



**Crisis Communications Basics**

**Conceptos básicos de comunicación de crisis**

**COMMUNICATIONS**  
The United Methodist Church

1

---

---

---

---

---

---

---

---

**What is a crisis?      ¿Qué es una crisis?**



A crisis is an event which threatens the viability or the reputation of your organization, and which triggers media or public interest.

Una crisis es un acontecimiento que amenaza la viabilidad o la reputación de su organización, y que suscita el interés de los medios de comunicación o del público.

● ● ●

2

---

---

---

---

---

---

---

---

**Crisis categories      Categorías de crisis**

- Smoldering
- Sudden
- Present



- Ardiendo
- Repentino
- Presente

3

---

---

---

---

---

---

---

---

### Crisis characteristics Características de la crisis



- May or may not be within organization's control
  - Timing may be either sudden or expected
  - Only 29% of crises occur without warning
  - Response will be judged
  - Communication goal is to explain or persuade
- Puede estar o no bajo el control de la organización.
  - El momento en que ocurre puede ser repentino o previsible.
  - Solo el 29 % de las crisis ocurren sin previo aviso.
  - La respuesta será objeto de juicio.
  - El objetivo de la comunicación es explicar o persuadir.

4

---

---

---

---

---

---

---

---

### Examples of crisis Ejemplos de crisis



- Specific issue examples:**
- Legal matters
  - Mishandling of finances
  - Pastor or staff misconduct
  - Violence occurring on the property
  - Confusion over mixed building use
  - Viral video making the rounds
  - Data breach
- Hot topics to be aware of:**
- Immigration / ICE
  - Human sexuality
  - Budget cuts
  - Other denominations
  - Racism
  - The future of the church
  - Regionalization
- Ejemplos de problemas específicos:**
- Asuntos legales
  - Manejo indebido de las finanzas
  - Conducta inapropiada del pastor o del personal
  - Actos de violencia ocurridos en las instalaciones
  - Confusión por el uso mixto del edificio
  - Difusión viral de un video
  - Violación de datos
- Temas de actualidad a tener en cuenta:**
- Inmigración / ICE
  - Sexualidad humana
  - Recortes presupuestarios
  - Otras denominaciones
  - Racismo
  - El futuro de la iglesia
  - Regionalización

5

---

---

---

---

---

---

---

---

### When media reach out Cuando los medios se ponen en contacto

Get some breathing room with a hold response.

For spokespersons/communicators:

- "We've just learned about this and are trying to get more information."
- "We're preparing a statement on that now and will be prepared to speak with you in about an hour."
- How can I reach you when I have more information?"

Local church / conference staff hold response example:

"I want to make sure we give you the most accurate and up-to-date information. Our conference's communications team can best help you. If you give me your contact information, deadline, and any specific questions you have I'll pass that along and have them return your call as soon as possible."

Gane un poco de margen de maniobra con una respuesta de contención.

Para portavoces o comunicadores:

- «Acabamos de enterarnos de esto y estamos tratando de obtener más información».
- «En este momento estamos preparando un comunicado al respecto y estaremos listos para hablar con usted dentro de aproximadamente una hora».
- «¿Cómo puedo contactarlo cuando tenga más información?».

Ejemplo de respuesta de contención para el personal de una iglesia local o conferencia:

«Quiero asegurarme de brindarle la información más precisa y actualizada posible. El equipo de comunicaciones de nuestra conferencia es quien mejor puede ayudarle. Si me facilita sus datos de contacto, su fecha límite y cualquier pregunta específica que tenga, yo les transmitiré esa información para que le devuelvan la llamada a la mayor brevedad».

6

---

---

---

---

---

---

---

---

**Crisis response**  
**Respuesta ante crisis**

When you learn about the situation:

- Gather facts and assess the situation
- Assemble the crisis team
- Determine strategy
- Develop message
- Choose a spokesperson
- Deliver the message
- Monitor the response

Al enterarse de la situación:

- Recopile los hechos y evalúe la situación
- Reuna al equipo de crisis
- Defina la estrategia
- Elabore el mensaje
- Designe a un portavoz
- Difunda el mensaje
- Supervise la respuesta



7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Planning ahead / Planificar con antelación**

A well practiced Crisis Communications Plan allows your conference to:

- Provide compassion, concern and care for the victims of the crisis and for those affected by the crisis;
- Meet the needs of the media covering the crisis;
- Project a positive image for the conference and The United Methodist Church

Un Plan de Comunicación de Crisis bien ensayado permite a su conferencia:

- Brindar compasión, preocupación y atención a los víctimas de la crisis y a quienes se han visto afectados por ella;
- Satisfacer las necesidades de los medios de comunicación que cubren la crisis;
- Proyectar una imagen positiva de la conferencia y de la Iglesia Metodista Unida.



8

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**What goes in a plan?**  
**¿Qué incluye un plan?**

- ✓ Endorsement by top management  
Respaldo de la alta dirección
- ✓ Complete, up-to-date contact information  
Información de contacto completa y actualizada
- ✓ Team members' roles and responsibilities  
Roles y responsabilidades de los miembros del equipo
- ✓ Media guidelines/contact list  
Pautas para los medios / Lista de contactos
- ✓ Scenarios with action steps and message templates  
Escenarios con pasos de acción y plantillas de mensajes



9

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Why do you need a plan?**  
**¿Por qué necesitas un plan?**



- Enables you to act quickly/make sound decisions
- Gives guidance to everyone involved
- Preauthorization/develop consensus ahead of time
- Le permite actuar con rapidez y tomar decisiones acertadas.
- Ofrece orientación a todas las partes involucradas.
- Preautorización / lograr un consenso de antemano.

10

---

---

---

---

---


---

---

---

**Spokesperson Guidelines**  
**Pautas para portavoces**

- ONLY General Conference can speak for The UMC.
- Spokespersons can speak as topical experts only
- Utilize the Book of Discipline and Book of Resolutions
- Únicamente la Conferencia General puede hablar en nombre de la UMC.
- Los portavoces solo pueden hablar en calidad de expertos en temas específicos.
- Utilice el \*Libro de Disciplina\* y el \*Libro de Resoluciones\*.



11

---

---

---

---

---

---

---

---

**The role of a spokesperson**  
**El papel de un portavoz**



A good topical expert / spokesperson has a message in mind before they speak and is able to focus on that message.

Un buen experto temático o portavoz tiene un mensaje claro en mente antes de hablar y es capaz de centrarse en dicho mensaje.

A spokesperson should be appropriate for the situation or topic and able to:

- Connect with the audience
- Build trust and credibility
- Exhibit caring and compassion

Un portavoz debe ser idóneo para la situación o el tema en cuestión, y ser capaz de:

- Conectar con la audiencia
- Generar confianza y credibilidad
- Mostrar empatía y compasión

12

---

---

---

---


---

---


---

---


**Understanding Audiences**  
**Comprender a las audiencias**



Internal  
Interna



Public  
Público



Media  
Medios de comunicación

13

---

---

---

---

---

---


---

---

**Interview tips**  
**Consejos para entrevistas**

- Know your goal /agenda and stick to it
- Be prepared with 3 key talking points
- Remember that you can't control the questions, but you can control the answers
- Keep to positive language
- Avoid answering pointed questions and NEVER speculation or offer personal opinions
- Use bridging statements

- Conozca su objetivo o agenda y ciñase a ellos.
- Tenga preparados 3 puntos clave de conversación.
- Recuerde que no puede controlar las preguntas, pero sí las respuestas.
- Utilice un lenguaje positivo.
- Evite responder a preguntas incisivas y NUNCA especule ni ofrezca opiniones personales.
- Utilice frases de transición.



14

---

---

---

---

---

---

---


---

**Bridge examples**

- What I can tell you is that First UMC is really excited to be helping the community with the fundraiser we've been discussing. In fact, we're planning . . .
- I can't speculate on that topic, but I can speak to more of what I know about the life impact stories we've heard from previous fundraiser recipients. . .
- On the contrary . . .

**Ejemplos de puentes**

- Lo que sí puedo decirle es que la First UMC está realmente entusiasmada de poder ayudar a la comunidad a través de la recaudación de fondos que hemos estado comentando. De hecho, estamos planeando...
- No puedo especular sobre ese tema, pero sí puedo hablarle con más detalle sobre las historias de impacto vital que hemos escuchado de beneficiarios de recaudaciones de fondos anteriores...
- Por el contrario...



15

---

---

---

---

---

---

---

---



**Interview don'ts**

**Lo que no se debe hacer en una entrevista**

- Long and rambling answers
- Too much detail
- Use of church jargon
- Getting defensive
- Ignoring key messages
- Respuestas largas y divagantes
- Exceso de detalles
- Uso de jerga eclesidástica
- Ponerse a la defensiva
- Ignorar los mensajes clave

16

---

---

---

---

---

---

---

---

**Nonverbal communication**  
**Comunicación no verbal**

Research indicates how you look and sound on television are more important than what you say.  
Source: Dr. Albert Mehrabian, UCLA researcher

Las investigaciones indican que la forma en que te ves y suenas en televisión es más importante que lo que dices.  
Fuente: Dr. Albert Mehrabian, investigador de la UCLA.



55% - Gestures and facial expressions  
Gestos y expresiones faciales  
38% - Tone of voice / Tono de voz  
7% - Message content  
Contenido del mensaje

17

---

---

---

---

---


---

---

---

**Social media**      **Redes sociales**

- Two-way conversation happening all the time
- Difficult to control
- Citizen journalism has different rules
- Crises may originate on social media
- Inaccuracies and rumors
- Conversación bidireccional constante
- Difícil de controlar
- El periodismo ciudadano tiene reglas diferentes
- Las crisis pueden originarse en las redes sociales
- Imprecisiones y rumores



18

---

---

---

---

---

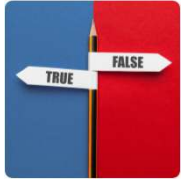
---

---

---

Look at conversations on and off of church feeds

Observa las conversaciones tanto dentro como fuera de los canales de la iglesia



- Point commentors to trusted resources
- Staying silent might be best
- Understand the difference between the “trolls” people will ignore and people with leverage
- Remite a los comentaristas a fuentes confiables.
- Guardar silencio podría ser lo mejor.
- Comprende la diferencia entre los «trolls» que la gente ignorará y las personas que tienen influencia.

19

---

---

---

---

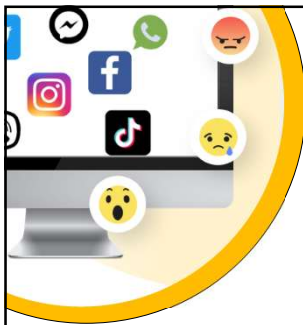
---

---

---

---

Monitor the conversation  
Monitorear la conversación



- Help track public statements or articles for conference awareness**
- Listening and being observant is important
  - How is your message being perceived?
  - Are there rumors or inaccurate information?
  - Are you meeting people's information needs?
  - What media and influencer coverage have you seen?
  - Check with the communications team on how they want this logged, if not already indicated.

- Ayuda a dar seguimiento a declaraciones públicas o artículos para generar visibilidad sobre la conferencia.**
- Saber escuchar y mantener una actitud observadora es fundamental.
  - ¿Cómo se está percibiendo su mensaje?
  - ¿Circulan rumores o información inexacta?
  - ¿Está satisfaciendo las necesidades de información de las personas?
  - ¿Qué cobertura por parte de medios de comunicación e influencers ha detectado?
  - Consulte con el equipo de comunicaciones sobre la forma en que desean que se registre esta información, en caso de que no se haya indicado previamente.

20

---

---

---

---

---

---

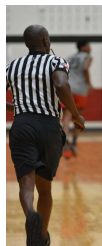
---

---

See something, say something.  
Si ves algo, di algo.

How would you handle the following situations?

- You see something concerning that you feel could be important to keep an eye on
- You see a report in the news or hear by word-of-mouth about a situation that the Conference may need to look into to be in the know
- You're hearing misinformation
- You've observed or been told about misconduct by those associated with The UMC



¿Cómo gestionaría las siguientes situaciones?

- Observa algo preocupante que, a su juicio, podría ser importante vigilar.
- Ve un reportaje en las noticias, o se entera por comentarios de terceros, sobre una situación que la Conferencia tal vez deba investigar para mantenerse informada.
- Escucha información errónea.
- Ha observado, o le han informado, sobre conductas indebidas por parte de personas vinculadas a la UMC.

21

---

---

---

---

---

---

---

---



**Personal Behavior Matters**

**El comportamiento personal importa.**

22

---

---

---

---

---

---

---

---

**Social media conversations**  
**Conversaciones en redes sociales**



- Remember that even on your personal profiles, you are a reflection of The UMC
- Don't speculate, repeat unconfirmed information or express personal opinions on church matters
- If you feel you must speak to a topic ensure that you state that although you are a part of The United Methodist Church, these are your personal thoughts/knowledge and that you do not speak as or for the church

- Recuerde que, incluso en sus perfiles personales, usted es un reflejo de la UMC.
- No especule, no repita información no confirmada ni exprese opiniones personales sobre asuntos de la iglesia.
- Si siente que debe opinar sobre algún tema, asegúrese de aclarar que, si bien forma parte de la Iglesia Metodista Unida, estos son sus pensamientos o conocimientos personales, y que no habla en calidad de representante de la iglesia ni en su nombre.

23

---

---

---

---

---

---


---

---

**You can prevent crises**  
**Puedes prevenir crisis**

- Your conversations and actions (in the world and online) can be a reflection of The UMC
- As leaders within the Church we need to be "walking the walk" in word and deed
- Remember to respect and protect confidentiality

- Sus conversaciones y acciones (tanto en el mundo como en línea) pueden ser un reflejo de la UMC.
- Como líderes dentro de la Iglesia, debemos «predicar con el ejemplo», tanto de palabra como de obra.
- Recuerden respetar y proteger la confidencialidad.



24

---

---

---

---

---

---

---

---

**You can prevent crises  
Puedes prevenir crisis**

- Be mindful of what you say and do in public places
- Don't say or do something that you wouldn't want to be quoted as saying or noted as doing
- Encourage your coworkers and others to be mindful of their words and deeds or find a way to interrupt in the moment to prevent behavior of concern or find someone who can
- Ten cuidado con lo que dices y haces en lugares públicos.
- No digas ni hagas nada que no quieras que se publique o se sepa que hiciste.
- Anima a tus compañeros de trabajo y a los demás a ser conscientes de sus palabras y acciones, o busca la manera de intervenir en el momento para prevenir comportamientos preocupantes, o busca a alguien que pueda ayudarte.




---

---

---

---

---

---

---

---

25

A graphic design for a communication center. On the left is a stylized logo featuring a red flame and a white cross inside a circular frame with orange and yellow accents. To the right, the text "Have questions? ¿Tiene preguntas?" is displayed in bold. Below this, an orange box contains the contact information: "Contact / Contacto: bsmotherman@umcom.org or presscenter@umcom.org". At the bottom right is the logo for "COMMUNICATIONS The United Methodist Church".

---

---

---

---

---

---

---

---

26