



Identificación de audiencias

Dra. Frida V. Rodelo – Comunicación Pública e Internet – ITESO

Audiencias meta

- “Son las personas, grupos, organizaciones o instituciones que deben ser influenciadas para lograr cumplir con la meta de la campaña”

(UN Women, 2011, p. 101)

2 tipos de audiencias meta

1. Audiencia meta primaria o directa:

- Tienen el poder de lograr el cambio que se desea.
- Por ejemplo: legisladores, funcionarios, jueces
- En una campaña que pretenda un cambio cultural, la audiencia meta primaria puede incluir a miles de personas
- Los actores “convencidos” o “reclutados” pueden ayudar presionando a sus pares

2. Audiencia meta secundaria

- Todas las personas que se desea influenciar porque pueden ejercer presión directa sobre aquellos en la posición de lograr el cambio que se desea
- Por ejemplo: líderes de opinión, opinadores, empresarios, líderes locales, figuras públicas, intelectuales...

DIFUNDE

Difunde la propuesta añadiendo una imagen de #SinVotoNoHayDinero en tu perfil de Facebook o Twitter. Puedes hacerlo [aquí](#).

COMPARTE

Descarga el Kit #SinVotoNoHayDinero y comparte la información. Consulta la carpeta de [Google Drive](#).

PRESIONA

Exige a tu diputada(o) que apoye la iniciativa #SinVotoNoHayDinero. Puedes hacerlo [aquí](#).



#SinVotoNoHayDinero



Aldo @Aldo88442456

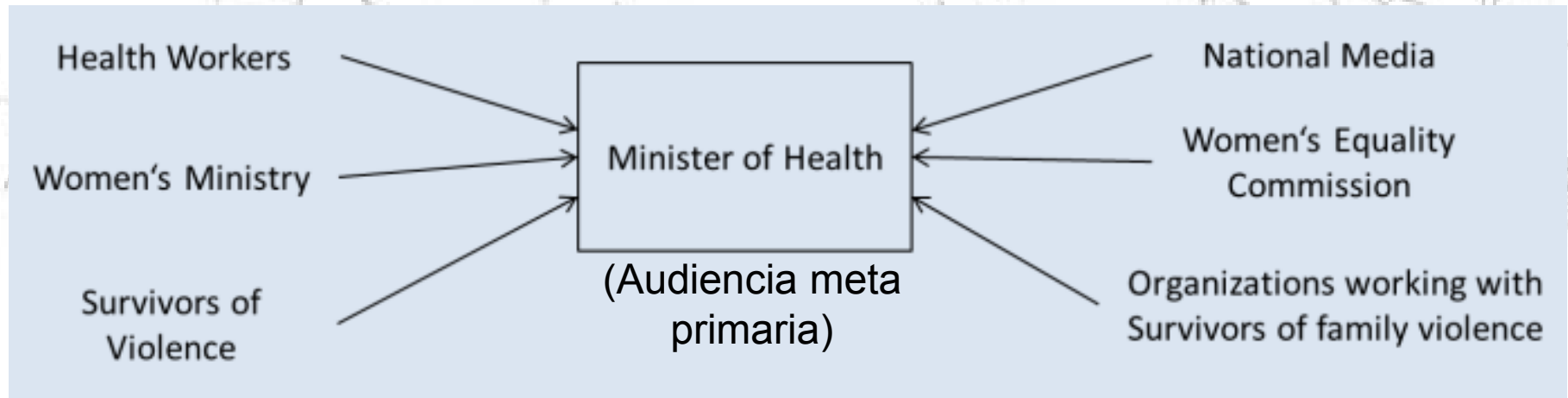
@RuidoEnLaRed @lopezobrador_ @pkumamoto
#SinVotoNoHayDinero ya le duele la mano de tanto pedir al erario

Mensaje para audiencias meta secundarias

Segmentación de audiencias

- Cuando la audiencia es muy grande:
 - ¿Qué segmentos deben ser “convencidos”?
 - ¿Cómo pueden estos segmentos ser convencidos?
 - ¿Qué tan “listos” están para cambiar su forma de pensar?
- La segmentación puede hacerse...
 - por género
 - por edades
 - por nivel socioeconómico (NSE)
 - por ubicación geográfica

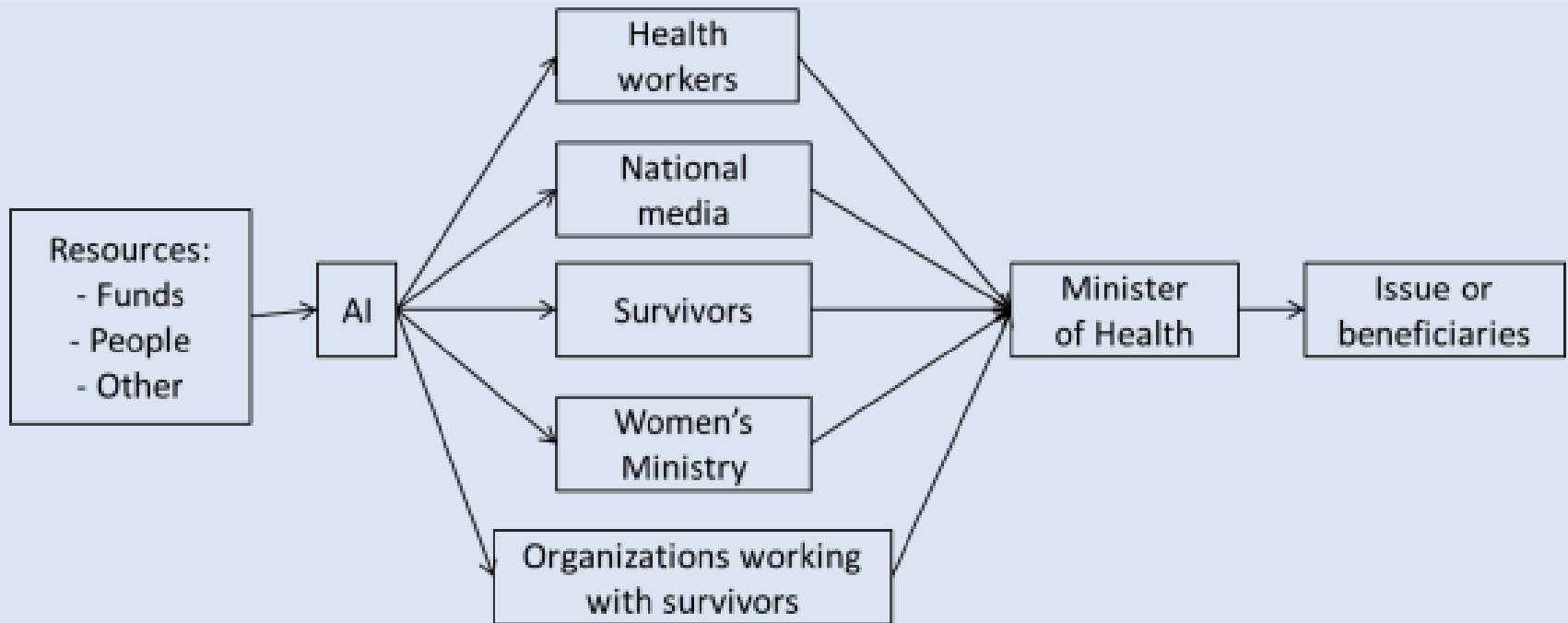
Mapa de influencia



(Audiencias meta secundarias)

(Audiencias meta secundarias)

Canal de influencia



(Recursos que se tienen: humanos, materiales, vinculación, etc.)

(Tu organización)

(Audiencias meta secundarias)

(Audiencia meta primaria)

(Cambio logrado o beneficiarios)

Caso C7-Radiofórmula

change.org

Inicia una petición Explorar Buscar

Frida Rodelo Amez... ▾

Petición para Gobernador del Estado de Jalisco Aristóteles Sandoval y 1 otro/a

La radio pública jalisciense no debe transmitir los programas de RadioFórmula

Bernardo Masini México



El pasado 7 de diciembre comenzó a operar un convenio entre el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV) y el consorcio

Victoria

¡Esta petición logró su objetivo con el apoyo de 9.104 personas!

Compartir en Facebook

Añade un mensaje personal (opcional)



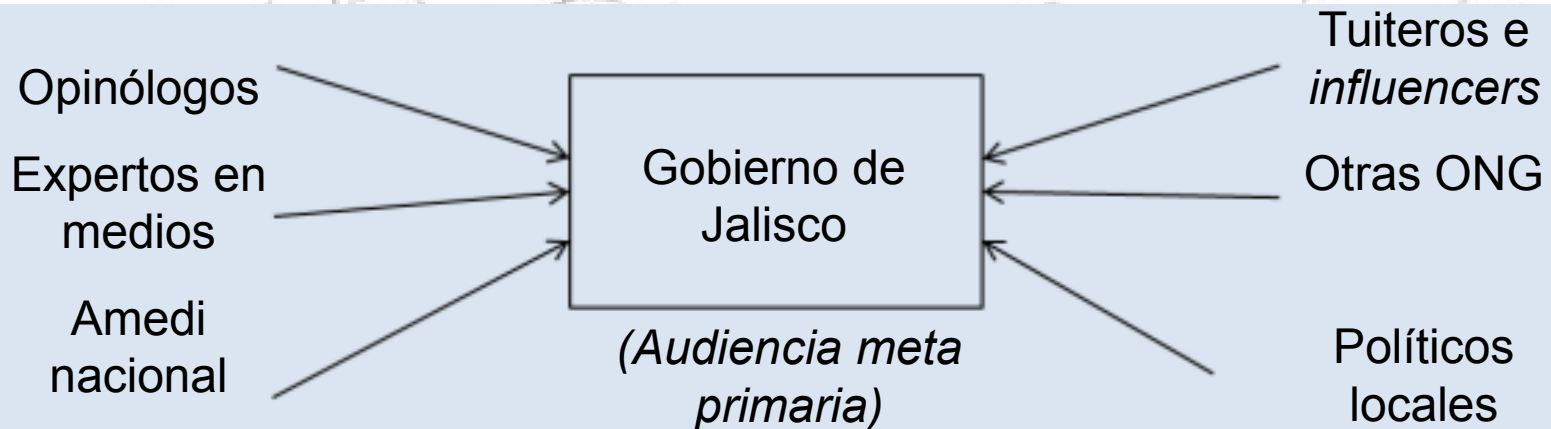
El Sistema Jalisciense de Radio y TV no debe retransmitir...

Publicar en Facebook

Enviar un mensaje de Facebook

Enviar un email para amigos

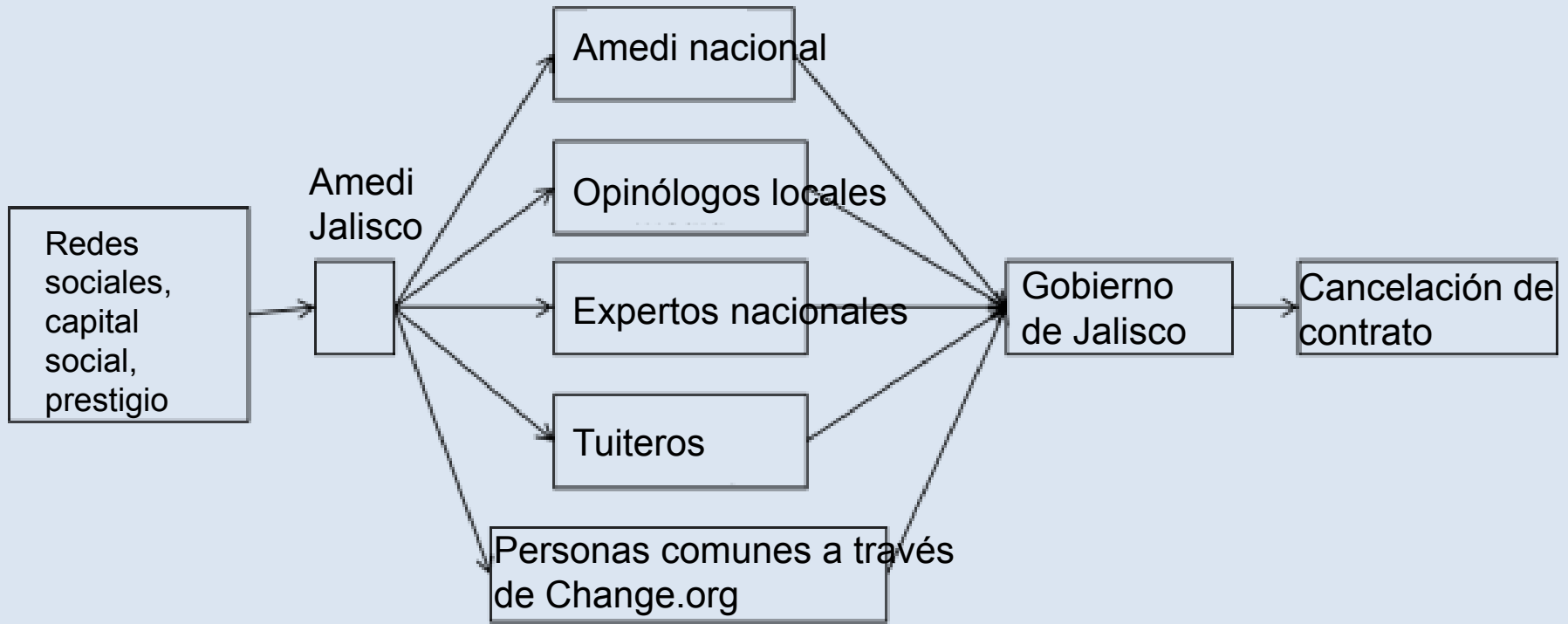
Mapa de influencia



(Audiencias meta secundarias)

(Audiencias meta secundarias)

Canal de influencia: Caso C7



(Recursos que se tienen: humanos, materiales, vinculación, etc.)

(Tu organización)

(Audiencias meta secundarias)

(Audiencia meta primaria)

(Cambio logrado o beneficiarios)

Canal de influencia: Caso candidatura independiente



Referencias

- UN Women (2011). *Campaigns to End Violence against Women and Girls*. Recuperado el 1 de enero de 2016 de <http://www.endvawnow.org/uploads/modules/pdf/1342724232.pdf>