

INFORME DE COMUNICACIÓN

Abril 2022 / N°1



EMERGENCIA UCRAANIA

IMPACTO EN MEDIOS

Datos generales sobre la visibilidad de nuestro trabajo y enlaces para acceder a las noticias más interesantes.

NUESTROS MATERIALES

Los productos de comunicación que hemos elaborado: notas de prensa, vídeos, fotografías y enlaces a eventos digitales.

ARGUMENTARIOS

Qué estamos haciendo en la emergencia de Ucrania. Datos sobre nuestra intervención en el terreno.

CONTENIDO

01	DATOS GENERALES SOBRE NUESTRO IMPACTO EN MEDIOS	3
02	BREVE ANÁLISIS	4
03	IMPACTO EN MEDIOS	5
04	NUESTROS MATERIALES DE COMUNICACIÓN	8
05	EVENTOS DIGITALES Y PRESENCIALES ENTORNO A LA EMERGENCIA DE UCRANIA	12
06	ARGUMENTARIOS	14

NUESTRAS INTERVENCIONES EN ESTA EMERGENCIA

Este mapa muestra los lugares donde estamos operando (reflejados en nuestro logo de marca) y que están ubicados en los tres países donde estamos desplegados (Polonia, Rumanía y Moldavia).

MÁS DE 3.820.000 DE PERSONAS HAN HUIDO DE UCRANIA (27/03/2022)



Trabajamos con los medios de comunicación para construir un relato desde la óptica del trabajo de lo que somos y hacemos como organización humanitaria. Nuestra finalidad es comunicar de manera transparente, contando los hechos y no tomando parte en el conflicto. Y siempre enfocándonos en las necesi-

dades de las personas para las que trabajamos.

Para Acción contra el Hambre, los medios de comunicación son aliados indiscutibles para movilizar la ayuda y para transformar el impulso repentino de ayudar, en una decisión comprometida y sostenida en el tiempo.

1 | DATOS GENERALES



TOTAL DE MEDIOS GANADOS

323 IMPACTOS/
NOTICIAS



EQUIVALENTE PUBLICITARIO

829.795€



MEDIOS POR CANALES



TELEVISIÓN

7



PRENSA ESCRITA

73



MEDIOS ONLINE NATIVOS

229



AGENCIAS DE PRENSA

12



RADIO

2

- Periodo analizado: del 4 de marzo al 27 de marzo de 2022.
- Datos facilitados por Augure, nuestra plataforma de medición de impactos.
- Las redes sociales no se analizan en este informe.

IMPACTOS POR TONALIDAD

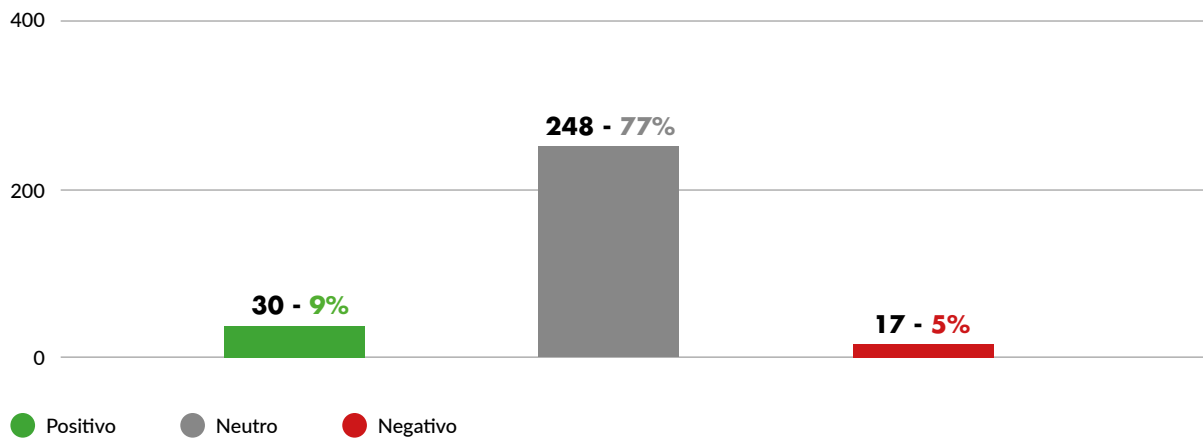
Esta perspectiva se mide desde dos criterios:

1) si existe alguna opinión o comentario sobre nuestra organización o las organizaciones humanitarias en general y si ese comentario está basado en expresiones o adjetivos de carácter positivo, negativo o neutral.

2) si las noticias que se publican con nuestras notas de prensa o declaraciones como 'percha', tienen un sesgo general de tono positivo, negativo o neutro.

El resultado, en este análisis, es el que buscamos: una comunicación basada en los hechos, transparente y neutral, enfocada en las necesidades de las personas.

N° DE APARICIONES POR TONALIDAD



2 | BREVE ANÁLISIS

- **Notoriedad.** Durante el mes de marzo hemos lanzado cinco notas de prensa (enlaces más adelante), lo que nos ha otorgado una notoriedad de 323 impactos. Estamos preparando dos notas de prensa para difundir la próxima semana enfocadas a los resultados de nuestro trabajo después de un mes en el terreno, y a nuestro trabajo con las organizaciones locales.

- **Autoridad y posicionamiento.** Los impactos en medios de ámbito nacional (logrados a través de un seguimiento más particular con los periodistas de esos medios) han sido los que nos han dado más autoridad y posicionamiento. Nos referimos a las televisiones (TVE, Telediario de La1, **La Sexta**, **Cuatro** y los canales autonómicos **TV3** y **ETB**); diarios como **EL PAÍS**, **El Español**, **El Independiente** o **La Razón**, radios como la **SER**, **Radio Nacional de España** y **Catalunya Radio** y agencias como **Europa Press** (más adelante enlaces directos).

- **Ejes de comunicación.** Nuestros tres ejes de comunicación están siendo:

- 1) dar visibilidad al **trabajo en emergencias** de Acción contra el Hambre y posicionarnos como una de las organizaciones humanitarias de referencia en esta crisis;

- 2) visibilizar **el problema de los refugiados**, mostrando el trabajo que estamos haciendo con ellos en

el terreno, y hacer un llamamiento al Derecho Humanitario Internacional en el respecto y protección a los civiles y trabajadores humanitarios.

- 3) visibilizar **la crisis alimentaria** que está provocando la guerra y cómo está afectando a otras zonas del mundo como Oriente Medio y el Sahel.

- **Equipos de comunicación.** Durante estas cuatro semanas, hemos tenido desplegado dos equipos de comunicación en el terreno y se ha creado un grupo específico de trabajo (comunicación y marketing) para coordinar todas las acciones de comunicación. Hoy por hoy, pensamos que ya no es necesario contar con un equipo en el terreno y estamos centrando nuestro trabajo desde Madrid.

- Con el primer equipo (una periodista de EL PAÍS (Alejandra Agudo) y un fotógrafo/videógrafo nuestro, Gonzalo Hohn), pretendíamos posicionarnos pronto en un medio de referencia (EL PAÍS) y comenzar a elaborar material propio (fotografías y vídeos) para nuestros productos de comunicación y marketing. El resultado fue cuatro reportajes publicados en EL PAÍS y vídeos y fotografías que comenzamos a difundir por nuestros canales, dirigidos a socios y donantes, y en las primeras notas de prensa.

- Con el segundo equipo (una press officer y un fotógrafo/videógrafo) nos centramos más en la

gestión de peticiones de medios y en la elaboración de productos más específicos como el *Diario de una emergencia* (videoblog) así como en otros materiales necesarios para comunicación y marketing.

• **Mejoras identificadas.** Como puntos a mejorar nos hemos marcado: 1) estar presentes en los principales informativos de las cuatro **radios de ámbito nacional** (SER, COPE, Onda Cero y RNE); 2) tener una presencia continuada con la **Agencia EFE**, medio de referencia en todos los medios y especialmente en el ámbito latinoamericano; 3) más presencia en los **medios regionales** representativos en sus comunidades (ámbitos donde Acción

Social trabaja con diferentes actores) y 4) comenzar a **desarrollar nuestra capacidad de influencia y análisis** en los medios (en crisis como esta se dan muchas visiones (refugiados, crisis migratoria y crisis alimentaria/precio de los alimentos, precio de la energía...).

• **Portavocías.** Al mismo tiempo, queremos trabajar -a corto y medio plazo- portavocías con perfiles concretos de nuestra organización para ofrecer una visión más profunda (y complementaria) sobre temas de actualidad y lograr así que tengamos más presencia en medios a través de declaraciones, tribunas o debates con perfiles ya identificados.

3 | IMPACTO EN MEDIOS

Incluimos solo aquellos impactos que tienen más relevancia porque aportan un contenido de valor, en forma de declaraciones de nuestros equipos o portavoces.

El resto de impactos analizados contienen, básicamente, la información que difundimos a través de nuestras notas de prensa cuyos enlaces directos están en el punto 4.

TELEVISIÓN

Enlaces directos a los informativos de televisión en los que intervinimos.



[VER VIDEO](#) **TVE La 1 Telediario**



[VER VIDEO](#) **TVE La 1 Telediario**



[VER VIDEO](#) **La Sexta: Informativos**



[VER VIDEO](#) **Cuatro al día: Informativo**



ETB: Informativos



TVE Informativo regional Navarra



TV3

Desde la televisión pública catalana (TV3) se ha recalcado varias veces en sus informativos canalizar las donaciones a través de las ONGs, si se quiere ayudar a Ucrania. Recomiendan las que aparecen en pantalla (entre las que estamos).

RADIOS

Enlaces directos a los programas de radio en los que intervenimos.



CADENA
SER

Cadena SER

Entrevista a Olivier Longué sobre la crisis alimentaria provocada por la guerra de Ucrania.



CATALUNYA
RÀDIO

Catalunya Radio

Entrevista a Olivier Longué sobre la crisis de refugiados durante su visita en el terreno, en la frontera de Moldavia con Ucrania (paso fronterizo de Palanca).



rne

Radio Nacional

Declaraciones del equipo de comunicación sobre nuestras operaciones en el terreno.



DIARIOS DE ÁMBITO NACIONAL Y AGENCIAS

EL PAÍS

PLANETA
FUTURO



Con el diario EL PAÍS hicimos el acuerdo para que una de sus periodistas (Alejandra Agudo) acompañara a nuestro equipo de emergencias en el terreno

(Moldavia y fronteras con Ucrania), y pudiera contar cómo era el trabajo de nuestro equipo, especialmente en esos complicados primeros días de despliegue de operaciones. El resultado fueron cuatro reportajes publicados en la web de EL PAÍS y una serie de vídeos adjuntos.

Enlaces directos a continuación:

OFENSIVA DE RUSIA EN UCRANIA >

En Moldavia, los vecinos atienden como pueden a los miles de refugiados ucranios en espera de ayuda internacional

A la frontera moldava, la más desasistida hasta ahora, no ha llegado aún el grueso de las grandes organizaciones, y las necesidades urgentes se han ido cubriendo a duras penas con solidaridad local. Más de 100.000 desplazados de guerra han cruzado por aquí huyendo de los bombardeos rusos



(6 de marzo)



(10 de marzo)

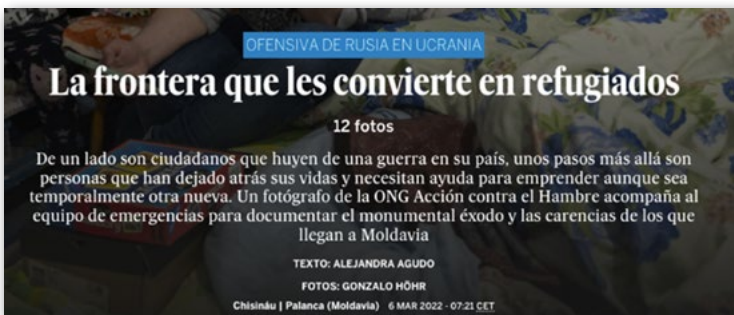
OFENSIVA DE GUERRA EN UCRANIA >

Dos vidas y una guerra en diez días

Elena Zhuvak huyó el sábado 5 de Kiev; un día después dormía con su marido y cuatro hijos en un refugio en Edinet, en el norte de Moldavia. Más de dos millones de personas han buscado refugio fuera de Ucrania desde que comenzó la guerra



(6 de marzo)



(17 de marzo)

OFENSIVA DE RUSIA EN UCRANIA >

Aprender a ser refugiado en el éxodo humano más rápido desde la Segunda Guerra Mundial

¿Quién sabe cómo huir de una guerra? Tres millones de ucranios han abandonado el país en 20 días en un periplo plagado de incertidumbres, tanto para ellos como para las comunidades de acogida

EL PAÍS

CRÉDITOS

Redacción
Alejandra Agudo

Imagen
Gonzalo Höhr (Acción contra el Hambre)

Edición
Belén H. Gómez-Mansilla

AGRADECIMIENTOS

Acción contra el Hambre (ACH)



Susíbete a **EL PAÍS**

En todos los vídeos que realizaron (se encuentran acompañando los enlaces de las noticias), difundieron el agradecimiento a nuestra organización.

**LA RAZÓN****La Razón**

Entrevista a Olivier Longué sobre las consecuencias de la guerra, con el foco en los refugiados que huyen por Moldavia.

**EL ESPAÑOL****El Español**

Declaraciones de Oliver Longué.

**EL INDEPENDIENTE****El Independiente**

Entrevista a Manuel Sánchez: 'La Unión Europea ante el mayor reto humanitario de su historia.'

**europa press****Europa Press**

Más de 2,1 millones de personas han huido de Ucrania desde el inicio de la invasión rusa.



4 | NUESTROS MATERIALES DE COMUNICACIÓN

NOTAS DE PRENSA

3 DE MARZO	Nuestros equipos se preparan para responder a los efectos de la guerra.	LEER NOTA DE PRENSA
9 DE MARZO	Alimentos, kits de higiene y apoyo en salud mental, primeras medidas ante la llegada masiva de refugiados.	LEER NOTA DE PRENSA
15 DE MARZO	Acción contra el Hambre y hostelería de España lanzan la campaña solidaria 'La Hostelería con Ucrania'.	LEER NOTA DE PRENSA
18 DE MARZO	Intensificamos las operaciones en Moldavia ante la llegada de refugiados más vulnerables.	LEER NOTA DE PRENSA
23 DE MARZO	La situación de los refugiados que cruzan la frontera es cada vez peor.	LEER NOTA DE PRENSA

DIARIO DE UNA EMERGENCIA (VIDEOBLOG)

Webserie de siete episodios de un minuto de duración, donde contamos las siete claves del trabajo de un equipo de emergencias en el terreno, a través de la mirada de Janire Zulike, coordinadora del equipo de emergencias de Acción contra el Hambre.

1 Diagnóstico de necesidades. Es lo primero que hacemos cuando llegamos al terreno. Un diagnóstico de necesidades tiene que ser siempre sensible y adaptativo porque puede cambiar de una semana para otra o incluso de un día para otro.



2 El trabajo con organizaciones locales. Ellas conocen mejor que nadie las circunstancias de la zona y con nuestros recursos y conocimientos en emergencias, logramos ser más eficaces.



3 La importancia de la seguridad. Para ello es muy importante tener siempre un análisis de contexto, conocer el terreno y saber cómo está evolucionando el conflicto. Es muy importante transparencia con las autoridades del país, contarles qué vamos a hacer e informarles siempre de nuestras operaciones.



4 Integramos siempre la perspectiva de género en nuestras actividades.





5 Protección. La protección de las víctimas, vengan de donde vengan, el respeto de las personas y su dignidad, es el principio de nuestra respuesta humanitaria. Nuestro principal objetivo como organización humanitaria es salvar vidas y aliviar el sufrimiento.



6 Agilidad. Trabajar en un equipo de emergencia requiere tener disponibilidad para ser movilizadado en 24 horas a otro país. Una vez en el terreno, sabemos que las necesidades evolucionan y que tenemos que adaptarnos al cambio.



7 Comunicación. Construir un relato desde el trabajo de emergencias de una organización humanitaria es ser transparente, contar los hechos y no tomar parte en el conflicto, en focándonos siempre en las necesidades.

VÍDEOS DEL EQUIPO DE EMERGENCIAS EN EL TERRENO

Noelia Monge, responsable del equipo de emergencias, nos cuenta en el vídeo 1 cómo fue el despliegue del equipo en los primeros días.



En el vídeo 2, desde la frontera de Ucrania con Moldavia (paso fronterizo con Palanca), explica cuales han sido las primeras intervenciones con los refugiados que llegaban huyendo de la guerra de Ucrania.



VÍDEO DE PRESENTACIÓN DE NUESTRO TRABAJO EN EMERGENCIAS

Este vídeo, de un minuto de duración, cuenta de manera muy clara y didáctica el trabajo en emergencias de Acción contra el Hambre. Muy aconsejable para

utilizar en cualquier tipo de presentación o evento relacionada con nuestra labor humanitaria en emergencias.



VÍDEOS DIRIGIDOS A NUESTROS SOCIOS Y DONANTES

Durante la visita de nuestro director general al terreno, aprovechamos la ocasión para grabar un vídeo dirigido a todos nuestros socios.

Iván Álvarez, coordinador del equipo de emergencias desplazado al terreno, nos cuenta cuales son las necesidades que se están encontrando para ayudar a los refugiados que cruzan la frontera a Moldavia, huyendo de la guerra de Ucrania.



5 | EVENTOS ENTORNO A LA EMERGENCIA DE UCRANIA

EVENTO EN LA CASA ENCENDIDA

El pasado 24 de marzo se celebró en el anfiteatro de La Casa Encendida (Madrid) un encuentro bajo el nombre de: 'Guerra de Ucrania. La cara humana del conflicto' en el que intervinieron **Roberto Arranz**, jefe de emergencias de la AECID; **Alejandra Agudo**, periodista de EL PAÍS y **Gonzalo Hohr**, especialista en fotografía documental humanitaria (ambos

acompañaron a nuestro equipo de emergencias en sus primeros días en el terreno), y **Manuel Sánchez**, director de incidencia de Acción contra el Hambre. El encuentro fue moderado por **Pedro Javaloyes**, responsable de comunicación de Acción contra el Hambre.



[VER VIDEO](#)

[VER HILO DEL EVENTO EN TWITTER](#)

[VER EVENTO EN LA WEB DE LA CASA ENCENDIDA](#)

PARA QUIEN QUIERA CONOCER MÁS

Las claves de nuestra intervención en emergencias	minutos 1 a 9
Cómo informar desde el terreno, por Alejandra Agudo (periodista de EL PAÍS) y Gonzalo Hohr	minutos 9 a 21
Cómo es el trabajo de la AECID en emergencias, por Roberto Arranz	minutos 21 a 28
Los refugiados de Ucrania y el Derecho Humanitario Internacional, por Manuel Sánchez	minutos 28 a 35
La cara humana del conflicto: cómo informar poniendo a las personas en el centro, por Alejandra Agudo y Gonzalo Hohr	minutos 35 a 38
El uso del hambre como arma de guerra, por Manuel Sánchez	minutos 40 a 45
Ronda de preguntas	desde minuto 45

EVENTO 'DIRECTO DESDE EL TERRENO' PARA LOS SOCIOS

El 22 de marzo se celebró un encuentro digital con los socios y donantes de Acción contra el Hambre, abierto también a medios y público en general, donde nuestro director general Olivier Longué, nos aportó una visión de la situación de la emergencia

de Ucrania, después de su reciente visita al terreno. El equipo de comunicación que ha estado acompañando al equipo de emergencia en su trabajo en Moldavia, aportó también testimonios y respondió a las preguntas de los socios.



EVENTO EN DIRECTO DESDE UCRANIA CON EL MEDIO CORRESPONSABLES

ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE: EN DIRECTO DESDE UCRANIA

- ▶ Hablamos con el equipo de emergencias de Acción contra el Hambre para conocer la situación humanitaria y su trabajo en terreno
- ▶ Conocemos retos y experiencias del sector privado ante la crisis de Ucrania

**JUEVES
7 DE ABRIL
16:00 HORAS**

MODERA

MARCOS GONZÁLEZ
Presidente de Corresponsables

JANIRE ZULAIKA
Coordinadora de Emergencias de Acción contra el Hambre

BELTRÁN MILLA
Responsable de Alianzas y Campañas en Acción contra el Hambre

MARTA LÓPEZ
Responsable de Comunicación de Fundación Alimera

JOSÉ LUIS YZUEL
Presidente de Hostelería de España

MANUEL ASLA
Director de Marketing y Producto de Edenred España

💬 Se podrán plantear preguntas en directo

Promueven:

Desde 2005 liderando el periodismo y la comunicación responsable en Iberoamérica

¡INSCRÍBETE!

Te enviaremos la información de acceso 24 horas antes del encuentro



6 | ARGUMENTARIOS

EL TRABAJO DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE EN UCRANIA

Acción contra el Hambre fue una de las primeras organizaciones humanitarias en desplegar su equipo de emergencias en los tres principales países de tránsito (Polonia, Rumanía y Moldavia) por donde huye la población ucrania de la guerra.

Tras una primera evaluación de necesidades, hemos identificado las líneas estratégicas de intervención, con el objetivo de tener bases operativas en los tres países citados y, en cuanto las circunstancias lo permitan, establecer también bases en Ucrania para poder trabajar desde dentro del país.

Nuestras líneas de intervención están siendo:

- 1) apoyar las necesidades inmediatas de los refugiados que acaban de cruzar la frontera proporcionándoles comida y bebida caliente;
- 2) apoyo con el suministro de alimentos, artículos de higiene y asistencia psicológica en los centros de refugiados;
- 3) apoyo a las comunidades locales que acogen a los refugiados en sus casas a través de alimentos y artículos de higiene, así como proporcionándoles dinero en efectivo para que cubran sus necesidades más inmediatas.

Además, en esta crisis estamos dando un acompañamiento en terapia a la población afectada, principalmente mujeres y niños.



El último informe de situación elaborado por el equipo de emergencias contiene información de práctica de todas nuestras intervenciones en el terreno.

DESCARGAR INFORME

REVISTA 17: MIGRACIÓN Y REFUGIO



La [Revista DIECISIETE](#) (espacio de encuentro y diálogo sobre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible) presentó el miércoles 23 de marzo su nuevo número [Migración y Refugio: Los retos y oportunidades en un mundo en movimiento](#), donde aborda la realidad de migrantes, refugiados y desplazados forzados en el mundo de la mano de diferentes autores. Según las agencias de Naciones Unidas, estamos hablando de una realidad que afecta a 372 millones de personas y que en conflictos como el de Ucrania, se está intensificando todavía más.

VER WEB DE LA PLATAFORMA 2030

DESCARGAR NÚMERO



VER VIDEO