



Tema 11. Las relaciones públicas en situaciones de crisis

- 11.1 Crisis
- 11.2 Tipos de crisis
- 11.3 Etapas de una crisis
- 11.4 Gestión de la crisis desde las RRPP



Carmen Carretón Ballester, 2022-2023
Todos los derechos reservados



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



11.1 Crisis

“Una crisis es una situación que afecta físicamente a la totalidad del sistema y amenaza sus valores fundamentales y su existencia misma” (Pauchant y Mitroff, 1992:23)

Si no se ha sido proactivo



Reaccionar ante la crisis

Planificación de las Relaciones Públicas



11.2 Tipos de crisis. Según su naturaleza

TIPOS DE CRISIS según su naturaleza (Fink, 1986)

- Accidentes industriales
- Problemas medioambientales
- Huelgas
- Retirada de productos del mercado
- Opas hostiles
- Rumores
- Filtraciones a la prensa
- Problemas con la administración
- Actos terroristas

Planificación de las Relaciones Públicas



11.2 Tipos de crisis. Según sus efectos


TIPOS DE CRISIS según sus efectos (Fink, 1986)

- Las que explotan: fuego, accidentes, evento notable y con impacto
- Las inmediatas: sorpresa para la empresa como un problema medioambiental, una entrevista relevante o un informe televisado
- Las crisis en construcción: las que se pueden anticipar: como las negociaciones sindicales o los despidos
- Las crisis continuas o problemas crónicos: como los metales pesados en las pinturas.

Planificación de las Relaciones Públicas



11.3 Etapas de una crisis

- 1 Detección de señales** Sondear, escuchar y examinar de forma permanente
- 2 Preparación y prevención** Ser proactivos
- 3 Gestión (comunicación)**
Manejar la crisis de manera cautelosa con herramientas comunicativas que permitan difundir, interpretar y tratar tanto el problema presentado como el Plan de Respuesta para aminorarlo. 
- 4 Contención o control** Evitar que la crisis empeore o se amplíe
- 5 Recuperación**
- 6 Aprendizaje** Evaluación y continuidad

Planificación de las Relaciones Públicas



11.4 Gestión de la crisis desde las RRPP (Fink, 1986)

1- Conocer el proceso

1. ETAPA DE INCUBACIÓN. Aparecen los primeros síntomas o pistas. Si son detectados, se pueden minimizar los efectos (SER REACTIVO)
2. ETAPA DE CRISIS EN SÍ. Efecto físico y emocional en la empresa (ACTUAR CON LOS PÚBLICOS PARA MINIMIZAR CONSECUENCIAS)
3. ETAPA DE CRISIS CRÓNICA. La crisis se alarga en el tiempo: conviven momentos de recuperación y de recaída (SEGUIMIENTO, ALERTA Y CONTINUIDAD)
4. ETAPA DE RESOLUCIÓN. La crisis ha dejado de ser una amenaza para la empresa (SER PROACTIVOS PARA EL FUTURO)

Planificación de las Relaciones Públicas



11.4 Gestión de la crisis desde las RRPP (Fink, 1986)

GESTIÓN DE LA CRISIS DESDE LAS RRPP

2- Aplicar la conducta eficaz

En las situaciones de crisis (por vernos obligados a REACCIONAR) se tiende a utilizar el modelo asimétrico bidireccional y el de información pública.

Sin embargo, para prevenir, **la conducta más eficaz es la simétrica bidireccional** puesto que permite tener un alto conocimiento de la situación, del entorno y de los públicos.

Planificación de las Relaciones Públicas



11.4 Gestión de la crisis desde las RRPP (Fink, 1986)

GESTIÓN DE LA CRISIS DESDE LAS RRPP

3- Comunicarse desde conductas bidireccionales

- Lo primero, es comunicarse con los públicos afectados
- Utilizar la comunicación más local
- Tener una única sola voz con consistencia, concreción y rapidez
- Actuar con rapidez en caso de accidentes
- Cooperar con los medios
- Tomar decisiones sólidas y razonadas
- Ante dilemas éticos, actuar en consecuencia
- Usar un proceso de decisión de resolución de problemas

Planificación de las Relaciones Públicas



11.4 Gestión de la crisis desde las RRPP (Fink, 1986)

GESTIÓN DE LA CRISIS DESDE LAS RRPP

3- Seguir el modelo de relaciones continuas

(Sturges, Carrell, Newsom y Barrera)

Conocer los cambios de relación y de opinión que se producen desde antes de la crisis hasta después.

Definir el objetivo de influenciar a la opinión pública para lograr opiniones positivas ganando credibilidad con nuestro comportamiento antes de vivir una crisis.

Controlar para salvaguardar las relaciones con los públicos

Planificación de las Relaciones Públicas



Caso. La crisis de Thomas Cook.

¿Existen pistas informativas sobre la actuación de la compañía ante la crisis?





Tema 11. Las relaciones públicas en situaciones de crisis

BIBLIOGRAFÍA

CARRETÓN-BALLESTER, C y MONSERRAT-GAUCHI, J. (2010). Tratamiento mediático de la comunicación de Mattel ante la crisis de 2007: Análisis de las acciones de Relaciones Públicas y Publicidad llevadas a cabo por la empresa en La gestión de las relaciones con los públicos. AIRP: Alicante. pp.83-101.

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15720/1/LA%20GESTI%c3%93N%20DE%20LAS%20RRPP%20CON%20LOS%20P%c3%9aBLICOS.pdf>

CASTILLO-ESPARCIA, A.; MORENO, A Y CAPRIOTTI-PERI, P. (2020). Relaciones públicas y comunicación institucional ante la crisis del COVID-19. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. X, Nº 19, 01-06.

<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-01-01-06>