



## Tema 8. Les relacions amb activistes

Introducció. **Activisme**, concepte i tipologia

8.1 **Activistes i opinió pública**

8.2 **Programa** de relacions amb **activistes**

8.2.1 Les **Relacions** amb **consumidors**:  
programa i públics

8.2.2 Relacions amb **ecologistes**: programa i  
públics

8.2.3 Relacions amb **minories**: programa i  
públics

8.3 **Objectius, tècniques i avaluació**



Carmen Carretón Ballester, 2022-2023  
Tots els drets reservats



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

### Tema 8



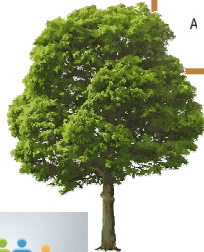
Introducció.

**Activisme**, concepte i tipologia



## ACTIVISME

Actitud o comportament de les persones que participen en moviments, especialment de tipus polític o social



*Animalistes en accion*



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



Introducció.

**Activisme**, concepte i tipologia

#### Activisme

(RAE)

1. m. **Tendència** a **comportar-se** d'una **manera** extremadament **dinàmica**

2. m. Exercici del proselitisme (**Obstinació** o **afany amb que una persona o una institució tracten de convèncer i guanyar seguidors** o **partidaris per a una causa o una doctrina**) i **acció social** de **caràcter públic**

3. m. Fil. **Doctrina** segons la qual **tots els valors** estan **subordinats** a les **exigències de l'acció** i de la seua **eficàcia**

#### Actiu, va

(RAE)

1. adj. Que **obra** o té **capacitat d'obrar**

2. adj. **Diligent** i **eficaç**

3. adj. Que **obra promptament**, o produeix sense dilació el seu efecte

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



Introducció.

**Activisme**, concepte i tipologia

#### Reactiu

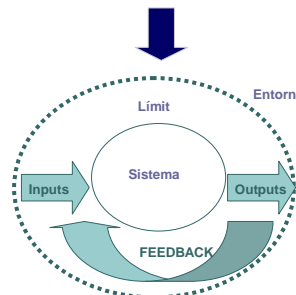
El grup **reacciona** com a **resposta** a conflictes de l'entorn

#### ACTIVISME

#### Proactiu-Actiu

El grup **actua** davant **conflictes potencials**

#### Enfocament de sistema obert



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



Introducció.

**Activisme**, concepte i tipologia

#### 4 ROLS ACTIVISTES (Pla d'acció del moviment)

Bill Moyer

##### Rebel

**Situa** el problema en l'agenda dels polítics

##### Reformista

**Exposa** el que no funciona i proposa alternatives

##### Ciudadà

El moviment **dins** de la **societat**

##### Agent del canvi

Promou la formació de cognicions, **estableix vincles** i **dissenya estratègies** a llarg termini

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



#### 8.1 Activistes i opinió pública

*L'objectiu essencial de les **relacions públiques** és el de **MODELAR L'OPINIÓ PÚBLICA** i influir sobre ella. En conseqüència, és important que els qui practiquen les relacions públiques comprenguen la formació, naturalesa, desenvolupament i significat de l'opinió pública.*

Canfield, 1980, en Caldevilla, 2007, p.123.

*L'objectiu de les **relacions públiques** és el **DESENVOLUPAMENT** d'una **OPINIÓ PÚBLICA FAVORABLE** cap a una institució social, política o econòmica. Un enteniment del procés de la formació de l'opinió pública i canvi d'actitud és **bàsic** per a l'estudi de les relacions públiques*

Moore, 1980, en Caldevilla, 2007, p.124.

## Planificació de les Relacions Públiques

Tema. 8

8.1 Activistes i opinió pública



Paper dels mitjans de comunicació

**FUNCIÓ SOCIAL** (Bretones, MT)

**Activistes**

**Instrument de poder**

FUNCIÓ **MANIPULADORA**

**Acomodació**

FUNCIÓ **MOVILIZADORA**

**Control social**

FUNCIÓ **GESTORA DE L'OPINIÓ PÚBLICA**

**Paper reproductiu**

FUNCIÓ **DE SOCIALITZACIÓ**

## Planificació de les Relacions Públiques

Tema. 8

8.1 Activistes i opinió pública



Paper dels mitjans de comunicació

**FUNCIÓ SOCIAL** (Bretones, MT)

**CONDICIONANTS** (Grunig i Hunt)

**Instrument de poder**

**Status socioeconòmic**

**Acomodació**

**Nivell educatiu**

**Control social**

**Motivació personal**

**Paper reproductiu**

**Seqüència personal**

## Planificació de les Relacions Públiques

Tema. 8

8.1 Activistes i opinió pública



L'OPINIÓ PÚBLICA és **difícil** de **quantificar**

Pocs assumptes aconseguixen unanimitat

L'opinió pública **sol estar dividida**



Treballar amb els **PÚBLICS** des dels  
**OBJECTIUS** de les RP

Edward Bernays

▪ Informar OP i públics

▪ Influenciar per a canviar  
actituds i conductes

▪ Coincidir interessos

## Planificació de les Relacions Públiques

Tema. 8

8.1 Activistes i opinió pública



Els estudis realitzats per Philip Converse (1962,1964)

L'efecte **persuasiu**  
**individual** a curt termini

L'efecte **cognitiu genèric** a  
llarg termini



**FORMACIÓ** de **L'OPINIÓ PÚBLICA**

- Persuasió

+ Influència

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)



Anys 50 i 60

Els **moviments** de drets civils, els ecologistes i els consumidors **NAIXEN I PRENEN FORÇA**

**Pressió** a les **ORGANITZACIONS**  
perquè canvien la seua conducta adversa

**Pressió** al **GOVERN**  
perquè s'apliquen les normatives

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)



Anys 50 i 60

En els inicis...

Programes agent de premsa/publicity

Enemisteu organització - activistes

Programes **d'informació pública**

No han sabut què és el que el públic volia escoltar.  
**MASSA INFORMACIÓ POSITIVA PRODUËIX REBUIG**

Programes **asimètrics bidireccionals**

Funcionen amb públics passius



Programes **simètrics bidireccionals**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)



#### FASES

#### Planificació de les estratègies per a l'activisme en xarxes socials



1. Establir els objectius
2. Definir el missatge
3. Planificar
4. Mesurar i analitzar els resultats

Almeida i Riera (2016)

Situació	RECERCA: anàlisi
Planificació i estratègia	Pla: recursos
Públic	A qui ens dirigim
Accions	Desenvolupament del pla
Resultat	Seguiment i avaluació

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)



8.2.1 Les Relacions amb **CONSUMIDORS**: programa i públics



**Programes** coneguts per les grans corporacions, especialment les de **PRODUCTES**

Moltes han fet els programes **D'INFORMACIÓ AL CONSUMIDOR** segons el model d'agència de premsa/promocional o d'informació pública. En general, programes dissenyats **per a complementar la publicitat del producte** de la companyia

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.1 Les Relacions amb CONSUMIDORS: programa i públics



A principis dels anys 60

"Moviment dels consumidors"

El president **John F. Kennedy**



En la seua declaració davant del Congrés d'EUA el 1962: "*Els **consumidors**, per definició, ens inclou a tots. Ells són el **major grup econòmic**, que afecta i és afectat per quasi totes les decisions econòmiques públiques i privades. No obstant açò, són l'únic grup important... **les opinions del qual sovint NO són escoltades**".*

**VUIT PRINCIPIS** que inspiren la major part dels grups que treballen pels drets del consumidor en l'actualitat:



- El dret a la **seguretat**
  - El dret a **ser escoltat**
    - El dret a **triar**
  - El dret a estar **informat**
  - El dret a ser **compensat**
  - El dret a un **ambient sa**
- El dret a satisfer les **necessitats bàsiques**
- El dret a **l'educació per al consum**

COMITÈ DE DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR  
(Consumer Advisory Council)

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.1 Les Relacions amb CONSUMIDORS: programa i públics



**Públics CONSUMIDORS**

**4 CATEGORIES TÍPIQUES**

Els consumidors **generals**

Preocupat per molts temes nacionals de política consumista



Públic **apàtic**

Fins que haguera tingut una **mala experiència** amb un producte

Consumidors d'un **problema involucrant**

Preocupat únicament pel problema que **l'afecta directament**



Públic **d'un sol tema**

S'identifiquen públics en funció de **temes concrets**



Derechos de los pasajeros en avión



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



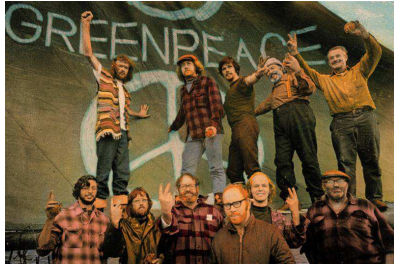
8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



### Origen de l'activisme ecologista. 1971

**GREENPEACE**



L'any 1971, **dotze membres** d'aquesta organització, a bord d'una **embarcació de fusta** van tractar **d'impedir** que **Estats Units** **detonara** una **bomba nuclear**

Encara que l'expedició no va aconseguir el seu objectiu, **sí va aconseguir informar** sobre les **proves nuclears** i, amb açò, va aconseguir que l'opinió pública es posicionara en contra d'aquestes pràctiques.

**ESTRATÈGIA DE GREENPEACE**: **acudir** allí **on** es **produceix** una **agressió ambiental** per a donar **testimoniatge** directe a la ciutadania mitjançant els **mitjans** de comunicació

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



### PRIMERA DÈCADA DEL S. XXI

#### LA COMUNICACIÓ MEDIAMBIENTAL EN **CREIXEMENT**

- **Informar** de les **accions** habituals de l'empresa amb **repercussió** en el **medi ambient**
- La **comunicació** pot ser tant **interna** com a **externa**
- És una **comunicació preventiva** que cerca **posar** en **coneixement** les **accions** i la **preocupació ambiental** de **l'empresa** davant la **societat**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



**ALGUNES ORGANITZACIONS** han establit programes especials de relacions mediambientals quan han tingut problemes ecològics continus, especialment en indústries com el carbó, el petroli, l'acer, els productes químics o l'energia elèctrica

**UNES ALTRES**, no obstant açò, desenvolupen majoritàriament unes campanyes de RP mediambientals a curt termini quan pateixen una crisi o quan volen suavitzar el camí per a un projecte que té efectes mediambientals aparents

**EVITAR LA REACTIVITAT EN BENEFICI DE LA PROACTIVAT**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



La **campanya Detox** de **Greenpeace** demanda a les **marques de moda** que es **COMPROMETEN amb L'ABOCAMENT ZERO** de totes les **substàncies perilloses** per a **2020**



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



#### 8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

##### 8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



#### 8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

##### 8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



#### GRUNIG

“El **ROL** de la persona de **RP** és **molt semblat** al que tindria si **estiguera treballant** per a una organització que cerca **ACONSEGUIR** el **SUPORT** del **PÚBLIC** per a programes de conservació i **intenta despertar la preocupació pública per l'ecologia**”

#### BURSON

“Cal **inculcar** a la **direcció** la **necessitat** d'articular una **preocupació** genuïna respecte al **medi ambient**. **No** és **suficient** amb emetre documents positius i **notes de premsa**. L'home de RR.PP. **ha de convèncer** als seus dirigents que la **COMUNICACIÓ** amb els crítics **MEDIAMBIENTALS** hauria de ser una **ACTIVITAT CONTINUADA**, i gran part de la mateixa, **cara a cara**”.

El responsable de **RP** pot arribar a **tenir MÉS problemes** amb el seu quadre **directiu** que amb els **públics externs**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



#### AGENTS

ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Publicacions

NORMATIVA

90/313/CEE

LES EMPRESES

Sector industrial, construcció  
i reciclatge de productes

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



#### AGENTS

LES EMPRESES

¿Què comuniquen aquestes empreses?

- Les **auditories ecològiques voluntàries**
- Les **inversions** destinades a **disminuir** els seus **residus**
- Les **ajudes econòmiques** que aporten a les **organitzacions** relacionades amb l'**ecologia**
- Els **programes educacionals** dirigits als **seus consumidors** per a preservar la natura, etc.

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



Tota empresa que comporte en la seua **activitat** diària un mínim **perjudici** per al **medi ambient** hauria de **TENIR COHESIONADA** la **COMUNICACIÓ INTERNA** i **EXTERNA**. Aquesta comunicació **ha de ser BIDIRECCIONAL**

D'aquesta manera l'empresa **guanyarà CREDIBILITAT** i **RESPECTE** per part dels seus diferents **públics, interns** i **externs**, fet que **repercutirà** de manera directa en l'increment de les **vendes**

Transparència informativa + bidireccionalitat

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.2 Les Relacions amb **ECOLOGISTES**: programa i públics



### Públics ECOLOGISTES

### 4 CATEGORIES TÍPIQUES



Ecologistes **generals**

- ↑ reconeixement del problema i involucració
- ↓ reconeixement de les restriccions



Ecologistes **només de problemes involucrants**

- Preocupat **únicament pel problema més comprometedor**
- ↑ reconeixement del problema i involucració
- ↑ reconeixement de les restriccions

Públic **apàtic**

- ↓ reconeixement del problema i involucració
- ↑ reconeixement de les restriccions

Públics de **temes especials**

**S'identifiquen públics en funció de temes concrets**



## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.3 Les relacions amb **MINORIES**: programa i públics



La **DISCRIMINACIÓ** de les **organitzacions** sobre les **minories** en contractació, salaris, promocions, compres o publicitat



**Creació de PÚBLICS MINORITARIS**

**Problemes de RP** amb ells

Les organitzacions **han de fer una mica més** que eliminar la discriminació.

També són responsables de "accions afirmatives" (*discriminación positiva*)

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.3 Les relacions amb **MINORIES**: programa i públics



Parke Gibson enumera **QUATRE ACTIVITATS** que les **organitzacions** utilitzen per a les **relacions** amb les **minories**:

- **PROPOSAR** accions afirmatives
- **DETERMINAR** què és el que està fent l'organització d'interès particular per a grups minoritaris
- **INVESTIGAR** com està considerada l'organització en les comunitats de minories o entre els líders de grups minoritaris
- **INVESTIGAR** publicacions orientades cap a les ètnies per a determinar quina classe de material de RP inclouen, tant el de l'empresa, com el d'organitzacions de la competència

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)

8.2.3 Les relacions amb **MINORIES**: programa i públics



#### Públics MINORITARIS

#### 4 CATEGORIES TÍPIQUES

Públics **generals**

↑ reconeixement del problema i involucració

↓ reconeixement de les restriccions

Públic d'un **problema involucrant**

Preocupat únicament pel problema més comprometedor

↑ reconeixement del problema i involucració

↑ reconeixement de les restriccions

Derechos Humanos



Públic **apàtic**

↓ reconeixement del problema i involucració

↑ reconeixement de les restriccions

Públics d'un **sol tema**

S'identifiquen públics en funció de temes concrets

Drets de persones amb discapacitat o mobilitat reduïda en el trànsit aeri

A E P A  
Asociación de Epilepsia de la Provincia de Alicante

Els **programes** de **RP** han de donar **PRIORITAT** a la **participació** en la **comunitat** per a **ajudar** les **minories** a **eliminar** les seues **restriccions**, com accions afirmatives o contractes amb minories.

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.2 Programa de relacions amb activistes (Grunig y Hunt, 2000)



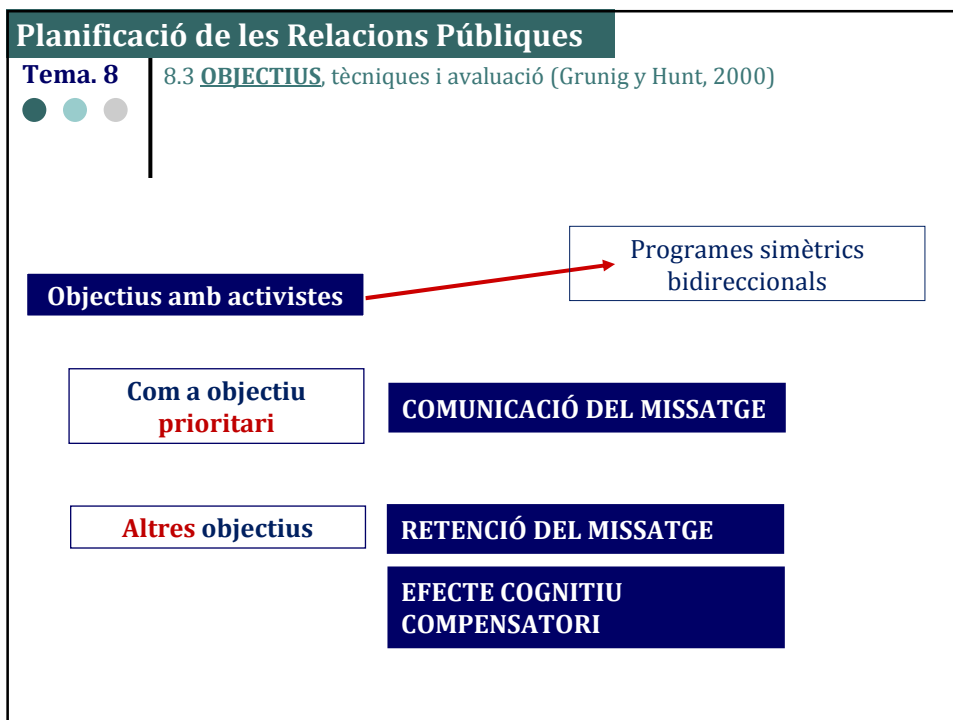
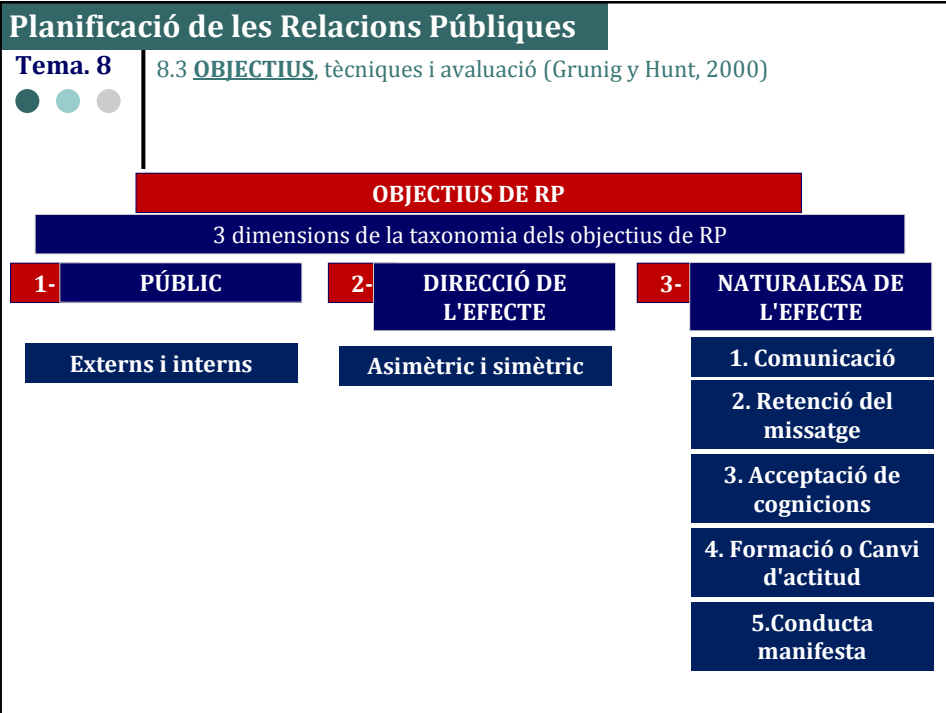
#### Públics ACTIVISTES

Una **REGLA D'OR** per a **fer** un bon **programa** de **relacions** amb **activistes** és

**NO OBLIDAR cap dels públics implicats**

Els **públics** poden ser

Les **associacions ecologistes**, les de **veïns**, les de **consumidors**, les de **pares** de família, les **d'estudiants**, les **autoritats** administratives, els **mitjans** de comunicació, **afectats**, **líders**, **dones**, **ètnies**, diversitat funcional, **públics** amb **malalties** rares o poc visibles, **joves** en **risc d'exclusió** social, etc





## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 **OBJECTIUS**, tècniques i avaluació



#### Objectius amb activistes

**IDENTIFICAR** els **punts febles** de l'**organització** respecte als públics actius i **ESTABLIR** les **mesures** necessàries per a **evitar situacions adverses**

**IMPLICAR** el **personal** que podria **participar** en aquest **programa** i **FOMENTAR** **contactes** entre aquestes **persones** amb el consegüent **augment** de la **col·laboració** entre elles i el coneixement mutu

**ENFORTIR** l'**esperit d'iniciativa** en el si de les **organitzacions**, ja que **IMPLICA** una **revisió permanent** del que són les **actuacions** i els **objectius** organitzatius

Piñuel (1997, p.183)

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, **TÈCNiques** i avaluació (Grunig y Hunt, 2000)



#### Tècniques

El **REQUISIT FONAMENTAL** per a **treballar** amb els **mèdia**, és **donar-los** el que **necessiten**, en un **format adequat**, i en el **moment just**

Els **MÈTODES** a utilitzar:

- El **contacte directe**
- Els **comunicats** o notes de premsa
- Les **rodes de premsa**
- La utilització **d'agències** de premsa o de notícies
- El **videocomunicat**

Programes simètrics  
bidireccionals

El **CONTACTE DIRECTE** amb els **PERIODISTES** és el **MÉS EFICAÇ** per a obtenir bons resultats

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Grunig y Hunt, 2000)



#### Tècniques

Programes simètrics  
bidireccionals

#### Conducta **ACTIVISTA** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS MITJANS**

Saber dir “no” sense molestar el periodista

Respondre amb la major exactitud possible

Respectar la variable “temps”

Recórrer al sentit de l'humor davant les crítiques

Planificar prèviament la trobada

**CONSELLS**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Carretón y Lorenzo, 2018)



#### Tècniques

Programes simètrics  
bidireccionals

**Nivell 1**

#### Conducta del **MITJÀ** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS ACTIVISTES**

- La **gent veu** en els **mitjans** una **possibilitat** de **fer visibles** les **seues històries** perquè els donen una mica d'atenció
- Els **mitjans contribueixen** a **augmentar l'impacte** de les **accions** sobre els **issues (qüestions)** que **preocupen** a diferents col·lectius
- El **temps** i l'**espai** que els **mitjans dediquen** a aqueixos **issues (qüestions)** **té efecte** en l'**agenda** dels **públics** i pot arribar a l'agenda dels polítics

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Carretón y Lorenzo, 2018)

Tècniques

Programes simètrics  
bidireccionals

Nivell 1

Conducta del **MITJÀ** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS ACTIVISTES**



## Planificació de les relacions públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Carretón y Lorenzo, 2018)

Tècniques

Programes simètrics  
bidireccionals

Nivell 2

Conducta del **MITJÀ** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS ACTIVISTES**

- Els **mitjans S'IMPLIQUEN** de **manera activa**
- **Com a empresa**, el mitjà **COL-LABORA** en **accions** o en part de les accions de determinats col·lectius i **IMPLICA** als **seus treballadors**

Any 2007: 71 dones.  
Any 2008: 84 dones assassinades  
Any 2009: 68 dones assassinades  
Any 2010: 85 dones assassinades  
Any 2011: 67 dones assassinades  
Any 2012: 57 dones assassinades  
Any 2013: 57 dones assassinades  
Any 2014: 59 dones assassinades  
Any 2015: 64 dones assassinades  
Any 2016: 53 dones assassinades

Violència de Gènere

**Planificació de les Relacions Públiques**

**Tema. 8** 8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Carretón y Lorenzo, 2018)

● ● ●

Programes simètrics bidireccionals

**Tècniques** **Nivell 2**

**Conducta del MITIÀ** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS ACTIVISTES**

**AMORES que DUELEN** 'Amores que duelen' rep el Premi de Periodisme contra la Violència de Gènere

**M. 5**

"donar veu a dones valentes que, en primera persona i amb cara descoberta, **confien les seues històries**, el seu dolor i la seua lluita per tirar endavant" ..

**El Congrés aprova el pacte contra la Violència de Gènere: més de 200 mesures 5 d'octubre de 2017**

**Planificació de les Relacions Públiques**

**Tema. 8** 8.3 Objectius, **TÈCNIQUES** i avaluació (Carretón y Lorenzo, 2018)

● ● ●

Programes simètrics bidireccionals

**Tècniques** **Nivell 0**

**Conducta del MITIÀ** en el **CONTACTE DIRECTE AMB ELS ACTIVISTES**

- Els **mitjans** -a **més d'informar-**, **deuen** **SÍ** **COMPROMETRE'S** amb aqueixa **realitat social**?
- **¿COM** s'han de comprometre?

**Mesurar conseqüències** dels missatges i de les seues notícies **Compromís de base**

1- **Conèixer** a la **societat NO COM A MASSA**, sinó **COM A PÚBLICS**

2- **Investigar** les seues **problemàtiques**

## Planificació de les Relacions Públiques

**Tema. 8** | 8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



### Avaluació

**Recompte** del nombre de **vegades** en les quals **l'organització contacta** amb els seus **públics**

**Recompte** dels **articles** que relaten **l'opinió** de **l'organització** i que apareixen en **mitjans** de comunicació **especialitzats**

**Comptabilitzar** els **contactes** amb **funcionaris** governamentals o **agències** reguladores

## Planificació de les Relacions Públiques

**Tema. 8** | 8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



### Avaluació

**SERVEI DE RETALLADES: COMUNICACIÓ**

**RETENCIÓ DEL MISSATGE**

**CONDUCTA MANIFESTA**

**ESTUDIS D'ACTITUD**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



#### Avaluació

**SERVEI DE RETALLADES:** comunicació

**Seguiment quantitatiu i qualitatiu** dels articles sobre l'organització en l'agenda mediàtica. **Freqüència** de la notícia corporativa i **context** en què apareix per a analitzar si els objectius perseguits han sigut aconseguits

En **determinar** els **temes** que **interessa** ser difosos i en quins **mitjans**, podem comprovar després la freqüència d'aquesta difusió i en quins mitjans apareixen

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



#### Avaluació

**SERVEI DE RETALLADES:** comunicació

**Classificar** els **temes** com a neutres, positius o negatius i **analitzar** a posteriori de forma contínua **l'evolució** de les relacions amb els mitjans de comunicació

**L'impacte en els mitjans:** **comptabilitzar** quantes persones han pogut estar exposades als missatges de l'organització. Es tracta d'una anàlisi estrictament quantitativa

## Planificació de les Relacions Públiques

**Tema. 8** | 8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



### Avaluació

#### RETENCIÓ del missatge

**Conèixer** el grau de record dels missatges de l'organització en els mitjans

## Planificació de les Relacions Públiques

**Tema. 8** | 8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



### Avaluació

#### CONDUCTA manifesta

**Avaluar** les relacions a través de la **resposta del públic** exposat als missatges. *Per exemple*, si el missatge es refereix a la celebració d'un esdeveniment:

1. **Sol·licitud d'informació** via telèfon, mail o de forma presencial
2. De les quals sol·liciten informació, **nombre** de **persones** finalment **inscrites**
3. **Nombre** final **d'assistents**

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8

8.3 Objectius, tècniques i **AVALUACIÓ** (Grunig y Hunt, 2000)



#### Avaluació

#### Estudis D'ACTITUD

És **molt** difícil **conèixer** qualitativament **com** ha **pogut influir** el **missatge** de l'organització en els públics objectiu

La **via més eficaç** seria **mesurar actituds i opinions** del públic **abans** de **l'exposició** als **missatges** de l'organització en els mitjans i comparar-ne els resultats amb les actituds i opinions del públic **després** de **l'exposició** als missatges

## Planificació de les Relacions Públiques

### Tema. 8



#### BIBLIOGRAFIA

- CARRETÓN, M.C. (2013). Eficacia de las relaciones con públicos minoritarios: el caso de la Asociación de Epilepsia de la Provincia de Alicante (AEPA). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. III, Nº 5, 95-110. <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/173>
- CARRETÓN-BALLESTER, M.C. y LORENZO-SOLÁ, F. (2018). Niveles de responsabilidad de los medios en sus relaciones con las minorías. Epilepsia y autismo. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VIII, Nº 15, 215-236. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP10.5783/RIRP-15-2018-12-215-236>
- CUTLIP, S. Y CENTER (2001). *Las relaciones públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000. pp.343-406
- GRUNIG, J. Y HUNT, T. (2000). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000. pp.457-488
- WILCOX, D. & co. (2000): *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*, Madrid: Addison Wesley (6ª ED), pp.407-410.