

## COMUNICACIÓN Y PROGRAMAS DE ACTIVIDAD DE LAS SOCIEDADES NACIONALES DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA

### *1. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN*

## La comunicación al servicio de la difusión

**Cruz Roja de Filipinas**

**por Edilberto H. Angco**

La información y la difusión son parte integral de la actual estructura del Departamento de Relaciones Públicas y Publicaciones de la Cruz Roja de Filipinas (CRF). Aunque relacionadas entre sí, ambas actividades cumplen funciones y objetivos distintos, que las diferencian. Un sistema semejante parece ideal para cualquier Sociedad Nacional que, como la CRF, sea pequeña y con escasos recursos humanos y económicos. Debido a las limitaciones presupuestarias, el jefe del Departamento de Relaciones Públicas y Publicaciones tiene que ocuparse de todo, excepto del ámbito de la difusión, que está a cargo de otra persona clave.

### **Programas y Servicios de información**

En general, los programas y los servicios de información están centralizados en la sede nacional. Por ejemplo, cualquier plan de información o propuesta de alcance nacional tiene que ser primeramente aprobada por el Comité de Relaciones Públicas, cuyos miembros integran la Junta Directiva de la CRF, antes de ponerse en práctica a nivel de las 83 secciones. En las secciones, las tareas relativas a la información y la difusión están a cargo, generalmente, de los respectivos administradores, todos ellos con formación específica al respecto. Muy a menudo, cuentan con la ayuda de calificados representantes de los

diferentes servicios de la sección y de colegiales que son también miembros de la Cruz Roja de la Juventud.

Los programas de información o promoción en gran escala se realizan a nivel de las secciones y se relacionan sistemáticamente con acontecimientos nacionales o internacionales de la Cruz Roja: aniversario de la Sociedad Nacional, Día Mundial de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, Semana de la Banderita, Semana de Colecta de Sangre, Campaña estival de Seguridad, Cuestación Anual de Fondos, etc. Todas estas efemérides requieren el apoyo del público y la continua colaboración de los medios de comunicación durante un cierto tiempo. Para la transmisión de mensajes clave, debe utilizarse la prensa, la radio y la televisión. En otros casos, resulta más adecuada una estrategia directa de comunicación (actividades destinadas a diversos públicos, como seminarios, simposios, convenciones y cursos de formación, que son un fértil marco para la información y la difusión). Con este fin, pueden emplearse eficazmente varios métodos diferentes –proyección de diapositivas y de películas, exposiciones pictóricas y gráficas– para presentar con mayor claridad los mensajes que se quieren transmitir.

Cuando se utilizan los medios de comunicación las posibilidades son múltiples. Para la prensa escrita vienen bien las noticias, las fotografías, las crónicas y, ocasionalmente, los suplementos patrocinados; para la radio y la televisión, no sólo las noticias, sino también los seriales, las entrevistas en directo o diferidas, las «cuñas» publicitarias e incluso canciones y danzas de la Cruz Roja para lograr una imagen más viva. Pero todo esto debe enmarcarse en una estrategia publicitaria bien planificada y rentable.

Aparte de las actividades tradicionales, las secciones han tenido siempre considerable libertad de acción para informar al público local acerca de su labor diaria, en la forma más accesible y económica para ellas, sin tener que recurrir a la sede nacional. Después de todo, están en mejor posición para –entre otras cosas– cultivar y mantener buenas relaciones con los medios de comunicación en su respectiva localidad.

Obviamente, hay toda una variedad de otros métodos acreditados, que la CRF suele utilizar en vista de sus buenos resultados. Así, se sigue recurriendo en gran medida a los carteles diseñados artísticamente, los folletos de bajo costo, los boletines informativos y otras publicaciones destinadas a diversos públicos.

## Promover la difusión mediante la información

Para intensificar su campaña de información permanente, la CRF se ha valido en gran medida, en los últimos tiempos, de un grupo de profesionales de la comunicación a nivel nacional denominado «Cuerpo de Informadores Voluntarios de la Cruz Roja». Sus miembros han recibido copiosa información sobre la Cruz Roja, tanto a escala nacional como internacional, de modo que pueden hablar y escribir sobre el tema con propiedad.

El grupo asiste a una reunión bimensual, por lo menos, en la sede nacional de la CRF para examinar las «novedades» en la escena nacional e internacional de la Cruz Roja. Dado su creciente conocimiento del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, se puede contar con estos informadores para escribir un buen artículo sobre la Cruz Roja y, cuando es necesario, poner de relieve los principios del Movimiento y ciertos aspectos del derecho internacional humanitario.

En los casos de catástrofes importantes —ya sean naturales o provocadas por el hombre— estos voluntarios de la comunicación brindan información sobre el terreno, y describen, por supuesto, de manera muy viva la acción de la Cruz Roja. El más reciente ejemplo de esto fue la rebelión de diciembre de 1989, cuando se hizo frecuente alusión a la CRF en las informaciones, debido a sus denodados esfuerzos por proteger y salvar a los combatientes heridos de ambos bandos, así como a las personas civiles víctimas de los enfrentamientos. En las crónicas de estos voluntarios, publicados en periódicos y revistas, se exponían el uso del emblema de la cruz roja, los Principios Fundamentales y algunas normas de comportamiento en el combate. Otro tanto ocurrió en la radio y la televisión. Como resultado de esto, aumentó considerablemente la comprensión del público, así como el respeto que inspira la CRF y el apoyo económico que recibe.

Dados su reciente creación y su carácter experimental, el cuerpo de informadores voluntarios se considera aún un proyecto piloto. No obstante, su éxito parece asegurado. En su momento, se extenderá a las secciones, en la medida en que haya periodistas locales dispuestos a colaborar voluntariamente con la Cruz Roja como voceros y difusores.

Ocasionalmente, se procura inducir a los periodistas locales a investigar y preparar un análisis más completo de las obras del Movimiento, centrado en un tema bien definido. El factor motivante es un concurso de ensayos con atractivos premios. Los escritos de los ganadores se publican luego en forma de libro, como legado para la posteridad y

también como medio de difusión, destinado principalmente a las bibliotecas de los centros educativos.

El Departamento de Relaciones Públicas y Publicaciones de la CRF toma a menudo la iniciativa de presentar nuevos temas a la prensa que ilustran los principios del Movimiento y demuestran la importancia del derecho internacional humanitario como contribución a la paz.

En sus discursos y mensajes, en especial los dirigidos a públicos ajenos a la Cruz Roja, los funcionarios de la CRF incluyen información destinada a dar una imagen de la Cruz Roja como organización asistencial que protege la vida y la dignidad humanas.

Por regla general, todos los programas de formación están precedidos por un curso básico de difusión sobre el Movimiento (su historia, sus diversos componentes y sus actividades), los principios y el DIH. Se imparten cursos de primeros auxilios, enfermería, atención primaria de salud y liderazgo juvenil, así como cursos de capacitación técnica para los nuevos colaboradores y voluntarios. Las grandes operaciones de socorro y las campañas de donación de sangre brindan también oportunidades ideales para la información y la difusión.

Siempre que es posible, se envían a los medios de comunicación relatos sobre las actividades de la Cruz Roja, procurando relacionarlos con los Principios Fundamentales y el DIH. Esta manera indirecta de «vender una imagen», ciertamente eficaz, requiere imaginación y creatividad por parte del encargado de la información.

Para llegar a una audiencia amplia y numerosa, el mejor medio de comunicación de que dispone la CRF es la radio. Hay estaciones de radio, de propiedad tanto pública como privada, estratégicamente ubicadas en casi todas las regiones del país. Lo bueno que tienen, especialmente las que están en el interior del país, es que suelen dar una acogida favorable a cualquier noticia relativa a la Cruz Roja. Para aprovechar al máximo estas posibilidades, la CRF ha alentado a sus secciones a producir programas radiofónicos semanales. Este es un objetivo a largo plazo, pero confiamos en que pueda alcanzarse.

### **Edilberto H. Angco**

**Edilberto H. Angco** es jefe de Relaciones Públicas y Publicaciones de la Cruz Roja Filipina desde hace 15 años. En 1962 se graduó en Bellas Artes por la Universidad de Santo Tomás, en Manila (Filipinas), y posteriormente siguió cursos de Filosofía y de Relaciones Públicas. Formó parte del Grupo Internacional de Comunicación que formuló recientemente la Política de Información del Movimiento.