarrollo.
- Implementará estrategias de información para llegar a las comunidades rurales, urbanas y periurbanas para dar a conocer labor y las actividades desarrolladas por la Sociedad Nacional a través del brazo operativo de las Filiales Departamentales y Municipales.
- Posicionará la labor del voluntariado de Cruz Roja Boliviana como la base de nuestra institución a través de nuestras Filiales Departamentales y Municipales, valorando su accionar humanitario y de interacción con nuestra población.

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Promoverá la colaboración y relación con los medios de comunicación masiva.
- Proporcionará a los medios de comunicación, información real y cierta, y en ningún caso utilizará mensajes o imágenes engañosas que induzcan a confusión o dañen la dignidad de las personas.
- Promocionará la labor y las actividades desarrolladas a través de la Nueva Red Nacional de Comunicación, los servicios y el trabajo del voluntariado a nivel interno y externo.
- Propiciará acciones de difusión e información para dar a conocer la Ley



sobre el Uso y Respeto del Emblema a nivel interno y externo.

4. CORDINACIÓN DE CAMPAÑAS, EVENTOS Y RUEDAS DE PRENSA

- Coordinará con la Presidencia de CRB, Dirección Ejecutiva y los Responsables de las Unidades Operativas para planificar estrategias, campañas, notas de prensa y acciones comunicativas internas y externas.
- Impulsará la comunicación interna, como eje importante para el empoderamiento de la Misión Institucional y la labor humanitaria de nuestra Sociedad Nacional.
- Promoverá la relación y capacitación con otros actores sociales a fin de abogar por una determinada acción y con la finalidad de fortalecer la imagen institucional.
- Cruz Roja Boliviana asume la importancia y estrecha relación que existe entre la comunicación y el fortalecimiento institucional para el desarrollo educativo, informativo y de comunicación corporativa.

5. CAMPAÑAS NACIONALES

- No se asociará con ninguna campaña publicitaria que potencie y promueva el consumo de productos dañinos para la salud, como tabaco o el alcohol.
- Promoverá acciones y alianzas de comunicación en coordinación con otras instituciones que cumplan similares acciones o posean líneas de trabajo convergentes que coincidan con nuestros principios y valores.

6. MATERIALES DE DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD

- La Sociedad Nacional de Cruz Roja Boliviana es propietaria de todo el material fotográfico, audiovisual y grabaciones efectuadas por sus comunicadores, comunicadoras y todo miembro de Cruz Roja Boliviana, que en el marco de sus funciones hagan coberturas de cualquier de las actividades haciendo uso de los equipos de la institución y/o de manera personal entreguen material para posicionar la labor y las actividades de Cruz Roja Boliviana.
- Las y los comunicadores, órganos de Gobierno y miembros de la Sociedad



Nacional registrarán sus actividades informativas y de promoción en base al Manual de Identidad e Imagen Institucional.

- La Sociedad Nacional de Cruz Roja Boliviana precautelará, respetará y fomentará el cuidado de los derechos de autor de toda publicación impresa, de audio o audiovisual la cual, a futuro tendrá la posibilidad de contar con los respectivos registros de propiedad intelectual a nombre de Cruz Roja Boliviana o con los permisos de reproducción parcial o total si se trata de un material cedido por otra institución con lineamientos convergentes.

7. CONVENIOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- No se asociará con ninguna campaña publicitaria que potencie y promueva el consumo de productos dañinos para la salud, como tabaco o el alcohol.
- Promoverá acciones y alianzas de comunicación en coordinación con otras instituciones que cumplan similares acciones.
- Desde la Oficina Central y las Filiales Departamentales y Municipales, los Presidentes y Presidentas apoyarán las gestiones con universidades, institutos y otros centros de formación, para fortalecer el área de comunicación, abriendo espacios para que estudiantes voluntarios, profesionales y no profesionales formen parte de los equipos de trabajo de comunicación especialmente en aquellas Filiales Departamentales y Municipales, donde aún no están conformados las Unidades de Comunicación y Difusión.

8. NORMATIVA INSTITUCIONAL

- Para el cumplimiento de toda función y actividad, los comunicadores o puntos focales de comunicación a nivel nacional deberán actuar en base a la Plan Estratégico de Desarrollo PED 2021-2025 como documento obligatorio de consulta para tomar en cuenta los indicadores señalados y resultados esperados.
- El manual de Imagen Institucional y de Uniformes debe ser socializado y aplicado para fortalecer la imagen e identidad de la Cruz Roja Boliviana.
- Los boletines institucionales, la página web y las redes sociales son



medios de información oficiales de Cruz Roja Boliviana, por tanto, los Presidentes/as Secretarios/as Generales y comunicadores/as de las Filiales Departamentales y Municipales deberán aportar con información permanente a fin de transparentar las acciones y el cumplimiento de la misión humanitaria de la Cruz Roja Boliviana a nivel nacional.

- En situaciones de violencia o crisis política interna el personal voluntario de Cruz Roja Boliviana se abstendrá de dar declaraciones a los medios de comunicación o proporcionar información que no sea exclusivamente acerca de las acciones humanitarias, transporte, estado de salud de pacientes e identificación del equipo de Cruz Roja y solamente será a través de una persona autorizada por la Presidencia de CRB, el/la Presidente de las Filiales Departamentales y Municipales o el responsable operativo designado para el efecto.

9. USO DEL INTERNET Y REDES SOCIALES

- Los Órganos de Gobierno Nacional, Departamental y Municipal normarán el uso ético y responsable a través de la elaboración y consolidación de un Manual de Redes Sociales, los servicios del internet (chats, blogs, emails, whatsapp y otros) a objeto de preservar la imagen de la Cruz Roja Boliviana.
- Las y los voluntarios, personal rentado y miembros de Cruz Roja Boliviana deben evitar utilizar los emblemas o logo de la Cruz Roja Boliviana en su página, blog o en su perfil cualquiera que éste sea.
- Se respetarán las políticas de comunicación e información y sus manuales de identidad de los socios del Movimiento como son el CICR (Comité Internacional de la Cruz Roja) y la Federación Internacional de Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

10. PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA QUE SE DEBEN CUMPLIR:

- Respeto
- Accesibilidad
- Espíritu de colaboración
- Trabajo en equipo
- Claridad
- Honestidad
- Discreción



- Transparencia
- Oportunidad
- Formalidad
- Coherencia
- Comunicación planificada

Principios de la comunicación externa que se deben cumplir:

- Respeto
- Accesibilidad
- Espíritu de colaboración
- Claridad
- Honestidad
- Discreción
- Transparencia
- Formalidad
- Coherencia
- Comunicación planificada
- Oportunidad



GUÍA DE COMUNICACIÓN OPERACIONAL SOCIEDAD NACIONAL BOLIVIANA





GUIA DE PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN OPERACIONAL PARA LA SOCIEDAD NACIONAL BOLIVIANA

EN SITUACIONES TENSIONES Y DISTURBIOS CIVILES

La comunicación operacional es un componente de la seguridad, por lo tanto, está contenida y es una herramienta en varios de los ocho pilares de la metodología de Acceso Más Seguro AMS del Movimiento.

INTRODUCCIÓN

Las dinámicas de los contextos del trabajo humanitario en la actual coyuntura suponen una complejidad en la construcción de estrategias que velen por la labor de los miembros de nuestra organización humanitaria, así mismo, surge la necesidad de mejorar procesos que contribuyan a que exista menos riesgos respecto a la integridad personal (física y psicológica de nuestros voluntarios), la estructura física (infraestructura y dependencias de Cruz Roja Boliviana) y logística de las organizaciones, y la misión que estas cumplen en favor de la población.

La Cruz Roja Boliviana (CRB), no está exenta de estos riesgos. Mantener una adecuada interacción, interlocución y comunicación, tanto a nivel interno como externo es una prioridad para lograr la sostenibilidad del acceso más seguro hacia la población afectada, así como poder desarrollar toda acción humanitaria en favor de las mismas. Es primordial desarrollar una relación de confianza con la población, con finalidad de generar el conocimiento, comprensión y aceptación de la institución que son necesarios para crear un espacio de escucha, generando un diálogo transparente y cercano entre nuestra institución y la población.

A la vez le permita a CRB tener un buen conocimiento de sus necesidades, implementar las actividades humanitarias, y conocer bien el entorno (incluyendo posibles riesgos de seguridad).

Cuando se trata de salir a operaciones ante situaciones de disturbios y/o actividades de ayuda humanitaria, **TODOS SOMOS COMUNICADORES OPERACIONALES**. Cada uno de nosotros tenemos que estar preparados para comunicar ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Cómo lo hacemos? y ¿Por qué lo hacemos?. La responsabilidad de mantener una imagen coherente de CRB, que promueva los 7 Principios Fundamentales, con la capacidad de generar credibilidad y confianza, y facilite el Acceso Más Seguro (AMS), recae sobre todos los miembros de nuestra institución.



¿Cómo se utiliza esta guía?

- Esta no es una guía confidencial, pero tampoco es un documento público.
- No divulgue este documento de manera masiva.
- Este documento no debe ser compartido con personas u organizaciones externas a la CRB.
- Este es un documento orientador, pero dado que hay temas que requieren mucha atención se recomienda que en los puntos clave se mantengan los mensajes tal cual han sido diseñados.
- Cada vez que vaya a una reunión, entrevista con un medio de comunicación o esté por escribir un discurso, un post para redes sociales, etc., en donde quiera tratar el tema o piense que este tema pueda ser preguntado o consultado, utilice los contenidos de este documento para prepararse.
- Este documento puede ser utilizado textualmente en el caso de mensajes y preguntas difíciles.
- Sin embargo, es importante que algunos de los contenidos sean contextualizados.

MARCO DE REFERENCIA

El Plan Estratégico de Desarrollo 2021 - 2025, establece en líneas claras de trabajo para las Unidades de Comunicación:

- CRB refuerza e impulsa la difusión de los Derechos Humanos, (PED 2021- 2025 OE2) el Derecho Internacional Humanitario y los Principios Fundamentales de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, tanto en el ámbito interno como en el externo de la institución.
- En este sentido sus acciones estratégicas se relacionan con la comunicación operacional (PED 2021 – 2025 OE5 y OE7) para fortalecer la seguridad y aceptación en el terreno: Difundir los Principios Fundamentales y Valores de la Institución para concientizar a la sociedad y potenciar que sus acciones sean comprendidas, respetadas y respaldadas, formando a los miembros de la Institución en habilidades para que estos pueden desarrollar acciones de Diplomacia Humanitaria en sus respectivos territorios. Así como el de reforzar el papel de los miembros de la Institución como trasmisores de los principios y valores en las actividades que participan, sean cuales fueran.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN OPERACIONAL

- Lograr que los distintos públicos conozcan y respeten el trabajo institucional de Cruz Roja Boliviana, a través de sus Filiales Departamentales y Municipales.
- Generar entre los actores presentes en el terreno (marchistas, bloqueadores, fuerzas del orden y otros) aceptación de la Cruz Roja Boliviana con credibilidad



y confianza, para facilitar el acceso al terreno de operaciones contribuyendo al Acceso Más Seguro del Voluntario de Cruz Roja Boliviana, inclusive en las comunidades.

- Incrementar y reforzar el conocimiento y la capacidad de comprensión de los equipos de voluntarios que intervienen en el conflicto, para viabilizar y representar el trabajo que desarrolla nuestra institución, teniendo coherencia con los mensajes clave elaborados; la construcción y el mantenimiento de una imagen coherente para el público e interlocutores externos.
- Dar a conocer la especificidad y complementariedad de la acción humanitaria de la Cruz Roja Boliviana en determinada región.

CONFIANZA	ACEPTACIÓN	CREDIBILIDAD
<p>Dar a conocer con claridad la forma en que realizan sus actividades los voluntarios de Cruz Roja Boliviana, antes de que ocurran contactos críticos, explicando lo que hacemos, pero también lo que no hacemos, con base y fundamento en los 7 principios de nuestro movimiento.</p>	<p>La Cruz Roja Boliviana no recurre a mecanismos de presión para imponer su labor misional, sino que utilizan la persuasión, el diálogo y la movilización. En este sentido, la COM OP desempeña un papel importante como mecanismo de influencia positiva en los públicos objetivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacemos coincidir lo que decimos (7 principios fundamentales) con lo que hacemos. (nuestras acciones humanitarias). • Mostramos los resultados de las acciones de la Cruz Roja Boliviana. • Demostramos, mediante nuestras intervenciones, el carácter exclusivamente humanitario, neutral, imparcial e independiente de los componentes del Movimiento.
DIÁLOGO Y ACCESO MÁS SEGURO		
<p>La COM OP mejora las posibilidades de acceso seguro a los beneficiarios, la construcción de un intercambio positivo de carácter humanitario con los actores de influencia y la difusión de preocupaciones humanitarias a través de la principal herramienta de trabajo en operaciones EL DIÁLOGO.</p>		

BASE LEGAL Y DOCTRINAL

1. Estatutos de la Cruz Roja Boliviana. En este documento que contienen la definición de la institución, misión, principios, naturaleza y todo el marco jurídico de trabajo.
2. Ley de Protección y Uso del Nombre del Emblema de la Cruz Roja Boliviana - Ley 2390 del 2002.
3. Manual de Uso de Redes Sociales de Cruz Roja Boliviana.
4. Plan de Comunicación Operativa en Tensiones y Disturbios Civiles en Bolivia.

5. Política de la Unidad de Comunicación CRB.
6. Manual de Imagen Institucional.
7. Los 7 Principios Fundamentales.
8. **Código conducta y Ética.**

TIPOS DE COMUNICACIÓN PRESENTES EN EL PROCESO

Este apartado se constituye en una orientación general para explicar la necesidad de la comunicación en una determinada situación, dónde investigar sobre el tema y sobre qué herramientas pueden dar soporte en cualquier momento:

COMUNICACIÓN PÚBLICA

Es la comunicación externa que se hace a través de los medios de comunicación. Dentro de la CRB, solo las **personas autorizadas** para dar entrevistas realizan el trabajo de **Vocería**, y pueden hacerlo; incluso aunque otras personas tengan información de primera mano sobre algún hecho, deben consultar el procedimiento interno con los responsables del operativo y/o actividad, Presidentes de Filiales Departamentales y/o Municipales y si procede, se esperará un comunicado oficial que emane de la Presidencia Nacional y/o de la Dirección Ejecutiva de la Oficina Central. Por ejemplo: en temáticas que afecten nuestra imagen reputacional, discusiones con la población, peleas y/o riñas con efectivos policiales y/o manifestantes, decesos de pacientes a raíz de la atención de un voluntario, negligencia en procedimientos y decesos de voluntarios en fuego cruzado. (Revisar Guía de Comunicación Institucional en Crisis).

En caso de recibir solicitudes de medios de comunicación, estas se deben ser remitidas al Responsable de la Unidad de Comunicación y Difusión o a su inmediato superior, sin saltar el conducto regular. También, puede tomar los **datos de la o el periodista**, como **nombre, medio, teléfono y correo electrónico** y compartirlos con la persona encargada de comunicación para facilitar el seguimiento de las peticiones (proceder con mucha rapidez y cautela).

Las y los periodistas pueden ser nuestros aliados, pero debemos explicarles que tenemos canales de comunicación bien definidos para compartir todo tipo de información.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Es la comunicación que se hace a través de plataformas digitales, incluyendo sitios web y redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, etc. Es un tipo de comunicación no funciona de manera separada de las otras, sino que sirve para reforzar las demás y llegar a ampliar el rango de otros públicos.

Se debe tener cuidado con lo que se publica en nuestras páginas web o redes sociales. Al publicar información sobre nuestras actividades (fotos, videos, comentarios)

necesariamente nos van a relacionar con el Movimiento. Por lo tanto, nuestras publicaciones deben seguir los lineamientos institucionales y reflejar **nuestros 7 Principios Fundamentales**.

COMUNICACIÓN OPERACIONAL

El propósito de la Comunicación Operacional es prestar apoyo a las operaciones, actividades e intervenciones para la aceptación, acceso y seguridad. Este tipo de comunicación normalmente se hace de forma directa: en presentaciones, diálogo con otras personas, con instituciones, con la comunidad, etc.

Sus principales elementos son:

- Difundir los 7 principios fundamentales y su modo de acción en terreno (operaciones) del trabajo que hace el CRB.
- Busca mejorar la seguridad, aceptación y confianza para el acceso a terreno y/o zona en conflicto para realizar evacuación y atención de emergencia.
- Fomenta y busca desarrollar habilidades para tener un mejor diálogo bidireccional y escucha activa (Coaching de autoridades Presidente Nacional, Presidentes Departamentales y Municipales).
- Permite la construcción de herramientas de comunicación que respondan a las necesidades de los retos en las operaciones. (Planes, mensajes clave, preguntas difíciles, artes para Redes Sociales, etc.).
- Fortalece a la CRB porque habla de: quiénes somos, qué hacemos, y cómo lo hacemos, siempre amparados en nuestros 7 Principios Fundamentales.
- Se busca dar a conocer la institución, la misión, el equipo, una acción solidaria / humanitaria.
- Se deberá posicionar a la CRB ante interlocutores que pueden influir en la suerte de las víctimas y/o en las operaciones; por ejemplo, en contextos de disturbios, donde hay presencia de otras organizaciones en la misma zona de trabajo y se presentan confusiones (sindicatos, políticos de ambos frentes y asociaciones – mencionar que somos auxiliares)
- Ocurren acontecimientos ajenos al Movimiento que tienen impacto sobre las operaciones en el terreno; Cuando hay rumores/malos entendidos que perjudican la labor del Movimiento; Cuando hay un mal uso del emblema; Cuando se presenta un incidente de seguridad.

Este tipo de **COMUNICACIÓN OPERACIONAL** es un componente de la seguridad y por lo tanto, está contenida, y es herramienta, en varios de los ocho pilares del concepto de seguridad del Movimiento y del **MARCO METODOLÓGICO DEL ACCESO MÁS SEGURO**, con énfasis en el Pilar de Comunicación Externa pero transversal a toda la herramienta, teniendo además una relación directa con otros pilares de seguridad que la conforman.

Para posicionar y buscar aceptación institucional (permite mejorar la comprensión y conocimiento de la CRB internamente en todo momento repasar casos potenciales y mensajes clave), para las comunicaciones externas coordinadas como Cruz Roja (homologación de mensajes institucionales en todo nivel incluyendo Redes Sociales) y para la comunicación interna (formación y difusión de temas clave de la doctrina institucional y el contexto).

IMPORTANCIA DE LA RE ESTRUCTURACIÓN DE LA RED DE COMUNICADORES

Es importante trabajar en proyectos que fortalezcan las capacidades internas de nuestra Sociedad Nacional, ya que una sociedad bien preparada puede planificar la reformulación de una Red de Comunicadores que permitiera fortalecer la comunicación tanto Interna como Externa de CRB, priorizando de esta manera la proyección de la imagen institucional, así como la rendición de cuentas a los donantes y aliados que contribuyen en las acciones humanitarias que realiza esta Institución. La renovada Red de Comunicación de CRB, podría estar conformada por un total de 30 miembros pertenecientes a las Filiales Departamentales y Municipales (puntos focales) y su respectivo Responsable Nacional de Comunicación y Difusión, quien dará seguimiento y aprobación a todos los materiales de comunicación que son emitidos en los diferentes canales de comunicación que cuentan con la Sociedad Nacional, como parte de un Plan de la Comunicación Estratégica que se implementará a nivel Nacional.

Dado el contexto político y social por el que atraviesa Bolivia, CRB se encuentra Desarrollando acciones de Comunicación Operacional que permitan difundir la acción humanitaria basada en los 7 Principios Fundamentales y el buen uso del emblema según la Ley 2390 Sobre el USO DEL EMBLEMA DE CRB, en este aspecto se ha definido fortalecer el papel que desempeña la REDCOM, que permita una comunicación oportuna, eficiente y pertinente.

FUNCIONES DE LA RED

El Responsable de la Unidad de Comunicación y Difusión de cada Filial Departamental y Municipal, debe ser una persona con un alto compromiso institucional y que pertenezca al servicio voluntario de su filial; de plena confianza de los órganos de gobierno de cada ámbito para que su trabajo sea de pleno apoyo desde la libertad de acción, en el marco de cumplimiento de las normas que rigen a la Sociedad Nacional, informando de sus acciones y de manera puntual al órgano de gobierno y gestión que le corresponda.

Para esos sean definidas las siguientes funciones:



1. Suministrar información a la Oficina Central (Unidad Nacional de Comunicación y Difusión) a través de una matriz de seguimiento de información, de manera semanal según la evolución de algún conflicto.
2. Monitoreo de Información en Redes Sociales y medios de comunicación (Televisión, radio y prensa escrita). Se deberá revisar la Tabla de seguimiento noticioso y preparar la elaboración de mensajes clave (Según Plan de Comunicación de acuerdo al nivel de conflictividad.)
3. Difundir las actividades propias de su Filial Departamental y Municipal.
4. Elaborar notas de prensa.
5. Preparar ruedas de prensa, de ser necesario.
6. Replicar información que reciba de la Oficina Central.
7. Tener preparado un directorio de los medios de comunicación a nivel local.
8. Hacer contactos con los medios de comunicación locales y reportar a la Oficina Central (Uni Com) sobre agendas de medios que realizarán el seguimiento.
9. No elaboran los informes situacionales si no es necesario. (no saltar el conducto regular)
10. No tomar fotos en contextos de tensiones y disturbios civiles (podría poner en riesgo la seguridad del personal voluntario de CRB).
11. No están para dar entrevistas, sino preparar la información para sus voceros (Responsable de Operativo, Responsable de Unidad, Presidente de Directorio Departamental y/o Municipal).
12. No son corresponsales de guerra, es decir; que los voluntarios de la Uni Com no deberán estar directamente inmersos en el conflicto, si es que no existe la necesidad.
13. Los Voluntarios de la Uni Com deberán contar con el permiso y el aval (órganos de Gobierno y/o Responsables del Operativo) para realizar operaciones que le conciernen a sus responsabilidades, ya que su labor en base es dar sentido a la congruencia y vocería institucional (Responsable de Operativo, Responsable de Unidad, Presidente de Directorio Departamental y/o Municipal).
14. Asesoran a sus Comités de Emergencia (COE) departamentales o municipales en temas de comunicación institucional (Comunicación Interna, Externa y Operacional).

RUTA CRÍTICA – RESPUESTA SITUACIONES DE TENSIONES Y DISTURBIOS CIVILES

Estructura institucional:

Sede Central

- Presidente Nacional



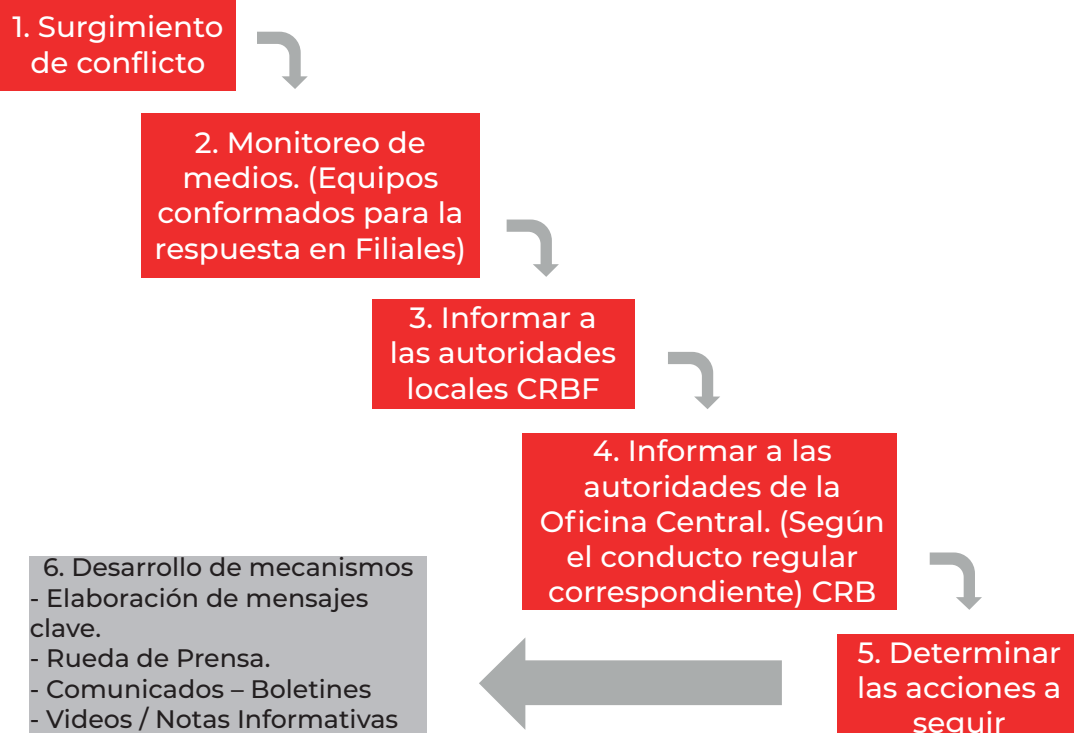
- Director Ejecutivo
- Responsable Nacional de Voluntariado
- Responsable Nacional de Unidad de Socorro
- Responsable Nacional de Comunicación y Difusión
- Centro de Operaciones de Emergencia (COE NACIONAL)

Filiales Departamentales y/o Municipales

- Presidente de la Filial Departamental y/o Municipal
- Responsable Departamental de Voluntariado
- Responsable Departamental de Unidad de Socorro
- Responsable Departamental de Comunicación y Difusión (Punto focal de comunicación)
- Voluntario Responsable de Operaciones
- Centro de Operaciones de Emergencia (COE DEPARTAMENTAL Y/O MUNICIPAL).

Recomendaciones

1. Respetar las líneas de comunicación y mando, bien claro y definido.
2. Tener claros los sistemas y procedimientos que se establecen en el presente documento y que permitan la recolección de información, para evitar malas interpretaciones.
3. Establecer mecanismos que permitan flujo de información, rápida, verificada y de forma segura como canales institucionales (Conducto Regular, correos institucionales, comunicación directa con Responsables del Operativo), por ejemplo: informes verbales, comunicación por radio frecuencia desde el terreno, testimonio del Responsable de Operativo, voluntarios y determinaciones del COE NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y/O MUNICIPAL.
4. Tener fuentes de información confiables. (Monitorear 3 medios Televisivos, 2 medios radiales y 5 medios digitales - Facebook y Twitter / Según la realidad de cada región). Evitar fuentes poco serias como TIK TOK, Grupos de WhatsApp, Facebook de origen personal, Telegram Personal, entre otros. Si la información llegó por esta vía, verificar la fuente y la veracidad de la misma.
5. Limitarse a reportar información relativa a la actividad.
6. No hacer comentarios acerca de la situación en redes sociales personales e institucionales. (Revisar el Manual de Uso de Redes Sociales CRB 2023 – Guía de Seguridad Operacional).
7. Establecer un sistema para proteger la información de carácter confidencial. (Revisar Política de Comunicación CRB 2023).



Si en dado caso alguna filial no hace este procedimiento, tendrán que sistematizar e informar a la Oficina Central y al Responsable Nacional de la Unidad de Comunicación. Para posteriormente valorar el impacto a nivel de imagen, percepción y aceptación.

VOCERÍA

La Oficina Central y las autoridades delegan a una sola persona quien será la encargada de brindar la información a los medios de comunicación. (Presidente y/o Director Ejecutivo) quien difundirá todo el tiempo las acciones que se están llevando en este contexto.

MENSAJES CLAVE EN SITUACIONES DE TENSIONES Y DISTURBIOS CIVILES

- En situaciones de violencia la labor de CRB es la misma que en cualquier emergencia: **la de salvar vidas**. Es imprescindible que en este tipo de atenciones se antepongan los Principios Fundamentales de **HUMANIDAD, IMPARCIALIDAD, NEUTRALIDAD E INDEPENDENCIA**. (Revisar Guía de Bolsillo Seguridad Operacional para Voluntarios CRB 2023).
- **CRB ES IMPARCIAL**, atiende a todas aquellas personas que necesitan atención pre-hospitalaria, sin distinción de raza, sexo, nivel socioeconómico, profesión a la que se dedique. **NUESTRA LABOR SE ENMARCA EN NUESTROS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES**.



- Nuestra labor genera esperanza para miles de personas que requieren de atención pre- hospitalaria. Siempre que sea posible se enaltecerá que el **trabajo neutral, independiente e imparcial** de la CRB, así como su labor humanitaria.
- De ninguna manera CRB puede contemplar el apoyo de la policía, el ejército o cualquier otra corporación de seguridad en el traslado de las personas heridas, por actos violentos, ya sea a bordo de una ambulancia, custodiando la unidad, o a fuera de los hospitales o unidades médicas de Cruz Roja. Esto viola nuestros principios fundamentales de Neutralidad e Imparcialidad.
- El emblema de la Cruz Roja debe ser respetado, así como a todas aquellas personas que lo portan, porque la única responsabilidad de nuestro personal de salud y voluntarios es **salvar la vida** de cualquier persona.
- Las y los voluntarios de CRB están plenamente convencidos que su labor es ayudar a quien más lo necesita y aliviar el sufrimiento de las personas y su comportamiento al momento de atender a las personas están apegados a nuestros principios fundamentales.
- Nuestra labor genera esperanza para miles de personas que requieren de atención pre - hospitalaria. Necesitamos que respeten nuestra labor estrictamente humanitaria para atender a todas las personas afectadas.
- **La CRB no es parte del gobierno**, cooperamos y nos coordinamos con él, en el ámbito humanitario. **Tampoco es una ONG**, es una institución de asistencia privada que recibe donaciones y aportaciones de la sociedad, en calidad de **AUXILIAR DEL ESTADO**.
- La CRB no hace denuncias ni acusaciones sobre hechos relacionados con disturbios ni sobre las confrontaciones o violaciones a los derechos humanos.
- Los miembros de CRB deberán promover las actividades altruistas que realizan, con el objeto de dar a conocer nuestra labor y la garantice el Acceso Más Seguro.
- No hacer comentarios ofensivos o contrarios a nuestros principios fundamentales, por medios de comunicación alternos como son las redes sociales, SMS y otros en otros medios que pueden ser referenciados por los medios de comunicación, autoridades o personas.
- No especular sobre eventos o situaciones en los disturbios, limitarse a compartir en redes sociales las acciones institucionales realizadas en el marco de nuestros principios y directrices del movimiento. (Revisar Manual de Uso de Redes Sociales). Recordar la importancia de la confidencialidad y la dignidad de las víctimas (Revisar Política de Comunicación CRB 2023).
- El Estatus que tiene el Movimiento de la Cruz Roja nace del reconocimiento que le dan los Estados tanto a nivel internacional como nacional, pero eso no quiere decir que seamos parte del Gobierno (Nos constituimos como Auxiliares del Estado).
- La CRB solo presta primeros auxilios cuando considera que existen las condiciones de seguridad necesaria para que el personal no resulte afectado.



MENSAJES GENERALES

- Tener en cuenta que ya existen directrices para realizar mensajes según su nivel de conflictividad en la guía para la elaboración de mensajes clave.
- Somos una institución de ayuda humanitaria cuya única misión es aliviar el sufrimiento de las personas.
- CRB cuenta con una red de 30 Filiales Departamentales y Municipales que tiene como objetivo atender a la población más vulnerable aplicando nuestros principios fundamentales en su accionar.
- Somos más de 1000 voluntarios activos organizados en diferentes programas de voluntariado en nuestra institución. Contamos con Unidades Operativas identificadas como Juventud, Salud, Socorro y Voluntariado.
- Nuestra institución se conforma por: Asamblea Nacional, Consejo Nacional, Directorio Nacional, Directorio Departamental y Comité Municipal (con sus respectivos representantes) y voluntarios.
- El emblema de CRB está conformada por una Cruz Roja sobre fondo blanco seguido del texto: Cruz Roja Boliviana. El uso del nombre y del emblema de Cruz Roja es protegido por los convenios de Ginebra y la ley 2390 en territorio boliviano.
- La Credencial de todo voluntario debe ser gestionado por los Responsables de las Unidades Operativas, que a través de sus Órganos de Gobierno puedan derivar la solicitud hacia la Oficina Central con el motivo de dar curso su solicitud, reemplazo y renovación. La Credencial del personal administrativo debe ser tramitado por la Unidad Administrativo Financiero a través de Recursos Humanos. Todo personal voluntario activo y administrativo permanente se ve en la obligación de portar su credencial de CRB vigente.
- Todo vehículo de CRB deberá estar identificado con el emblema de Cruz Roja y la leyenda de CRUZ ROJA BOLIVIANA dentro del contexto de disturbio civiles este debe ser acompañado por banderines de CRB
- CRB como institución de primera respuesta se encarga de aliviar el sufrimiento humano a la población que ha sido afectado por cualquier evento adverso (desastre natural o antrópico)
- Nos centramos en realizar levantamiento de evaluación de daños y necesidades, evacuación, agua saneamiento y promoción de la higiene, apoyo psicosocial, RCF, etc.
- CRB siempre está de cara a brindar auxilio a aquellas personas que se han vistos afectados en accidentes de tránsito u otras incidencia contribuyendo de esta manera en salvar vidas.

PREGUNTAS DIFÍCILES

1. *¿CRB es del Gobierno?*

No, somos auxiliares de los poderes públicos del Estado en temas Humanitarios, con personería jurídica otorgada por las autoridades competentes.

2. *¿Entonces que hace la Cruz Roja Boliviana?*

Cruz Roja Boliviana, es una institución humanitaria, imparcial y neutral, sin fines de lucro y de carácter voluntario, miembro del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y Media Luna Roja.

3. *¿Cómo identifico una ambulancia?*

Las ambulancias de Cruz Roja Boliviana están debidamente identificadas, con una cruz roja sobre fondo blanco, seguido de la leyenda CRUZ ROJA BOLIVIANA. Asimismo, llevan banderas con el emblema institucional.

4. *¿Por qué no llegaron a la emergencia/acceso a zonas en conflicto?*

En ocasiones se ha dificultado el acceso a los lugares donde se nos informa de emergencia por los bloqueos y barricadas ubicadas en diferentes puntos a nivel local. Por lo que hacemos el llamado a la población para que nos ayude a llegar a los que necesitan de nuestros primeros auxilios facilitando el paso a nuestras ambulancias. (Revisar videos que ayudan a la socialización de nuestra acción en momentos de tensión interna).

5. *¿Por qué ayudan a un lado y al otro no?*

Nuestra acción humanitaria es neutral, imparcial e independiente, ayudamos a quienes nos necesitan sin distinción de raza, credo político o religión. Hemos ayudado a quienes más lo necesitan de acuerdo a nuestras posibilidades y cumpliendo con nuestros siete principios, valores institucionales y la misión de aliviar el sufrimiento humano.

6. *¿Cómo puedo ser voluntario de la CRB?*

Postulándose a las convocatorias de nuestras Filiales Departamentales y/o Municipales; dependiendo del lugar donde tenga residencia y podrá brindar su servicio voluntario conforme lo establecen nuestras normas institucionales vigentes (Estatutos y Reglamentos de CRB, Reglamento de Voluntariado).

7. *¿Quiénes pueden subir a una ambulancia?*

En nuestras ambulancias solamente se transporta personal voluntario de nuestra institución debidamente identificada y personas que requieran traslado a un centro hospitalario. No trasladamos ningún tipo de objeto o arma que cause daño.



8. ¿Un miembro de alguna de las Filiales Departamentales puede ser funcionario de gobierno y a la vez es voluntario de la CRB?

Somos una institución de carácter voluntario, donde cada integrante es motivado por su deseo de ayudar a los más vulnerables, todos nuestros miembros se rigen bajo nuestros 7 principios, principalmente los principios de imparcialidad y neutralidad.

9. ¿Qué hacemos ante preguntas de otras instituciones?

Cuando nos refieran preguntas de otras instituciones, NO podemos emitir juicios u opiniones de ningún tipo con el fin de cuestionar las acciones de los demás, sino estaríamos violando nuestros principios de neutralidad e imparcialidad. Y remitimos a las autoridades competentes (por ejemplo: la policía o el ejército).

10. ¿Nosotros podemos categorizar la situación del conflicto?

NO. La información facilitada por nuestra institución debe estar basada en nuestro accionar humanitario, resaltar el trabajo basado en nuestros principios y nuestra misión de aliviar el sufrimiento humano. No podemos señalar, ni hablar de bandos políticos.

11. ¿Podemos dar información de las víctimas?

NO, debemos respetar la dignidad de las víctimas de emergencias.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cuando comunicamos en el contexto de Tensiones y Disturbios Civiles, el lenguaje que usemos debe ser tan neutral e imparcial, porque es primordial utilizar la terminología apropiada y ser conscientes del impacto que la comunicación, y el uso del lenguaje adecuado, tienen respecto a la seguridad de los de todo el personal de CRB (Acceso más Seguro). Escoger mal las palabras que usamos para comunicarnos puede dar la impresión de que estamos tomando una posición, lo que puede ser muy delicado. Si bien no es posible proveer un catálogo exhaustivo de términos apropiados para el uso de todos los mensajes pertinentes, este documento - que irá desarrollándose a medida que nuevas necesidades surjan, busca constituir una guía de base para facilitar una **COMUNICACIÓN MÁS SEGURA**.

No obstante, el lenguaje debe adaptarse al público, la situación, la ocasión o documento, y la terminología utilizada anteriormente o en ocasiones similares, etc. Es decir, depende del contexto. Teniendo en cuenta que éste varía, la misma terminología puede no servir para todas las circunstancias.



TERMINOLOGÍA DE LA GUÍA	
AMS	Hace referencia al Marco de “Acceso Más Seguro” el cual contiene un conjunto de acciones y medidas que, cuando se aplican conjuntamente con nuestros Principios Fundamentales en un contexto determinado, y según un enfoque estructurado, permite a las Sociedades Nacionales tener una mayor aceptación entre las personas y comunidades necesitadas, ganar su confianza y contar con más seguridad al momento de realizar una intervención a través de operaciones de carácter humanitario.
Operacional	Indica las actividades u operaciones necesarias para la realización de determinada intervención con una finalidad definida.
Comunicador	Es una persona que se dedica a transmitir eficientemente un mensaje a un público objetivo a través de un canal escogido dentro del proceso de comunicación; también es quien realiza un trabajo social para informar, expresar y convencer en cualquier medio masivo de comunicación.
Vocería	Persona que habla en nombre de otra, o un grupo, o una institución, entidad, etc., llevando su voz y representación.
Posicionar	Colocar o situar una cosa en la posición adecuada. Poner algo o a alguien en una posición o colocar a algo en alguna parte.
Interlocutores	Persona que dialoga o conversa con otra en situación formal. Cada una de las personas que toman parte en un diálogo.



Mensajes Clave	Se trata de un enunciado correctamente construido, que presenta lo que se quiere comunicar de una manera directa caracterizado sobre todo por su concreción. Los mensajes clave se consideran el fundamento dentro del plan de comunicación institucional, ya que a través de ellos se da a conocer el posicionamiento de la institución sobre un tema en particular.
Staff	Conjunto de personas que forman un cuerpo o equipo de estudio, información o asesoramiento en una determinada institución u organización.
Órgano de Gobierno	Dirige y administra, ejecuta los acuerdos del Directorio Nacional a la cabeza de un Presidente/a y ejerce la potestad disciplinaria sobre las demás funciones que le atribuyen los estatutos.
Órgano de Gestión	Ejerce competencias decisorias y asesoras en los términos y límites en que le sean delegados por el Consejo Técnico o por el Director Ejecutivo.
Estatus	Posición que ocupa de una determinada persona o situación dentro de un determinado marco de referencia.
Personería / personalidad jurídica	Personería jurídica es el reconocimiento que el Estado le brinda a estas entidades civiles sin fines de lucro que tienen como finalidad el bien común, que el Estado admite como propios abrazando sus objetivos.
Tensiones Civiles	Situaciones para las cuales no existe una definición jurídica propia. Los tratados relacionados con el Derecho Internacional Humanitario se refieren a ellas para distinguirlas de los conflictos armados.



TÉRMINOS CON ALGUNA CONNOTACIÓN	TÉRMINOS ALTERNATIVOS
Crisis Crisis humanitaria	Situación económica actual, situación país
Hampa Delincuencia	Inseguridad
Migrantes Migrantes irregulares Personas indocumentadas Personas ilegales	Viajeros Personas en tránsito dentro del país. Viajeros en situación irregular
Personas (niños, abuelos) dejados atrás	Familiares vulnerables de personas que han viajado
Bloqueos Disturbios Disturbios civiles	Obstrucción de vía pública Cierre de calle Alteraciones del Orden Público Protestas o manifestaciones
Oficialismo Régimen Gobierno Masista / Masistas	Organizaciones de gobierno partidos políticos en el poder. Personas seguidoras del gobierno Autoridades Nacionales, Autoridades estatales, Autoridades locales, Autoridades municipales
Oposición Resistencia	Organizaciones políticas Partidos políticos adversarios o contrapuestos al Gobierno
Partidos de la izquierda	Organizaciones políticas Partidos políticos Organizaciones de gobierno Partidos políticos en el poder
Represión policial	Uso de la Fuerza y agentes
Guerra	Conflicto armado.
Presos Presos políticos	Este término tiende a tener una connotación negativa, por lo que se recomienda evitarlo y utilizar los siguientes. Detenidos Personas detenidas / en detención Personas privadas de libertad Víctimas Familiares
Milicos Organismos de represión	Fuerzas Armadas



Pacos Tombos	Cuerpos policiales
Bandas Colectivos armados Ordas Masistas Paramilitares	Civiles Armados
Barrio	Comunidades vulnerables Comunidades priorizadas
Violencia social	Es un término que califica un tipo de violencia que abarca violencia intrafamiliar, delictiva, etc. Situación distinta a la de conflicto armado.
Enfrentamientos armados	Término usualmente ligado al DIH. Enfrentamientos Intercambio de disparos Intercambio de fuego Balacera
Bandas armadas Bandas de narcotraficantes Bandas criminales Facciones Grupos de narcotraficantes armados	Actores armados, Grupos armados Actores armados no estatales
Líder de banda, Líder de pandilla... un grupo que ejerce control sobre la población y el territorio	Líder de grupo Jefe de grupo Líder Líder de zona Un grupo con presencia en una zona Actores armados con presencia en un área
Personas ilegales, indocumentados	Personas que viajan Personas en situación de movilidad Viajeros en situación irregular
Muerto Restos humanos	Se debe utilizar un lenguaje dignificante: Cuerpo
Restos mortales	Cadáver Persona fallecida no identificada (si es el caso)
Civiles	El término es válido únicamente en contexto de conflicto armado. En el caso Boliviano, "civiles" no debe ser usado para describir víctimas comunes que no forman parte en actos de violencia. Personas Ciudadanos Habitantes de la comunidad XXXXXXXX Residentes de la zona XXX / urbanización / comunidad.



<p>Portadores de armas</p>	<p>Evitar este término. Aunque es correcto en sí, dependiendo del público, no todos lo entienden. Actores armados (término genérico) Actores armados no estatales Actores armados estatales (fuerzas armadas y de seguridad).</p>
<p>Presuntos narcotraficantes</p>	<p>Actores armados no estatales Actores armados</p>
<p>Ataque a la misión médica (servicios de salud)</p>	<p>Respeto a los servicios de salud. Impacto/ efectos de la violencia en los servicios de salud.</p>
<p>Tortura Malos tratos Tratos degradantes</p>	<p>Es preferible utilizar estos términos solo cuando la COM OP se realice a militares y policías. Cuando el público sean interlocutores de otras organizaciones, es mejor evitarlos.</p>

3



GUÍA DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN CRISIS





Todas las organizaciones son vulnerables a las crisis. No se puede servir a una población sin estar sometidos a situaciones de demandas, acusaciones de falta de atención, y otras situaciones de inestabilidad sobre las cuales tanto nuestras audiencias, la comunidad y los medios de comunicación a menudo concentran su atención. En caso de una situación crítica, donde esté en grave riesgo la imagen, confianza e integridad institucional, se requiere de la suma de esfuerzos locales y nacionales para minimizar su impacto en la reputación de Cruz Roja Boliviana y/o las Filiales Departamentales y Municipales.

En cualquier caso y que se requiera a Cruz Roja Boliviana y/o las Filiales Departamentales y Municipales, para dar una respuesta a un medio de comunicación a nivel nacional, es necesario respetar y seguir el siguiente procedimiento. Esto implica que antes de salir públicamente a enfrentar medios de comunicación es obligatorio:

- Creación del Gabinete de Crisis (Cabeza la Presidenta de la Sociedad Nacional, Dirección Ejecutiva, Unidad a fin al conflicto, Asesoría Legal y Unidad de Comunicación).
- Protocolos y política de comunicación.
- Diseño de herramientas comunicacionales.
- Líneas de acción.
- Abogacía.
- Acercamiento a medios de comunicación (reconocer medios aliados).
- Identificación de líderes de opinión e influencers que apoyan la labor de Cruz Roja Boliviana.
- Formación y vocería a puntos focales de comunicación o comunicadores de las distintas Filiales de Cruz Roja Boliviana.
- Fortalecer e Integrar equipos de comunicación sólidos en cada una de las Filiales Departamentales y Municipales.

Método de trabajo

Establecer equipos de trabajo multidisciplinarios y de apoyo para el desarrollo de Planes de Comunicación en Crisis en cada Filial Departamental / Municipal basados en las capacidades locales y en los niveles de respuesta ante una situación de comunicación en crisis.

La metodología a implementarse tiene como objetivo proponer un sistema de gestión de crisis que, antes, durante y después permita delimitar cuál es la estrategia de comunicación más eficaz para detener o afrontar una situación de amenaza a la reputación de la institución considerando los riesgos relacionados de acuerdo a la tipología de la crisis.

Investigación y diagnóstico de antecedentes de crisis en cada Filial y evaluación del manejo de la información.



Establecer acciones directas de coordinación con cada Filial Departamental / Municipal para ejecutar el Plan de Comunicación e implementar un sistema de monitoreo y análisis continuo de lo que se dice, se publica y percibe en la opinión pública, en los medios de comunicación, líderes de opinión y posibles tendencias en redes sociales.

CREACIÓN DEL COMITÉ DE CRISIS

Deberá estar integrado (hay que pedir su conformación) por la Presidenta Nacional, Presidente de la filial, Secretario General, Asesor Legal, Responsable Unidad referente al conflicto, Delegado/a voluntariado, Responsable de Comunicación de la Filial Departamental / Municipal y de la Oficina Central y por cualquier otro miembro que las autoridades estimen necesario su participación.

LO QUE SE VIENE (STATUS DE CONFLICTO)

La fase aguda, caracterizada por la presión de los medios de comunicación y la espectacularización de la información con alta repercusión en la opinión pública.

La fase crónica, en la que la Cruz Roja Boliviana tendrá que hacer frente a las consecuencias jurídicas, administrativas, institucionales y de reputación.

La fase de recuperación, que se prolongará durante un largo período de tiempo (evaluado por caso) en el cual CRB debe restablecer el equilibrio anterior a la crisis y el efecto por el impacto negativo del tema.

LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DEBEN SER:

- Minimizar publicidad/apariciones negativas.
- Eliminar la cobertura de actividades de la Filiales en el corto plazo (seis meses a un año).
- Preservar la confianza pública a través de mensajes periódicos.
- Identificar aspectos positivos a nivel de la Red Nacional, Departamental y Municipal.
- Asegurar un balance en la presencia en medios sobre el caso (determinado por el comité de crisis).

1. PROCEDIMIENTOS SOBRE VOCERIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN (REVISAR POLÍTICA DE COMUNICACIÓN)

Por la función que ejerce y el conocimiento que tiene la o el Presidente de la Sociedad Nacional o el de cada Filial Departamental / Municipal, El Director Ejecutivo como la autoridad máxima del organismo de gestión y/o el responsable del Operativo, siguiendo el conducto regular; son las personas autorizadas para hablar sobre el tema en declaraciones a los medios de comunicación. Ellos son los únicos (o los que

designe la máxima autoridad por competencia) que pueden delegar la vocería a otro funcionario. En caso de declaraciones dadas por cualquiera de nuestras autoridades o voceros designados ningún otro funcionario deberá formular aclaraciones ni complementar lo expresado por los voceros, salvo que así lo haya autorizado el Comité de Crisis.

2. DEFINICIÓN Y TIPOS DE VOCEROS

LOS VOCEROS en el presente caso tienen la autoridad emanada por el cargo que ejercen y las responsabilidades que atienden, es decir, están **AUTORIZADOS** para dar declaraciones a los medios de comunicación. Los voceros serán **LA VOZ** de la Institución. Son figuras fundamentales de la Comunicación institucional de **CRB** (esto aplica tanto para las comunicaciones internas como externas). Al ser voceros institucionales, no deben jamás emitir una opinión personal.

3. RESPONSABILIDAD DEL VOCERO

Conocimiento profundo de los mensajes clave.

Debe tener capacidad para no involucrarse con opiniones o posiciones sobre factores políticos o públicos que vayan en contra de la institución.

Deben tener presente que sus actitudes frente a los medios de comunicación, benefician o perjudican la reputación e imagen de la entidad.

4. ATENCIÓN A LOS MEDIOS

Durante la fase aguda de la crisis, los medios de comunicación podrían tener interés en un momento determinado por cubrir información, es importante tomar en consideración algunas recomendaciones:

- De la llegada y atención a los medios de comunicación.

El primer filtro será el Responsable Nacional de Comunicación y Difusión de la Oficina Central y/o Filial Departamental / Municipal quien será quien comunique al comité de crisis o máxima autoridad presente de la presencia de medios en las instalaciones de la Oficina Central o la infraestructura de las Filiales Departamentales y/o Municipales. Los otros funcionarios deben evitar tener contacto directo con los medios de comunicación sin la intermediación de algún representante del equipo de Imagen institucional.

Cuando el responsable de comunicación o el vocero designado se reúna con periodistas debe en todo momento tener un trato cordial y respetuoso procurando la comodidad de los mismos y contribuyendo a que puedan realizar su labor informativa.

5. OJO: NO EXISTE EL “OFF THE RECORD” NUNCA

Esto quiere decir que así respondamos por teléfono una consulta, enviemos un



correo o hablemos informalmente con un periodista, éste siempre podrá utilizar dicha información como oficial. No se puede facilitar información confidencial a menos que el Comité de Crisis lo autorice y autorice al vocero para decirlo. La relación con los medios de comunicación es profesional y está basada en aportar contenidos de aquella información que puede ser pública.

6. ACTUACIÓN GENERAL DE LOS VOCEROS

SOLO la Presidenta/e de la Sociedad Nacional de la Cruz Roja Boliviana, es la máxima autoridad del Comité de Crisis y quien tendrá la potestad de autorizar a los voceros actuar frente a la situación de crisis comunicacional que se presente en este caso. Recordemos que nuestros públicos objetivos no son sólo los periodistas, él vocero es el vínculo con la opinión pública y sus declaraciones comprometen a la institución.

7. RECOMENDACIONES PARA NUESTROS VOCEROS

- Mantener siempre la calma y concentrarse en los mensajes clave.
- Debemos fijar la posición de Cruz Roja Boliviana con la información disponible y de acuerdo a lo autorizado **POR EL COMITÉ DE CRISIS**.
- **NO** debemos caer en el error de contestar con el mismo sarcasmo con que se hacen preguntas o declaraciones capciosas o mal intencionadas.
- **NO** debemos especular frente al caso que nos afecta y más bien ser claros y precisos.
- **NO** mentir o dar cabida a la mentira o rumores mal intencionados.
- **NO** debemos personalizar nuestra opinión, pues es institucional.
- **NO** ofrecer más información que lo acordado por el Comité de Crisis.
- **DEBEMOS EVITAR** hablar en negativo y hacerlo en positivo, en función de las acciones que se han tomado para resolver la situación.

8. CÓMO NOS DEBEMOS PREPARAR

En conferencias o Ruedas de Prensa

- Cada vocero debe prepararse para las preguntas difíciles para lo cual se debe tener un banco de preguntas y respuestas posibles que deberán ser elaboradas junto al Responsable Nacional de Comunicación, la Dirección Ejecutiva, el Asesor Legal y el Responsable del área afín al conflicto suscitado; con la finalidad de dominarlas antes de acceder a una entrevista.
- El Responsable de Nacional Comunicación y/o de las Filiales Departamentales y Municipales deben asegurar que el salón o espacio dispuesto cumpla con todo lo necesario para que se cumpla una entrevista o rueda de prensa.
- Al llegar al salón dispuesto para tal fin, será el responsable de Comunicación quien reciba cortésmente a los periodistas.



- Los voceros deben asegurarse de hacer siempre contacto visual con toda la audiencia al presentar su exposición y transmitir sus mensajes, siempre con respeto. Esto genera confianza y credibilidad.
- Durante la rueda de prensa, el vocero, apoyado por el Responsable de Comunicación, debe promover el esquema de “una pregunta a la vez”. De ser posible, direccionar las respuestas con el nombre del periodista que realiza la pregunta.
- El vocero debe iniciar la respuesta dirigiendo su mirada a quien pregunta y luego responder a toda la audiencia.
- Cuando el vocero sienta que cumplió su objetivo, debe dar por terminada la rueda de prensa realizando un cierre con sus conclusiones.
- Luego, despídase cortésmente y retírese del lugar.
- Es prioritario que la Presidenta/e Nacional delegue a la persona responsable dentro del Comité de Crisis a la comitiva de funcionarios que estructurará una agenda de visitas programadas con las autoridades de Gobierno locales y nacionales, así como a socios estratégicos, aliados y donantes, para dar a conocer de manera oficial, específica y clara la situación, así como las acciones que ejecutará.

Si un periodista se pone en contacto directamente con usted, debe proceder de la siguiente manera:

a) Evitar pronunciamiento alguno y responda **“Nuestra Oficina de Comunicación es quien se encarga de la atención a los periodistas y de responder a sus peticiones. Con gusto les haré llegar sus datos y su petición para que se pongan en contacto con usted lo más pronto posible”**.

b) Ante cualquier pedido de entrevista, el responsable de Comunicación debe registrar los siguientes datos: Nombre del periodista, nombre del medio de comunicación, hora de la llamada o solicitud si lo hace personalmente, número de teléfono y otros datos de contacto (e-mail, celular), asunto por el que se interesa, urgencia con la que necesita la información (esa misma tarde, dentro de una hora, durante la semana, etc.).

c) Notificar de forma inmediata al vocero, comité de crisis o máxima autoridad responsable de Comunicación en Oficina Central o en la Filial Departamental y/o Municipal, dependiendo del caso.

d) Se sugiere abrir un grupo Whats App, como canal de consulta urgente y para que esté en conocimiento de todos y todas en caso de que, por vía telefónica, correo electrónico o llamada telefónica no sea posible.



9. LOS MENSAJES CLAVE

Para construir nuestra declaración pública – Los mensajes clave son la guía de palabras o ejes del discurso que vamos a comunicar y cobran vital importancia en cada situación de crisis comunicacional que tendremos que afrontar y enfrentar. – Los mensajes clave específicos en este caso de crisis debe ser construidos en el COMITÉ DE GESTIÓN DE CRISIS. No es una responsabilidad únicamente del comunicador sino de todos, ya que deben incluirse asuntos técnicos, legales y administrativos.

10. PRIORIDADES EN EL MENSAJE

Es esencial que todas las declaraciones – orales o por escrito reflejen las siguientes prioridades:

1. El o los afectados y sus familias: siempre tendrán el primer lugar
2. El rol de CRB en este caso: la segunda prioridad
3. La ciudadanía y medios de comunicación: Estamos subordinados en este caso, a la opinión pública y a la demanda de información por parte de los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales.

11. RECURSOS DE COMUNICACIÓN

1. El comunicado de prensa.
2. Rueda de prensa.
3. Conferencias de prensa (Vocero solo lee comunicado).
4. Notas de prensa.
5. Visitas programadas con antelación a líderes de opinión y directores de medios.
6. Pronunciamientos en redes sociales (reproduciendo mensajes clave).
7. Abogacía interinstitucional, socios, aliados estratégicos y donantes.
8. Elaboración de materiales e insumos sobre nuestra labor.



GUÍA DE ACCIÓN PARA EQUIPOS DE RESPUESTA A EMERGENCIAS





GUÍA PRÁCTICA

Para Equipos de Respuesta a Emergencias

RECOMENDACIONES PARA SU DESEMPEÑO Y SEGURIDAD

Como parte del voluntariado o personal rentado de Cruz Roja Boliviana, usted es la cara pública de la institución en una operación de emergencia, desastre o crisis. Recuerde que todo lo que usted haga, comente o declare puede estar siendo registrado por un medio tecnológico de comunicación sin que usted lo sepa e incluso por las mismas personas a las que está ayudando o brindando asistencia. Antes de salir a una actividad o misión, infórmese, asegúrese de conocer los protocolos de seguridad operativa y acceso más seguro de la actividad para la cual ha sido convocado. Pida una inducción a su inmediato superior si fuese necesario.

- ▶ Debe estar correctamente uniformado y llevar siempre consigo la credencial de identificación en un lugar visible, así como sus documentos personales y de vacunación de ser necesario.
- ▶ Espere hasta recibir instrucciones por parte del Responsable, antes de emprender cualquier acción y proceda luego con orden y serenidad.
- ▶ Antes de iniciar la operación en terreno, consulte con su inmediato superior o quien esté al mando del equipo de respuesta, quién es el vocero a cargo, su(s) nombre(s), cargo(s) y teléfono(s) de contacto.
- ▶ Una vez en terreno, explique los motivos de su presencia y de ser posible, los Principios Fundamentales en los que basamos nuestro accionar (Repetir y estar seguro de los principios en los que se basa nuestro accionar en situaciones como las actuales).
- ▶ Manténgase en comunicación constante con el Responsable de la actividad o del despliegue del equipo de respuesta, incluso las preocupaciones que tenga acerca de cualquier situación u otro miembro del equipo. (disipar cualquier tipo de duda).
- ▶ Vele siempre, de que su labor transcurra en lugar seguro y en condiciones de seguridad para usted y los voluntarios que se encuentren con usted.
- ▶ En los lugares y con las personas que no conozca, vele por respetar las normas, costumbres y creencias locales, (no emitir ningún criterio, mirada o tono de voz que ponga en riesgo el discurso de nuestra institución; TODO COMUNICA).
- ▶ Cada una de las distintas personas con quienes esté usted en contacto necesita determinados datos que usted debe aportar y es, a la vez, una fuente de información. (Voluntarios, movilizados, Policías y/o Militares – COMUNICARSE DE FORMA CALMADA Y CON UN DISCURSO CLARO Y SIMPLE).
- ▶ Procure Informar solo acerca del trabajo que realiza y cómo puede ayudar



a las personas brindándoles información útil, no haga preguntas fuera del contexto de su trabajo ni opine sobre personas, instituciones o hechos que hayan sucedido o estén sucediendo.

- ▶ Si se le acercan medios de comunicación y empiezan a filmarle solicitándole información, remítalos al Responsable de la Actividad u otras personas encargadas de las relaciones con los medios de comunicación. (Tenga a la mano una lista de contactos de los responsables del despliegue de los equipos de respuesta).
- ▶ Si no tiene opción, porque lo están filmando en vivo o grabando, nunca diga “no estoy autorizado a hablar” en este caso, solo informe acerca del trabajo que usted realiza en terreno. No opine con respecto a una situación que no conoce y comprométase con el periodista para enviarle la información si hay datos de la operación que desconoce. (Cumpla con su palabra y traslade el requerimiento al Responsable de la actividad y/o a un sub responsable o vocero oficial).
- ▶ Recuerde: NO está autorizado a tomar fotografías o grabar videos; publicar en perfiles personales o enviar por Whatsapp, sean actividades que usted hace en terreno o de los afectados y/o personas a quien se brinda asistencia. (Exceptuando para registro institucional en caso de ser necesario).
- ▶ Recuerde que cualquier dato que transmita o información que comunique pueden ser interceptados y tener consecuencias de índole política, religiosa, condición social o de seguridad.

POR NORMA

- Envíe al Responsable de la Actividad o al Centro de Operaciones instalado en su Filial Departamental y/o Municipal, toda la información que pueda con puntualidad, como la labor que está realizando y lo que haya llevado a cabo, lo que ocurrió y lo que esté ocurriendo en su zona; también debe usted recibir con regularidad información fiable sobre las condiciones de seguridad. (Mantener una comunicación constante cada 15 minutos cronometrados enviar y recibir información – Base y operaciones).
- ▶ **En sus Comunicaciones o informes:**
 - Sea objetivo, no subjetivo;
 - Sea breve;
 - Vaya al grano y aporte siempre datos claros y concisos;
 - Limite las conversaciones al mínimo indispensable para el intercambio de datos cruciales;
 - Nunca divulgue los nombres ni apellidos de los heridos ni datos de índole policial o militar.
 - No emita juicios de valor sobre personas heridas, atendidas, autoridades,



instituciones o con respecto a declaraciones aparecidas en medios de comunicación, redes sociales o en terreno.

- ▶ Debe informar acerca de cualquier incidente que ponga en peligro la seguridad de los voluntarios que trabajan con él (MAS VALE PREVENIR SITUACIONES Y EVITAR TODO TIPO DE RIESGOS).
- ▶ No olvide que siempre debe pensar en su seguridad, antes que nada (PRIMERO YO, SEGUNDO YO Y TERCERO, LA SEGURIDAD DE MIS COMPAÑEROS).
- ▶ Tenga un comportamiento cortés y respetuoso siempre que dialogue con personas que recurren a la fuerza o a la violencia. Puede que algunos estén fuera de sí, por ejemplo: personas agresivas, ebrios o bajo los efectos de las drogas, en ese caso, trate de evitar problemas y sea flexible y amigable con ellos. Escuche con paciencia y explique luego lo que está haciendo. (PERMANECER CON LA IMAGEN Y EL DISCURSO AMIGABLE).
- ▶ En situación de peligro recuerde que lo mejor suele ser abandonar de inmediato lo que está haciendo. (SIEMPRE PRECAUTELAR SU SEGURIDAD Y LA DE SUS COMPAÑEROS).
- ▶ Cumpla rigurosamente las directrices de las autoridades del Estado a cargo de la seguridad. Nunca desobedezca a los agentes de control encargados de la zona en la que desempeñe su labor. (SEA RECEPTIVO Y DE ESCUCHA ACTIVA).
- ▶ **NUNCA ACEPTE LLEVAR** con usted en un vehículo a personas armadas ni les ofrezca refugio.
- ▶ **NUNCA TOQUE OBJETOS SOSPECHOSOS** o desconocidos sin autorización.
- ▶ Usted debe familiarizarse con los planes para la evacuación en situaciones de urgencia y saber cómo actuar.
- ▶ Sea prudente y conserve siempre la calma.
- ▶ **NO PORTE PRENDAS DE TIPO MILITAR** como, chamarra, cinturones, pañoletas, pasamontañas; entre otros, para evitar ser confundido como persona infiltrada poniendo en riesgo la seguridad.

IMPORTANTE

- ▶ En caso de que se produzca cualquier incidente que afecte la seguridad operativa se debe informar inmediatamente a Sede Central, al Responsable Nacional de Socorro y Desastres, Dr. Rubén Gonzales Celular: (+591) 71572889 Correo: socorro@cruzrojaboliviana.org ; Punto Focal de ACCESO MÁS SEGURO Ing. Patty Condori Celular: (+591) 78817878 / Correo: rctf@cruzrojaboliviana.org
- ▶ Mantener comunicación constante con canales de comunicación de línea alta y baja con la Presidencia Nacional en coordinación con la unidad que corresponda.



- ▶ Brindar apoyo en vocería o información a las Filiales Departamentales y Municipales, coordinar con Responsable de Comunicación y Difusión, Lic. Gerardo Escobar Moscoso (Telf.: (+591 78886831). e-mail: comunicacion@cruzrojaboliviana.org)

Mensajes clave de apoyo a declaraciones sobre nuestra labor

- El Emblema de Cruz Roja no es un símbolo político o religioso. Es un símbolo de PROTECCIÓN en todo el mundo que nos permite responder a las necesidades humanitarias en cualquier situación de emergencia o desastre.
- La Neutralidad para nosotros es un Principio Fundamental; nos abstenemos de participar en los conflictos y controversias. Nuestra labor es estrictamente humanitaria y ayudamos a aliviar el sufrimiento de las personas de manera desinteresada y sin discriminación alguna.
- Cada minuto es valioso cuando una ambulancia de Cruz Roja transporta un herido o enfermo grave.
- Nuestras unidades móviles de emergencia están debidamente identificadas, así como nuestros paramédicos y voluntarios. Cuando se permite el paso de una ambulancia, estamos ayudando a salvar vidas.
- En las ambulancias de Cruz Roja Boliviana se transporta únicamente personal de ayuda humanitaria con equipos de primeros auxilios y sus herramientas de trabajo.
- Para quienes se encuentren imposibilitados de transitar o trasladarse de un lugar a otros es importante identificar salidas y rutas de evacuación, así como el puesto de atención médica más cercana en caso de que el lugar en donde se encuentre no brinde las garantías necesarias.
- Nuestra labor es estrictamente humanitaria para contribuir a dar respuestas oportunas y acordes con las necesidades de las poblaciones más vulnerables en situaciones de emergencia o desastre.
- El Emblema de la Cruz Roja es un símbolo de humanidad en todo el mundo. La Cruz Roja NO es una institución pública del Estado. Somos una organización privada presente en 192 países alrededor del mundo y nuestra labor es exclusivamente humanitaria.

5



MANUAL DE USO DE REDES SOCIALES PARA LA SOCIEDAD NACIONAL BOLIVIANA



1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías están cambiando la forma en la que nos comunicamos. Las noticias pasaron de ser locales a mundiales y a difundirse en cuestión de segundos. Personas, empresas y comunidades utilizan las Redes Sociales para transmitir sus mensajes y para mantenerse informados, todo al alcance del bolsillo y con la facilidad de un click.

La Cruz Roja Boliviana (CRB) inicia su camino hacia la vanguardia en el ámbito de la comunicación, es por ello que maneja que en la actualidad se ve la necesidad de fortalecer el manejo de sus cuentas en varios medios digitales como: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Linked in y páginas web.

Manejar una cuenta institucional implica una alta responsabilidad, pues cada publicación estará bajo la lupa del mundo digital y de los miembros del Movimiento.

Este manual ha sido ideado para brindar los lineamientos básicos, guías y herramientas a los comunicadores de las Filiales Departamentales y Municipales con el objetivo de fortalecer y mantener una buena imagen institucional.

2. REDES SOCIALES

2.1 Conceptos básicos

Las redes sociales son espacios digitales; además, de facilitar la interacción entre los usuarios. Aprender a manejar estas herramientas se ha vuelto esencial. Las publicaciones pueden impactar de forma positiva o negativa la imagen de nuestra institución. Cada Red Social tiene una dinámica diferente.

2.2. Cuentas de uso oficial

Facebook: <https://www.facebook.com/cruzrojabolivina/>

Twitter: <https://twitter.com/cruzrojaboliviana>

Instagram: <https://www.instagram.com/cruzrojaboliviana/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/cruzrojabolivianaCRB>

Página web: <http://www.cruzrojaboliviana.org>

3. NORMATIVA

3.1. Diferenciación entre una cuenta Institucional y personal

Cruz Roja Boliviana reconoce que el uso de medios sociales es una cuestión personal. Sin embargo, hay circunstancias en las que, debido a las funciones que desempeña la persona y/o a la naturaleza de la información publicada en el medio social, su uso también afecta a la institución, justificando limitaciones a la libertad del personal y voluntarios en su uso de medios sociales, puesto que, nos encontramos sujetos a nuestros 7 principios fundamentales.

Al momento de utilizar plataformas de medias sociales, el personal y voluntarios



de Cruz Roja Boliviana deberán seguir las siguientes normas de conducta:

- Respeto a las leyes nacionales.
- Respeto de las normas y políticas de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR).
- Respeto a las personas, esto involucra actuar según nuestros 7 Principios Fundamentales e interactuar con los seguidores de nuestras cuentas en las Redes Sociales. Lo que supone:
 - Tratar a todas las personas por igual y sin discriminación alguna por motivos de nacionalidad, raza, sexo, religión, condición social, orientación sexual u opiniones políticas, y tomando en cuenta el respeto a las costumbres, hábitos y creencias religiosas de las personas.
 - Abstenerse de todo acto que se pudiera considerar acoso o acoso.
 - Independencia, es manifestar en todas las publicaciones en medios sociales que se habla en nombre propio, y que sus opiniones no representan las de la organización.
 - Neutralidad, no utilizar plataformas de medios sociales (ej.: perfiles personales en redes sociales, cuentas oficiales de CRB o páginas o cuentas de terceros) para expresar una opinión sobre eventos de índole política o participar en actividades políticas que puedan desprestigiar la imparcialidad, neutralidad o independencia de Cruz Roja Boliviana.
 - El personal y voluntarios, en lo posible, no deberán usar los emblemas de la Cruz Roja, Media Luna Roja y/o Cristal Rojo como parte de su perfil o portada de redes sociales.

3.2. Consideraciones para cuentas

Las Filiales Departamentales y Municipales junto con la Oficina Nacional son las únicas autorizadas para la apertura de sus Redes Sociales.

Los programas, áreas operativas y líneas de acción, entre otros, NO pueden crear cuentas.

Asimismo, la Unidad de Comunicación y Difusión de la Oficina Central se reserva el derecho a:

- Monitorear las actividades y conducta del personal y voluntarios que administren las cuentas de CRB, páginas de terceros, así como en perfiles personales de acceso público, para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de este Manual, apegados a los 7 Principios Fundamentales del Movimiento con la finalidad de evitar conflictos ideológicos y/o de otra índole.
- Solicitar la modificación o eliminación de contenido publicado en cualquier cuenta institucional que no cumpla con los requerimientos y estándares establecidos por este Manual (ej.: identidad visual, postura oficial).

- Solicitar la cancelación de cuentas o páginas de uso oficial creadas sin realizar el procedimiento establecido o tener la aprobación de la Unidad de Comunicación y Difusión.
- Solicitar la eliminación de contenido o material publicado por personal o voluntarios de CRB en cuentas propias o de terceros, que violen las disposiciones enumeradas en este Manual.
- Reportar cualquier supuesto caso de violación de este manual por parte de un miembro que haga manejo el uso de redes de manera indiscriminada por parte cualquier componente de la Sociedad Nacional, a nivel Departamental y Municipal con la respectiva comunicación a través del conducto regular para poder notificar estos hechos al Presidente, para que ponga en contexto a la Presidencia Nacional y a la Unidad de Comunicación de CRB.

3.3. Manejo de Mensajes negativos, quejas y crisis

Cruz Roja Boliviana mantiene una buena actitud reputacional digital; sin embargo, pueden surgir quejas o crisis que la pongan en peligro. Es importante saber como actuar ante estas situaciones. En momentos de calma debemos preparar un protocolo de acción para diferentes escenarios (quejas, desastres naturales emergencias, etc.)

Lo fundamental es no reaccionar impulsivamente y comprender la posición del usuario que está realizando la queja o denuncia. Si no sabes cómo actuar, pide apoyo a un superior, a la Unidad de Comunicación de la Oficina Central o a la persona encargada de los medios digitales.

Cuando las personas colocan quejas debes ofrecer comentarios positivos, sugerir soluciones y evitar las discusiones. Para resolver el reclamo puedes comunicarte por mensaje interno con el usuario para pedir más información sobre la situación que este denunciando; así obtendremos los datos necesarios para saber a qué persona o área de la población redirigir el caso o la representación.

En caso de recibir mensajes negativos u ofensivos, no se los debe eliminar bajo ningún concepto. Quien haya expresado su opinión (aunque fuera negativa) tiene todo el derecho de hacerlo. Si un usuario está enojado con la institución y, en lugar de darle una respuesta, se opta por borrar su comentario, es muy probable que el enojo del usuario se multiplique y se genere una guerra de comentarios dentro del perfil de la institución, que terminará viéndose mucho peor que el comentario realizado en primer lugar con su respuesta correspondiente. Recordemos que las respuestas a los usuarios deben realizarse en las primeras 24 horas.

Cada vez que contactemos al usuario por un mensaje interno y le pidamos sus



datos de contacto para hacer seguimiento de su consulta, queja o reclamo, debemos informar al usuario que los datos que nos proporciona se manejan de manera confidencial, únicamente para hacer seguimiento de su caso.

Las calificaciones en nuestra página de Facebook y los datos que hemos solicitado al usuario, deben ser enviadas al Área o a la Unidad a la que corresponde la queja realizada, para que los contacten y ofrezcan una solución al usuario y hacer seguimiento, para asegurar una respuesta adecuada y oportuna al usuario. (Manejo de Crisis).

4. A LA HORA DE CREAR CUENTAS EN REDES SOCIALES

Consideraciones generales

Es importante mantenernos informados y conocer las redes sociales con mayor alcance en nuestro medio, no solo a nivel mundial, sino a nivel local. Según Estudios a nivel global, se menciona que 9 de cada 10 internautas a nivel mundial están en redes sociales. De los cuales, el 96% se encuentra en Facebook, 84% en Twitter y 58% en Instagram.

Antes de crear una nueva red social para las Filiales Departamentales y Municipales, investiga a tu comunidad y observa cuáles son sus preferencias en cuanto a las redes que más utilizan. Analiza que plataforma se acopla mejor al mensaje o los mensajes que deseas difundir.

Previo a crear una cuenta en Redes Sociales, debes estar seguro que poseen material suficiente para mantener una programación de contenidos frecuente (frecuencia); Asimismo, asegúrate de contar con una persona que conozca como administrar estas plataformas digitales y que pueda monitorear a diario sus Redes Sociales.

4.1 Abrir tu cuenta

Tras el análisis a tu comunidad, y con conocimiento comprobado de la red social que necesitas en tu Filial, debes seguir los siguientes pasos:

- Solicita la aprobación a las máximas autoridades de tu Filial Departamental y Municipal.
- Designa uno o dos encargados del manejo de la nueva cuenta, de preferencia voluntario o pasante del Área de Comunicación, de no ser así, se deben contar con personal rentado de la institución. (Si se designa a un voluntario, debe contar con la supervisión directa de una persona de la Oficina Central, Filial Departamental y Municipal).
- Obtén el acceso a un correo institucional. A este se le asignara la cuenta. Bajo ningún concepto se deben crear cuentas con correos personales (para evitar



corte de información en el caso del ciclaje del voluntario).

- Ponte en contacto con la Unidad de Comunicación de la Oficina Central para brindarte apoyo en la apertura de la nueva red social y realizar el seguimiento respectivo.

5. Protección de Nuestra Imagen Institucional

La imagen es la parte más importante de nuestra red social, pues es el canal por el cual proyectamos la labor que realizamos en nuestras comunidades. Para lo cual, debemos ser muy cuidadosos tanto con el texto como con las imágenes que decidimos publicar.

5.1. Textos

Revisa las siguientes recomendaciones antes de publicar un texto:

- Asegúrate que la redacción no tenga faltas ortográficas, ni de puntuación. Usa frases cortas, se conciso en tus mensajes, respeta la elaboración de Head Lines para Redes Sociales.
- Es importante utilizar hashtags (HT) en Twitter, Facebook, Instagram. De esta manera, la Oficina Central, pondrá en consideración crear HT para campañas o proyectos nacionales, debes estar atento los Kit de Comunicación que se envían desde la Coordinación de la Sociedad Nacional a través de la Unidad de Comunicación para que se pueda unificar los textos y crear uniformidad y fuerza en los mensajes que se elaboran.
- Evita utilizar siglas, en lo posible usa el nombre completo de los proyectos o instituciones, ya que no se debe dar por sentado que todo nuestro público conoce las siglas que usa nuestra institución.
- Previo a publicar, revisa una vez más el texto para asegurarte que cumple que todos los parámetros mencionados anteriormente.

5.2. Sobre la elaboración de videos

Toma en cuenta las siguientes recomendaciones antes de producir un video para tus Redes Sociales:

- No es necesario contar con una cámara profesional, lo puedes grabar desde tu celular, asegúrate que estés grabando en alta calidad.
- Al momento de grabar, la cámara o el celular deben ser colocados siempre en forma horizontal.
- Si vamos a producir un video, es necesario realizar tomas que complementen el tema del que vamos a tratar y que estén relacionadas con el texto o testimonio que vamos a incluir en nuestra producción.
- Un video para Redes Sociales no debe durar más de 1 minuto, en lo posible debe tener una duración entre 30 a 45 Segundos.
- Los videos deben tener una finalidad: contar un testimonio, difundir mensajes

clave. Previamente se debe trabajar en un guion para evitar demoras o tropiezos en la producción.

- Si en el video salen personas que no son parte de Cruz Roja Boliviana, se les debe informar que se está trabajando en un video para ser publicado en las cuentas oficiales de CRB. La persona debe dar su autorización, bien sea firmando un documento o grabando en video su permiso.
- Los videos deben estar en formato mov o mp4 y su peso no debe exceder los 100 Megabytes.

5.2 Registro Fotográfico

- Las fotografías deben ser tomadas en buena calidad. Asegúrate que no estén contraluz, pixeladas o en baja resolución.
- Cuando voluntarios o personal rentado salgan en las imágenes, debes asegurarte que usen el uniforme apegados al Manual de Uniforme de la institución.
- Si en las fotografías salen niñas y/o niños, debes asegurarte que no se encuentren en situación de vulnerabilidad o que o su dignidad se vea vulnerada por la imagen. Además, se debe contar con la autorización de sus padres o representante legal.
- Las fotos deben reflejar la labor que se realiza en cada Filial Departamental y Municipal; es decir, se debe ver la interacción con la comunidad. No pueden ser fotos posadas de los voluntarios o del personal rentado.

6. ¿Qué contenido publicar?

6.1 En Facebook

Es la de mayor difusión actualmente, permite publicaciones de texto, fotos, videos y gifs. Además, puedes crear álbumes de fotos y colocar Hashtags. Sin embargo, estos últimos no tienen el mismo protagonismo que en Twitter. El emblema de Cruz Roja Boliviana (CRB) solo puede ser utilizado en cuentas oficiales de Oficina Central, Filiales Departamentales y Municipales.

6.2 En Twitter

Es la red de difusión de noticias por excelencia, se pueden publicar textos de 280 caracteres y agregarles hasta cuatro fotos, 1 video y 1 gif. Al igual que en Facebook, El emblema de Cruz Roja Boliviana (CRB) solo puede ser utilizado en cuentas oficiales de Oficina Central, Filiales Departamentales y Municipales.

En las fotografías puedes etiquetar a otras cuentas, lo cual es muy útil para dar a conocer nuestra labor a medias de comunicación y otras entidades. Puedes agregar de uno a tres Hashtags para difundir tu noticia entre seguidores y no seguidores.

6.3 En Instagram

En esta red que prioriza la imagen, se difunde contenido en formato cuadrado,

puedes subir hasta 10 fotografías por publicación y videos de un minuto. Aquí se tiende a utilizar un mayor número de hashtags, sin embargo, estos no deben sobrecargar o superar a la publicación escrita. Al igual que en las anteriores redes, el emblema de Cruz Roja emblema de Cruz Roja Boliviana (CRB) solo puede ser utilizado en cuentas oficiales de Oficina Central, Filiales Departamentales y Municipales.

Las Instagram Stories son videos y fotos verticales que tienen un día de duración y sirven para difundir eventos y campañas.

6.4 En Whatsapp

A pesar de no ser una red social como tal, es una herramienta que nos ayudará a difundir información como parte integrada a nuestras redes sociales con la intención de tener canales de comunicación más fluidos entre las Filiales departamentales y municipales.

La Oficina Central deberá generar un chat de la Nueva Red de Comunicadores de CRB, por medio del cual los comunicadores a nivel nacional se puedan compartir las actividades que realizan en sus Filiales.

Si en su Filial, existen miembros que reciben mensajes sensibles por WhatsApp que afecta la imagen de la institución o a un miembro de Cruz Roja, se recomienda sensibilizar sobre el daño que estos pueden causar si se siguen difundiendo a más personas. Si el problema persiste, comuníquese con su inmediato superior para definir los pasos a seguir y buscar la solución más adecuada. (Manejo de crisis). De esta manera, usted aporta a que no se expandan rumores falsos a causa del mensaje.

En el caso de emergencias y situaciones de alteración del orden público, se recomienda advertir a voluntarios y colaboradores no difundir mensajes por WhatsApp con capturas de pantalla y comentarios publicados en redes sociales. (Manejo de Crisis). Existe un equipo de trabajo que realiza esa labor de monitoreo.

7. Recomendaciones

Para que las cuentas que poseemos en Redes Sociales sean exitosas, recomendamos lo siguiente:

- Sigue el curso “Conociendo el Mundo de la Cruz Roja y Media Luna Roja en Redes Sociales” de la FICR: <http://bit.ly/RedesFICR>.
- Etiqueta en tus publicaciones a otras organizaciones humanitarias y sus esfuerzos (la interacción favorecerá la imagen de todos).
- Respeta las leyes nacionales, normas, valores y políticas de la institución.
- Respeta el derecho de las personas a la privacidad y no tomes fotos o videos



sin su permiso. Si tienes dudas, no publiques el contenido, nuestro trabajo es proteger a las personas vulnerables, no exponerlas.

- Siempre protege y socializa nuestra neutralidad e imparcialidad a través del respeto al emblema, misión - visión y reputación.
- Inspira a que tus usuarios participen (puedes realizar preguntas, sorteos, trivias, entre otros, si es posible y las redes a las que apuntas lo hacen una realidad).
- Responde los mensajes a tiempo.
- Pon “Me gusta” en los comentarios y respóndelos.
- Trata a las personas por su nombre, así no sentirán que hablan con una máquina.
- Debes estar siempre pendiente a los Kits de Comunicación que envíen desde la Oficina Nacional, desde la Unidad Nacional de Comunicación, pues ese material te ayudará a alimentar tus cuentas (o viceversa).
- Sigue a las cuentas de la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja; al Comité Internacional de la Cruz Roja. Puedes replicar sus publicaciones.



PLAN DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESCENARIOS CRUZ ROJA BOLIVIANA

COMUNICACIÓN EN ESCENARIOS DE CONFLICTO Y/OCRÍISIS
TENSIÓN INTERNA - SEGÚN NIVELES (CLASIFICAR SEGÚN
ESCENARIOS) RESÚMEN DE PROCEDIMIENTOS





ACCIONES SEGÚN CONTEXTO

ESCENARIO 1 Nivel Bajo

Tensiones Internas:
Ciudadanos se manifiestan de modo pacífico mediante vigili-
as y marchas pacíficas en los puntos de convocatoria en las principales ciudades del país.

ESCENARIO 2 Nivel medio

Disturbios Sociales:
En las marchas pacíficas y puntos de bloqueo, paulatinamente se registran enfrentamientos esporádicos entre los movimientos sociales y la Policía Nacional, registrando personas heridas y detenidas durante las movilizaciones.

ESCENARIO 3 Nivel Alto

Disturbios y conmoción Social:
Hay enfrentamientos constantes entre los miembros de la fuerza pública y los ciudadanos, simpatizantes del movimientos y gremios que apoyan o desprueban las marchas.

Se registran actos violentos, acciones ilegales colectivas, detenciones y daños a la propiedad privada; personas fallecidas o desaparecidas durante los eventos.

MENSAJES CLAVE

Nivel Operativo

- Los voluntarios/as de Cruz Roja Boliviana trabajan 24 horas al día para brindar protección y asistencia humanitaria a quien más lo necesita.
- Cumplimos nuestro mandato humanitario y brindamos asistencia a las personas que más lo necesitan o se

Nivel Técnico/Gobierno

- Somos Neutrales, Imparciales e Independientes y nuestra labor es estrictamente humanitaria.
- El Emblema de Cruz Roja es símbolo de humanidad en todo el mundo. La Cruz Roja no

Nivel Gobierno

- Somos Neutrales, Imparciales e Independientes y nuestra labor es estrictamente humanitaria.
- En todo el mundo, los principios de neutralidad, independencia e



MENSAJES CLAVE

se encuentran en situación de vulnerabilidad.

- Recuerde que Cruz Roja Boliviana brinda asistencia pre hospitalaria sin discriminación alguna y solicita colaboración en pro de facilitar su acción humanitaria.
- El Emblema de Cruz Roja no es un símbolo político o religioso. Es un símbolo de PROTECCIÓN que nos permite responder a las necesidades humanitarias en cualquier situación de emergencia o desastre
- Las Ambulancias de Cruz Roja Boliviana están debidamente identificadas, así como nuestro personal humanitario que porta su uniforme distintivo y credencial de identificación.

no es parte del Estado. (Cruz Roja es auxiliar de los poderes del estado)

- Las ambulancias con el personal humanitario de Cruz Roja tienen la misión exclusivamente humanitaria de salvar y proteger la vida de las personas.
- La persona que está siendo atendida o transportada en una ambulancia de la Cruz Roja puede ser un familiar, un compañero o puedes ser tú. Comparte este mensaje.
- Cada minuto es valioso cuando una ambulancia de Cruz Roja transporta un herido o enfermo grave. Ayúdanos a salvar vidas.

imparcialidad permiten a Cruz Roja ser aceptada por las partes en conflicto y por la población local.

- Nuestro voluntariado proporciona apoyo en función de las necesidades humanitarias, sin distinción de ninguna clase.
- La Neutralidad para nosotros es un Principio Fundamental; nos abstenemos de participar en los conflictos y controversias. Nuestra labor es estrictamente humanitaria y Ayudamos a aliviar el sufrimiento de las personas de manera desinteresada y sin discriminación alguna.
- Cada minuto es valioso cuando una ambulancia de Cruz Roja transporta un herido o enfermo grave. Nuestras unidades móviles de emergencia están debidamente identificadas, así como



MENSAJES CLAVE

- Nuestra labor es estrictamente humanitaria para contribuir a dar respuestas oportunas y acordes con las necesidades de las poblaciones más vulnerables en situaciones de emergencia o desastre.
- El emblema de la Cruz Roja carece de todo significado religioso y político. Es un signo distintivo de índole puramente humanitaria, consagrado en el Derecho Internacional.
- Estamos brindando toda la atención necesaria y nuestras unidades de emergencia y puestos de auxilio están activadas. Solicitamos a la población nos brinde información sobre la identificación de salidas y rutas de evacuación, así como el puesto de atención médica

- Permite el paso de la ambulancia. Comparte este mensaje.
- Cruz Roja Boliviana a través de su personal humanitario protege la vida y la dignidad de las personas sin importar su ideología política.
- El Emblema de Cruz Roja es símbolo de humanidad en todo el mundo. La Cruz Roja no pertenece al Estado. (Somos auxiliares de los poderes del estado)
- La Cruz Roja Boliviana brinda asistencia pre hospitalaria sin discriminación alguna y solicita colaboración en pro de facilitar su acción humanitaria. En las ambulancias móviles de Cruz Roja

- nuestros paramédicos y voluntarios. Permite el paso de la ambulancia. Ayúdanos a salvar vidas. Comparte este mensaje
- Cruz Roja Boliviana a través de su personal humanitario protege la vida y la dignidad de las personas sin importar su ideología política.
- Todas nuestras ambulancias y vehículos de pronta respuesta están claramente identificados, así como nuestro personal voluntario cuenta con sus respectivos uniformes e identificación personal. Un acceso seguro es muy importante tanto para el paciente como para nuestro personal humanitario.
- La Cruz Roja Boliviana reitera su compromiso de seguir adelante con su mandato humanitario en este difícil contexto y su accionar siempre está orientado por



MENSAJES CLAVE

más cercana si el lugar donde te encuentras no nos brinda las garantías necesarias.

móviles de Cruz Roja Boliviana se transportan únicamente personal de ayuda humanitaria con equipos de primeros auxilios e insumos de ayuda para el desarrollo de su trabajo.

- Identifique salidas y rutas de evacuación, así como el puesto de atención médica más cercana en caso de que el lugar en donde te encuentras no brinda las garantías necesarias.
- Promovemos el respeto a la dignidad humana y reducir la intolerancia, la discriminación y la exclusión social.
- El emblema de la Cruz Roja carece de todo significado religioso y político. Es un signo distintivo de índole puramente humanitaria, consagrado en el derecho internacional.

sus principios de Independencia, neutralidad e imparcialidad para contribuir a dar respuestas oportunas y acordes con las necesidades de las poblaciones más vulnerables.

- Estamos brindando toda la atención necesaria y nuestras unidades de emergencia y puestos de auxilio están activados. Sugérimos a la población identificar salidas y rutas de evacuación, así como el puesto de atención médica más cercana si el lugar donde te encuentras no brinda las garantías necesarias.
- El Emblema de la Cruz Roja carece de todo significado religioso y político. Es un signo distintivo de índole puramente humanitaria, consagrado en el Derecho Internacional.



VOCEROS

Vocero Técnico.

Nivel operativo nombrado por los Presidentes de las Filiales Departamentales y Municipales.

El o los nombres deben ser remitidos a Presidencia Nacional, Responsable de Socorro y Responsable de Comunicación a través de línea baja (whatsapp - conformación de grupo) y alta de comunicación (correo oficial y/o carta).

En el caso de Sede Central será(n) nombrado(s) directamente por la Presidencia.

Nivel Gobierno

Se sugiere únicamente para reuniones con autoridades locales y declaraciones institucionales como ruedas de prensa o entrevistas con medios nacionales.

Vocero Técnico

Solo para casos de atención a la prensa en terreno y declaraciones estrictamente de nivel operativo.

Deben ser nombrados por los Presidentes y Departamentales y Municipales.

El o los nombres deben ser remitidos a Presidencia Nacional, Responsable de Socorro y Responsable de Comunicación a través de línea baja (whatsapp - conformación de grupo) y alta de comunicación (correo oficial y/o carta).

Cada vocero debe conocer la posición institucional para unificar los mensajes clave a nivel nacional si es el caso. (Comunicación constante con la Presidencia y los Responsables de las Unidades Operativas)

Nivel Gobierno

Un vocero designado a nivel de Gobierno de cada Filial Departamental y Municipal

Vocero Institucional único:

Designado por Presidencia Nacional para dar declaraciones a nivel nacional. (Por lo general es el Presidente de la Sociedad Nacional)

No existirán voceros a nivel técnico**.

Las líneas reactivas serán compartidas con Presidente y Presidentes Departamental y Municipales de acuerdo a escenario de crisis.

*En caso de que un voluntario sea abordado por la prensa, debe remitirlo a la Presidencia de la Filial Departamental y/o Municipal, punto focal de Comunicación o Sede Central.

*En caso de que por alguna razón no se pueda comunicar a tiempo con su jefe inmediato. El voluntario se remitirá a declarar única y exclusivamente lo que hace en el punto o lugar designado para el efecto sin emitir juicios de valor u opiniones con respecto a la



VOCEROS

que represente a CRB y su posición institucional tanto en reuniones con autoridades locales o para declaraciones a la prensa local.

- Los nombres de los voceros a nivel de Gobierno deben ser remitidos a la Presidencia Nacional de CRB a través de ambos canales de comunicación (línea de comunicación Alta y Baja).

la situación que se vive, hacia actores de las movilizaciones o cualquier institución que no sea Cruz Roja.

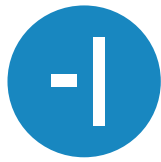
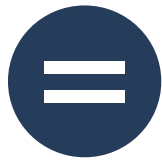
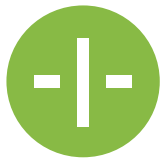


CANALES DE COMUNICACIÓN

- Boletín de prensa (De ser necesario)
- Correos y mensajes informativos institucionales (internos y externos).
- Mensajes clave en redes sociales oficiales de CRB y de las Filiales Departamentales y Municipales (asesorados, monitoreados y proporcionados por el responsable de la Sede Central en coordinación con la Presidencia.
- Reuniones operativas internas presenciales y por canales digitales (Zoom o Teams)
- Entrevistas en medios con vocero designado por Presidencia y coordinados por el Responsable de Comunicación.
- En el caso de las Filiales Departamentales y municipales, quien fuere designado por el o la presidente de la filial (Responsable del Operativo).

- Boletines de prensa
- Ruedas de prensa
- Correos y mensajes informativos institucionales (internos y externos).
- Mensajes clave en redes sociales oficiales de CRB y de las Filiales Departamentales y Municipales (asesorados, monitoreados y proporcionados por el responsable de la Sede Central en coordinación con la Presidencia.
- Entrevistas en medios de comunicación con voceros institucionales a nivel de gobierno
- Reuniones operativas internas presenciales y por canales digitales (Zoom o Teams)

- Boletines de prensa
- Boletines informativos institucionales internos y externos
- Mensajes clave en redes sociales oficiales de CRE y de juntas provinciales proporcionados por Sede Central.
- Entrevistas en medios de comunicación solo de vocero institucional nivel gobierno
- Reuniones operativas internas presenciales y por canales digitales (Zoom o Teams)



CON EL APOYO DE:



CICR