

## **Título del trabajo**

### **Análisis de la comunicación pública en caso de emergencia o crisis**

Elaborado por **XXX (indicar los nombres de los integrantes del equipo)**

### **Lugar y fecha**

#### **Introducción**

En la introducción debe proporcionarse un concepto de crisis. Además, deben señalarse los objetivos, alcances y limitaciones de este documento (es decir, qué es, para qué sirve y para qué no sirve).

#### **Contexto y análisis de actores**

Señalar los antecedentes y el contexto del problema o asunto público, así como la situación actual del grupo u organización responsable de la comunicación pública en relación con los otros actores relevantes. Desarrollar quiénes son los actores públicos más importantes en torno al grupo u organización responsable de la comunicación. Esta información debe ser de utilidad para comprender el caso e ir más allá de realizar listas de actores públicos. Además, debe señalarse claramente cuál es la relevancia de cada actor público involucrado. Por ejemplo, para una organización no gubernamental (ONG), los actores públicos relevantes pueden ser el o los gobiernos, organismos intergubernamentales, organismos autónomos, grupos de la sociedad civil (por ejemplo, grupos de víctimas), universidades, etcétera. Para una empresa privada, los actores públicos relevantes pueden ser grupos de consumidores, organismos reguladores, gobiernos con los que la empresa haya tenido trato, proveedores, clientes importantes, etcétera.

En esta parte puede añadirse una matriz de identificación de actores en la que se ordenen gráficamente los actores en cuanto a sus niveles de poder e interés en intervenir en los temas relativos al grupo u organización.

#### **Acciones durante cada fase de la crisis**

Deben describirse de manera detallada y documentada las acciones realizadas por el grupo u organización responsable de la comunicación pública antes, durante y después de la crisis. Es importante también mencionar las acciones de los otros actores públicos relevantes en el caso (audiencias, consumidores, gobierno, medios de comunicación, etcétera). Es importante describir y analizar con detalle los mensajes publicados en cada fase de la crisis.

Para elaborar esta parte es posible que haga falta información. Para conseguirla, pueden contactar y entrevistar a personas que hayan tenido conocimiento directo del caso.

Es indispensable atribuir cada dato a su fuente usando el sistema de citación de la APA.

## **Conclusiones**

En aproximadamente una página debe responderse la pregunta: ¿qué significó este caso? ¿Cuáles fueron sus aspectos más relevantes? ¿Qué aprendimos a partir de su análisis?

## **Recomendaciones**

En aproximadamente una página deben formularse recomendaciones puntuales dirigidas al grupo u organización responsable de la comunicación pública. Estas recomendaciones deben argumentarse con base en el conocimiento adquirido a partir de los principios generales de comunicación en contexto de crisis estudiados, así como de guías, manuales, y otros análisis de casos.

## **Anexos**

En esta parte pueden incluirse capturas de pantalla de mensajes, o extractos de documentos y de discursos. Esta parte es opcional.

## **Referencias**

Todas las referencias deben de estar en formato de la APA. Asimismo, en el cuerpo del trabajo deben incluirse las referencias parentéticas siempre que corresponda; por ejemplo: de acuerdo con Túñez-López et al. (2007), la comunicación es XXXXXXXXXX.

Túñez-López, M. (coord.) (2007). *Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. La Coruña: Netbiblo. Recuperado el 28 de julio de 2015 de <http://ruc.udc.es/handle/2183/11904>