



# RECOMENDACIONES PARA PERSONAL DE SAVE THE CHILDREN EN REDES SOCIALES



**Save the Children**

## Por qué esta guía

Las redes sociales se han convertido en canales de comunicación con una gran influencia en la opinión pública, y con un potencial de difusión rápido y masivo. Para Save the Children son una herramienta fundamental al servicio de los objetivos de comunicación, y son un medio más en el que apoyarnos para difundir nuestro trabajo, nuestros mensajes y nuestras demandas.

Hemos desarrollado esta guía para que el personal laboral de Save the Children pueda tener en cuenta una serie de recomendaciones a la hora de compartir contenidos en sus cuentas personales, que son responsabilidad exclusiva de sus titulares. Persigue los siguientes objetivos:

- Sentar las bases para una participación en redes sociales que contribuya positivamente a la reputación de la organización y la de sus empleados de una forma profesional y respetuosa.
- Fomentar un uso ético y transparente de la información de la organización.
- Prevenir posibles riesgos y orientar sobre cómo reaccionar si llegan a producirse situaciones complejas que involucren a la organización.

## Presencia de Save the Children en redes sociales

La presencia de Save the Children en redes sociales es **competencia del área de comunicación**. Únicamente el área de comunicación está autorizado a abrir canales digitales y publicar contenido en ellos.

Animamos al personal vinculado a Save the Children a consultarlas con frecuencia y difundir, a través de sus propias redes, los contenidos que publicamos siguiendo las recomendaciones aquí recogidas. De esa forma nos ayudas a amplificar nuestros mensajes y contribuyes a llevarlos a nuevas audiencias.

Ante cualquier duda o propuesta de contenidos para nuestras redes sociales propias, contacta con el área de comunicación en [prensa@savethechildren.org](mailto:prensa@savethechildren.org)

# CÓDIGO ÉTICO EN SAVE THE CHILDREN

El Código ético de Save the Children establece las pautas que deben seguir las personas que representan a la organización. Su aplicación incluye a los y las miembros de su Patronato, profesionales, estudiantes en prácticas, voluntariado y, en general, a todas las personas de Save the Children con independencia de su posición o lugar de trabajo.

De este código se extraen algunas consideraciones que debemos tener en cuenta respecto a la presencia en redes y plataformas sociales a título personal:

- Todas las personas del equipo de Save the Children deben guardar la más estricta confidencialidad sobre la información reservada a la que accedan como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.
- El equipo colaborador debe poner el máximo cuidado en preservar la imagen y reputación de la organización en todas sus actuaciones profesionales.
- En ningún caso se pueden utilizar cuentas personales en redes sociales en nombre de Save the Children, ni expresar opiniones que puedan ser interpretadas como posiciones o declaraciones en nombre de la organización.

## RECOMENDACIONES PARA PERSONAL Y COLABORADORES EN REDES SOCIALES

### 1. Separa lo personal de lo profesional

Si quieres publicar contenido relacionado con los temas en los que trabaja Save the Children, considera aclarar en tu biografía o en algún lugar visible de tu perfil que tus opiniones son personales y no representan a la organización.

También puedes aclarar este punto a la hora de tratar temáticas especialmente sensibles para la organización o publicar posturas diferentes a las de Save the Children.

Ten en cuenta que Save the Children es una organización políticamente independiente y es especialmente sensible para la reputación de la organización que se le vincule a fuerzas o partidos políticos. Asegúrate por favor de no publicar opiniones políticas que dañen esta independencia.

## 2. Conoce la forma de comunicar de la organización

Si quieres hablar de tu trabajo o del trabajo que desempeña Save the Children, es importante que te familiarices con la [Estrategia de Comunicación](#) de la organización, así como con la [guía de marca](#) y la voz y el tono que empleamos al comunicar externamente.

Observar cómo tratamos determinadas temáticas en las redes sociales de Save the Children también puede ser una orientación.

## 3. Respeta la confidencialidad

No publiques información confidencial, información que no sea oficial o información que sea sensible para la organización. Ejemplos de este tipo de información son proyectos no anunciados públicamente, datos personales sobre beneficiarios de nuestra ayuda o información interna de cualquier otro tipo. Esto constituye, además, una violación del Código ético de la organización.

## 4. Sé coherente con los valores de la organización

Al formar parte de Save the Children no deberías reflejar valores contrarios a la ética y misión de la organización. Evita publicaciones que puedan considerarse discriminatorias u ofensivas, así como cualquier afirmación que traslade una mala imagen personal y/o profesional.

## 5. Identifícate correctamente

Si quieres comunicar tu puesto o responsabilidad dentro de la organización, hazlo con honestidad. Al hablar de nuestro trabajo, adopta una postura en redes sociales en consonancia con tu puesto y siempre desde un punto de vista positivo y aportando relevancia.

## 6. Revisa antes de publicar

Hazte consciente del alcance de tus publicaciones. Incluso desde un perfil personal, alguien externo puede verte como representante de la organización. Publica pensando en cómo se pueden interpretar tus mensajes.

Antes de publicar un contenido piensa si puede causar daño o malentendidos.

## **7. Maneja las críticas con cautela**

Si recibes críticas a la organización en tus cuentas personales tómate un tiempo antes de responder.

Reflexiona si puede aportar valor tu respuesta y si el emisor o emisora de las críticas se corresponde con un perfil real.

Nunca respondas de manera defensiva si no desde la empatía, e intenta promover un diálogo constructivo.

Si la situación escala o el volumen de crítica es alto, ponte en contacto con el área de comunicación.

## **8. Escala situaciones de riesgo**

Si detectas situaciones de riesgo para la reputación de la organización en las que además estés involucrado, ponte rápidamente en contacto con el área de comunicación antes de actuar.