Universitat de Girona

Facultat de Turisme

Grau en Publicitat
i Relacions Públiques

Annexos:

Tècniques comunicatives per a la modificació de l'opinió pública

Autor: Dídac Puig i López
Tutor: Dr. Lluís Costa Fernández
Any acadèmic: 2021 / 2022

Índex

1. **Tècniques comunicatives identificades i considerades**.....1
2. **Model d'enquesta**.....2
3. **Respostes enquesta**.....4
4. **Resultats Google Trends**.....10
5. **Articles de mitjans digitals treballats**.....20
6. **Resultats Social Searcher**.....25
7. **Tècniques identificades per campanya**.....28

1. Tècniques comunicatives identificades i considerades

Llista de tècniques considerades		
Nota i dossier de premsa	Donacions / subvencions	*Publicity*
Roda de premsa	Creació d'una Web ex profeso, o un apartat en la web corporativa	Tallers i seminaris
Publireportatge	Apel·lar a les emocions	Volants i tríptics
Roda de premsa en línia	Promocions / descomptes	Màrqueting per correu electrònic i Newsletters
RSC	*Lobbying*	Màrqueting de guerrilla
Material audiovisual corporatiu extra (*behind the scenes*, entrevistes…)	Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*	Publicitat en exteriors
Relacions amb la premsa	Inauguracions	Publicitat al punt de venda
Missatgeria ordinària	Publicitat en mitjans impresos	Vídeos virals
Participació en Fires o Festivals	Publicitat en Televisió	*Search Engine Marketing*
Creació d'una identitat visual	Publicitat en Ràdio	*Search Engine Optimization*
Creació de *packaging*	Patrocinis	Col·laboració amb influencers
Organització d'esdeveniments	Col·laboració amb líders d'opinió	FAQ
Call to action	Casos reals / Declaracions de testimonis	*Star Strategy*

2. Model d'enquesta:

1. **Amb quin gènere t'identifiques?**
    - Masculí
    - Femení
    - Prefereixo no especificar

2. **A quin grup d'edat pertanys?**
    - Menys de 18 anys
    - 18 - 25 anys
    - 26 - 35 anys
    - 36 -45 anys
    - 46 - 55 anys
    - 56 - 65 anys
    - Més de 65 anys

3. **Prens cura de la teva imatge?**
    - Sí, molt
    - Sí, força
    - No gaire
    - No gents

4. **Creus que el maquillatge i els productes cosmètics ajuden a realçar l'atractiu d'una persona?**
    - Sí
    - No

5. **Has utilitzat o bé utilitzes maquillatge / cosmètics habitualment?**
    - Sí
    - No

6. **Per què ho fas? / Per què no ho fas?**

7. **Indica el teu nivell d'acord o desacord amb les següents afirmacions:**
   (Desacord, Neutral o D'acord)
    - M'he plantejat incorporar l'ús de cosmètics en el meu dia a dia.
    - Penso que el meu entorn seria recolzador si comencés a utilitzar cosmètics.
    - Penso que el maquillatge i la cosmètica són cosa de dones.
    - Considero que tinc un ampli coneixement del món de la cosmètica i aquells productes que estan al meu abast.
    - Em considero part del públic objectiu de les empreses de maquillatge.

8. **Creus que has atribuït mai algun prejudici envers un home que utilitzi maquillatge?**
    - Sí
    - No

9. **Quin prejudici has atribuït a tal individu?**
    - Relacionat amb la seva sexualitat (Homosexual...)
    - Relacionat amb la seva identificació de gènere (Transgènere...)
    - Relacionat amb la seva personalitat (Efeminat...)
    - Altre…

10. **Consideraries modificar la teva opinió a favor de normalitzar l'ús de cosmètics per part del col·lectiu masculí?**
    - Sí
    - No n'estic segur
    - No

11. **Per quin motiu creus que la majoria d'homes, especialment el col·lectiu heterosexual, no utilitzen maquillatge / productes de cosmètica?**

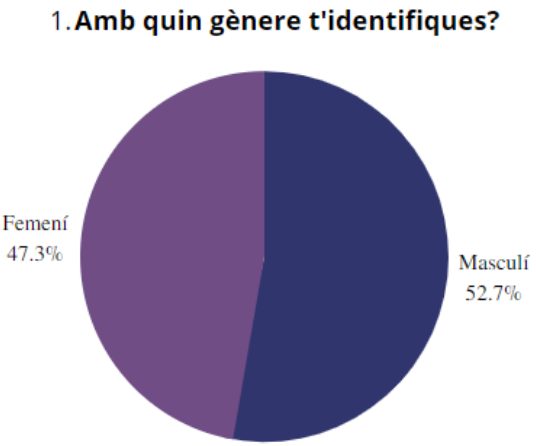
12. **Opines que l'ús de cosmètics per part del col·lectiu masculí és un tòpic Tabú en la societat? (acompanyat d'estereotips, rebuig i controvèrsia)**
    - Sí
    - No

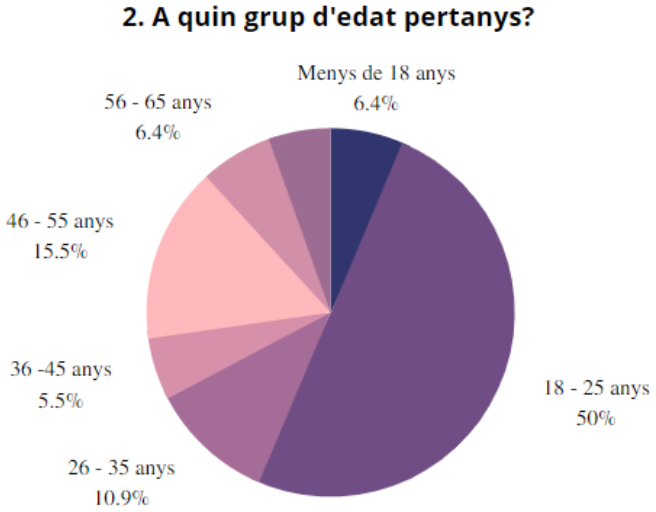
13. **Creus que és possible influir / canviar l'opinió pública voluntàriament en l'actualitat?**
    - Sí
    - No
    - No ho sé

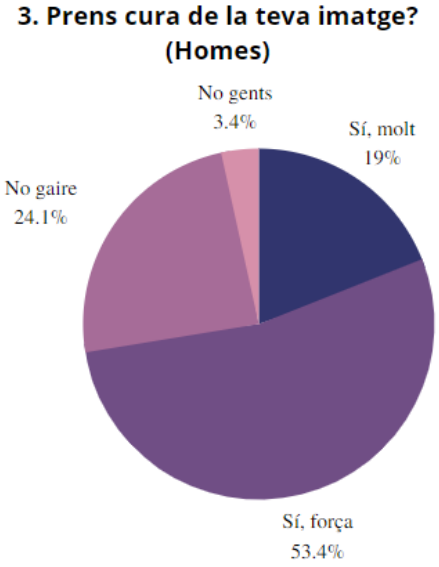
14. **Creus que alguna campanya comunicativa (publicitat, relacions públiques...) t'ha fet canviar d'opinió sobre algun tòpic?**
    - Sí
    - No canviar d'opinió, però sí reflexionar al respecte
    - No

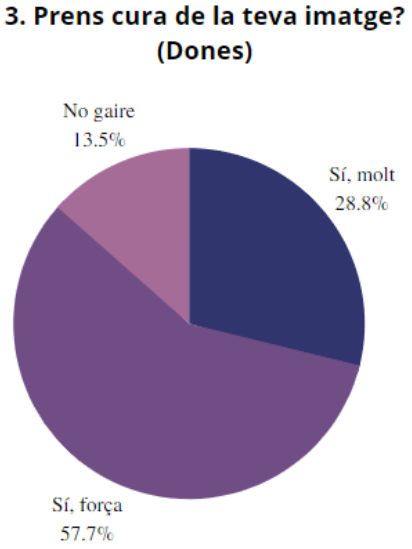
15. **Quin recurs comunicatiu creus que és més efectiu a l'hora d'influir en la teva opinió personal?**

3. Respostes enquesta

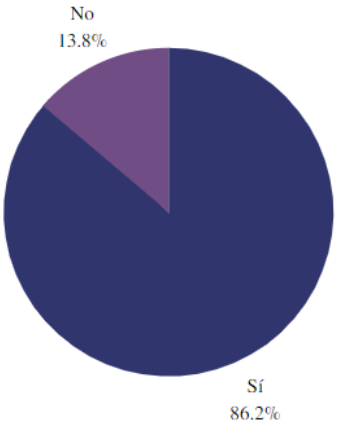




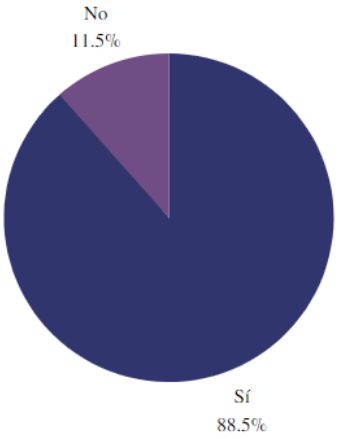




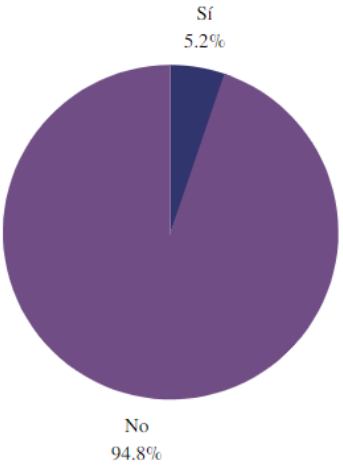
4. Creus que el maquillatge i els productes cosmètics ajuden a realçar l'atractiu d'una persona? (Homes)



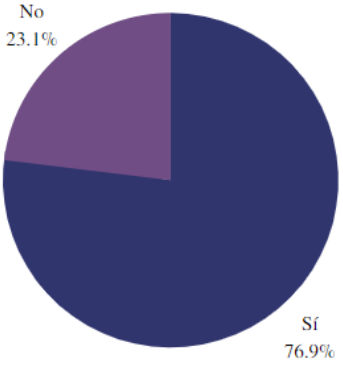
4. Creus que el maquillatge i els productes cosmètics ajuden a realçar l'atractiu d'una persona? (Dones)



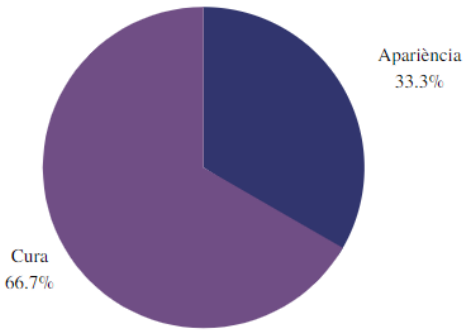
5. Has utilitzat o bé utilitzes maquillatge / cosmètics habitualment? (Homes)



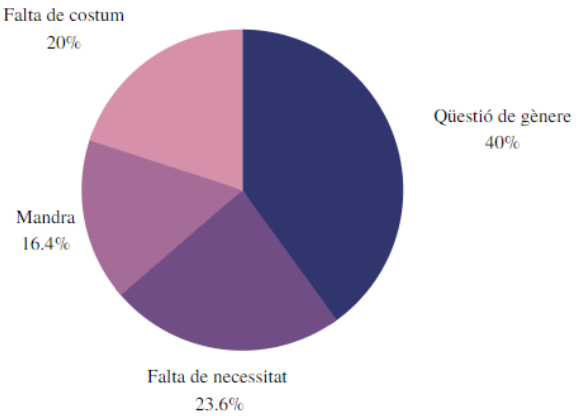
5. Has utilitzat o bé utilitzes maquillatge / cosmètics habitualment? (Dones)



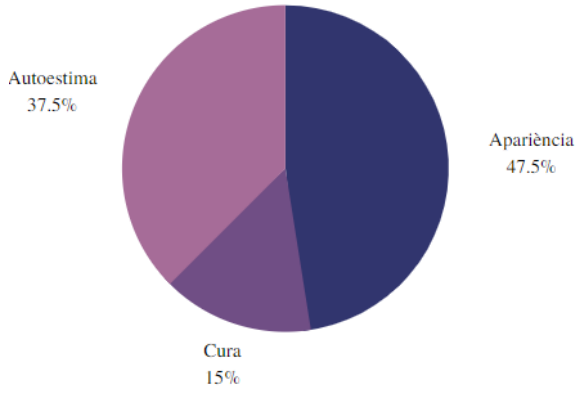
6. Per què ho fas? (Homes)



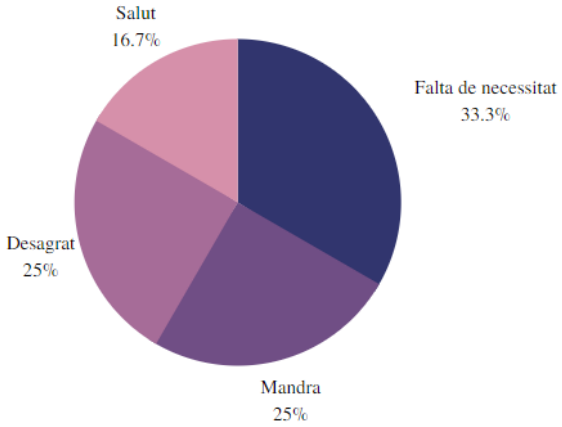
6. Per què no ho fas? (Homes)



6. Per què ho fas? (Dones)

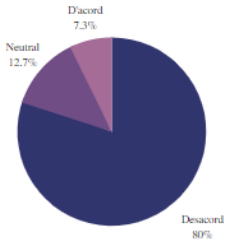


6. Per què no ho fas? (Dones)

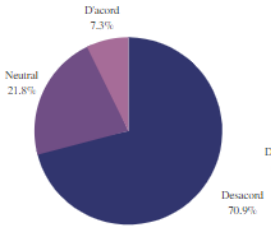


7. Indica el teu nivell d'acord o desacord amb les següents afirmacions: (Homes)

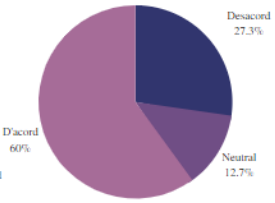
M'he plantejat incorporar l'ús de cosmètics en el meu dia a dia.



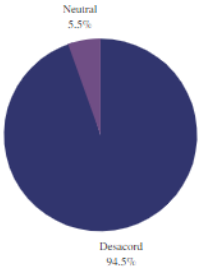
Penso que el meu entorn seria recolzador si comencés a utilitzar cosmètics.



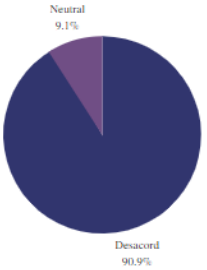
Penso que el maquillatge i la cosmètica són cosa de dones.



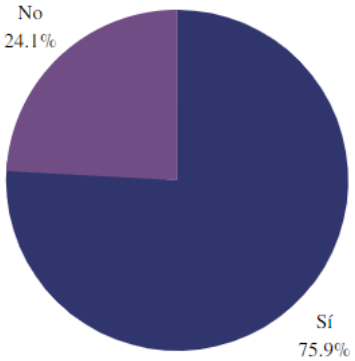
Considero que tinc un ampli coneixement del món de la cosmètica i aquells productes que estan al meu abast.



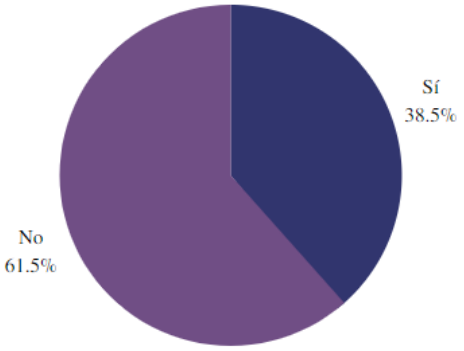
Em considero part del públic objectiu de les empreses de maquillatge.



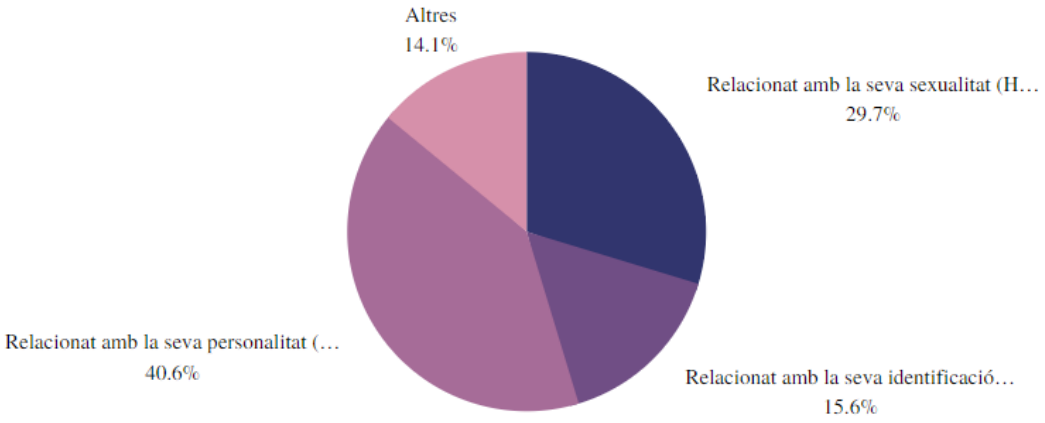
8. Creus que has atribuït mai algun prejudici envers un home que utilitzi maquillatge? (Homes)



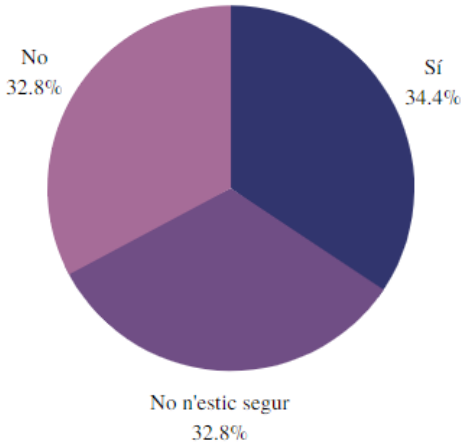
8. Creus que has atribuït mai algun prejudici envers un home que utilitzi maquillatge? (Dones)



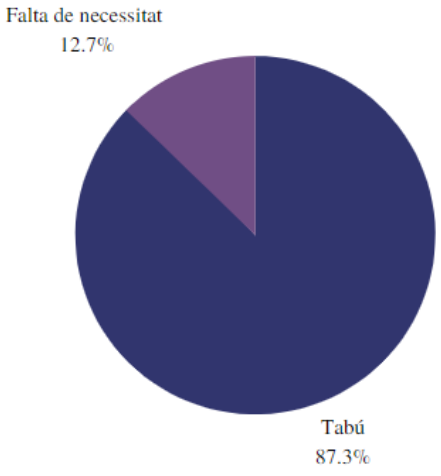
9. Quin prejudici has atribuït a tal individu?



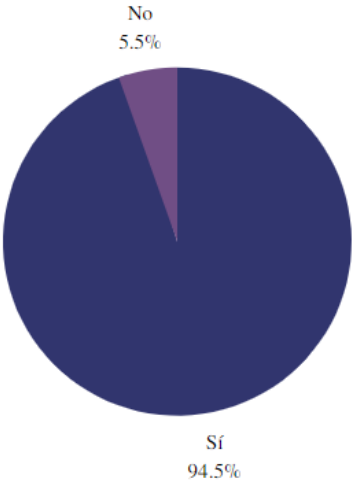
10. Consideraries modificar la teva opinió a favor de normalitzar l'ús de cosmètics per part del col·lectiu masculí?



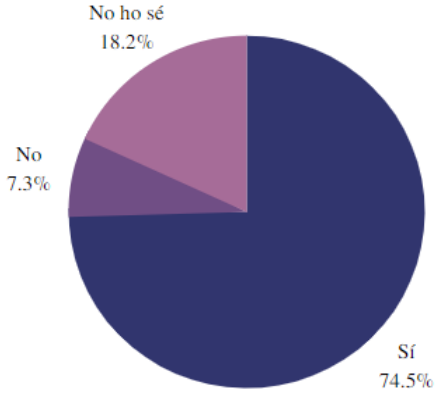
11. Per quin motiu creus que la majoria d'homes, especialment el col·lectiu heterosexual, no utilitzen maquillatge / productes de cosmètica?



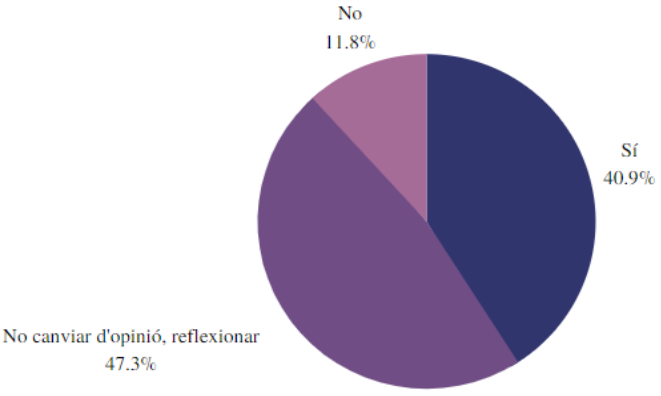
12. Opines que l'ús de cosmètics per part del col·lectiu masculí és un tòpic Tabú en la societat? (acompanyat d'estereotips, rebuig i controvèrsia)



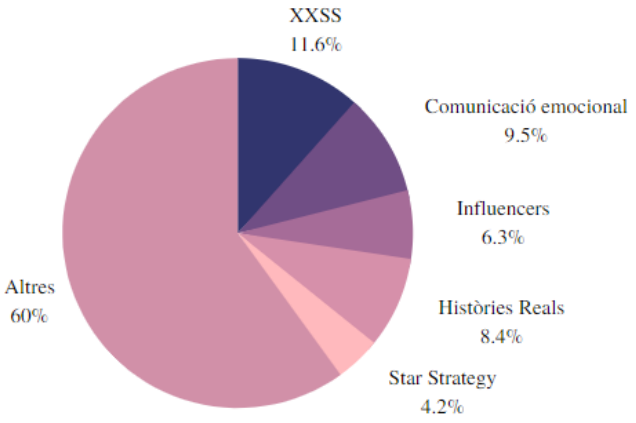
13. Creus que és possible influir / canviar l'opinió pública voluntàriament en l'actualitat?



14. Creus que alguna campanya comunicativa (publicitat, relacions públiques...) t'ha fet canviar d'opinió sobre algun tòpic?

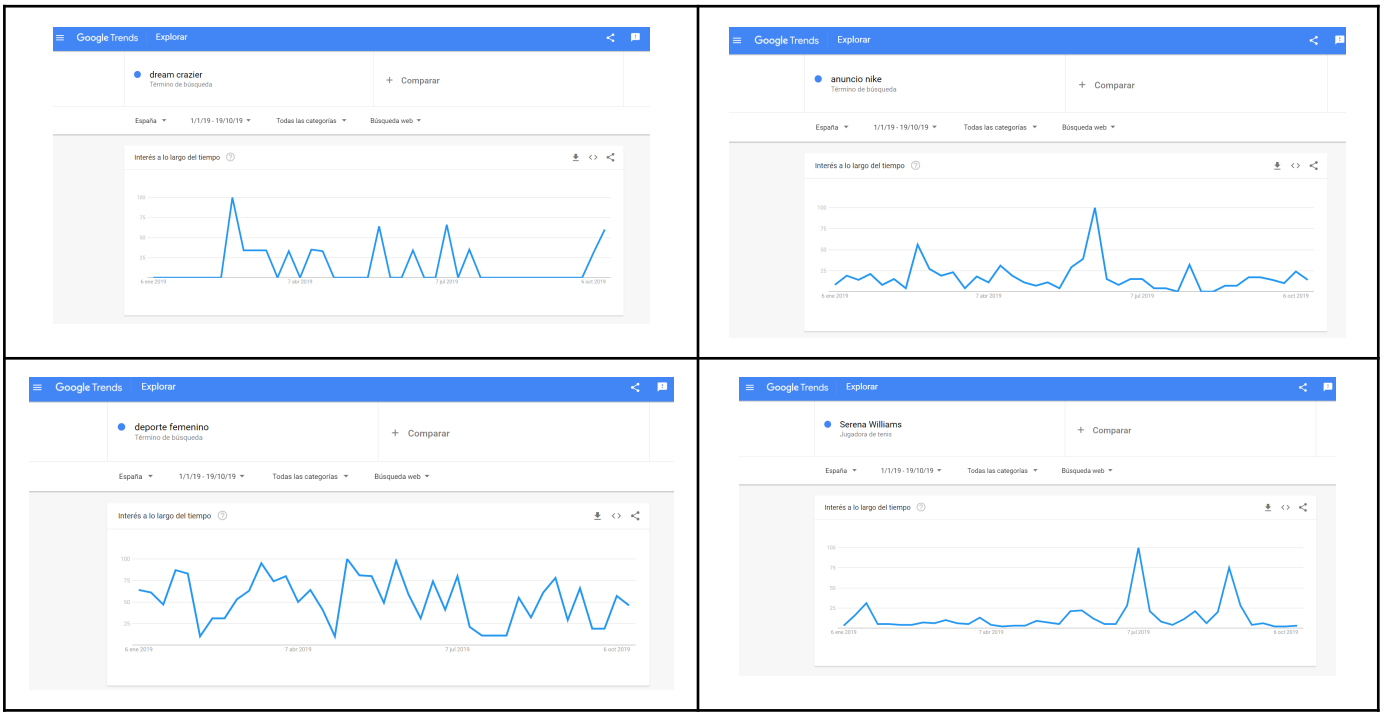


15. Quin recurs comunicatiu creus que és més efectiu a l'hora d'influir en la teva opinió personal?

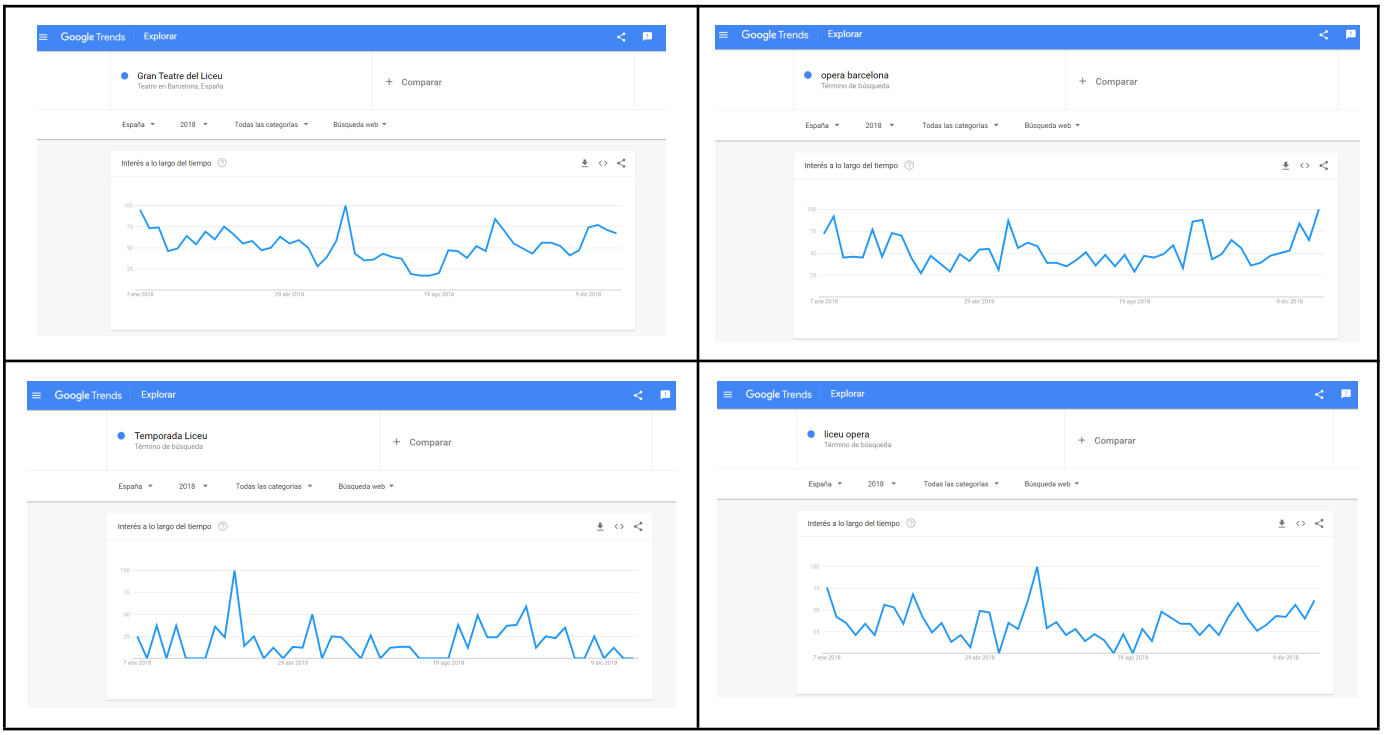


4. Resultats Google Trends

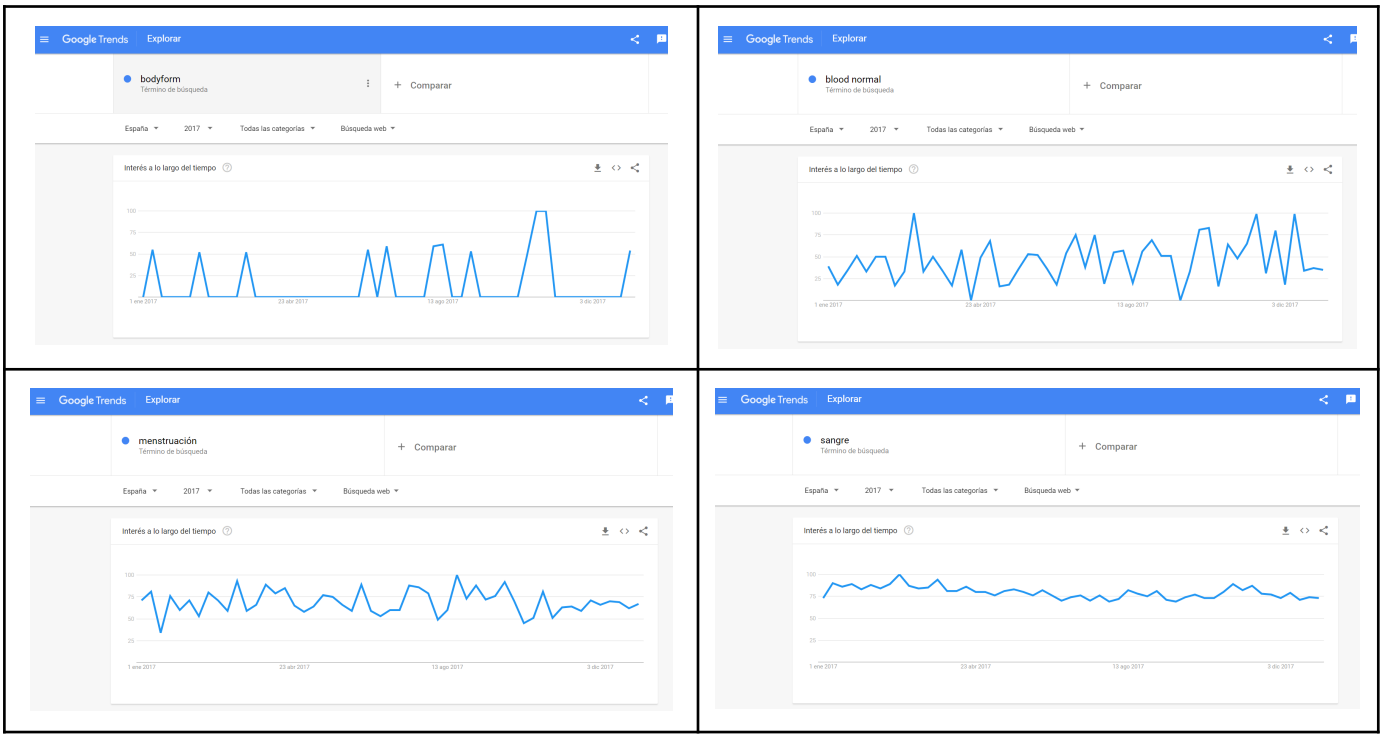
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Nike: Dream crazier	Febrer 2019 - Març 2019	Dream crazier	+100%	Sí
		Anuncio Nike	+52%	
		Deporte femenino	+85%	
		Serena Williams	+3%	



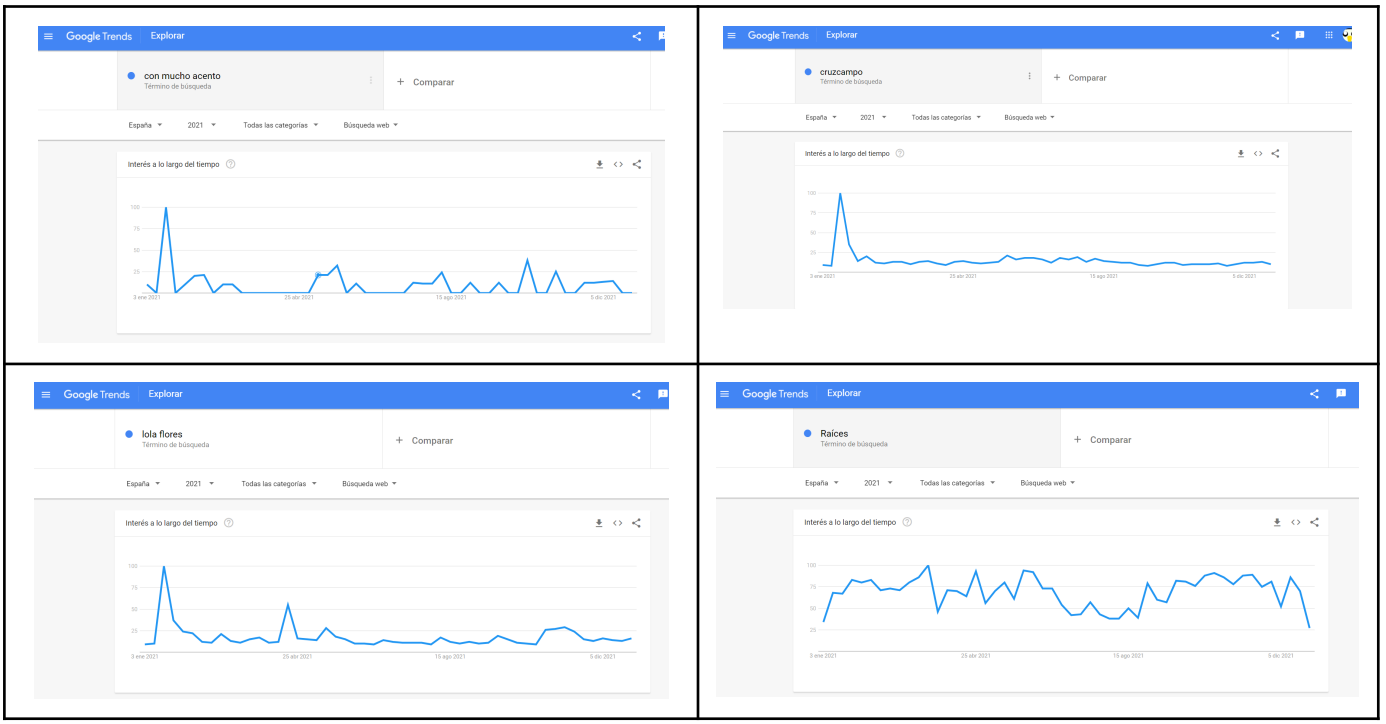
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Liceu BCN: Más vivos que nunca	Maig 2018 - Juny 2018	Gran Teatre del Liceu	+72	Sí
		Ópera Barcelona	+56	
		Temporada Liceu	+25%	
		Liceu ópera	+100%	



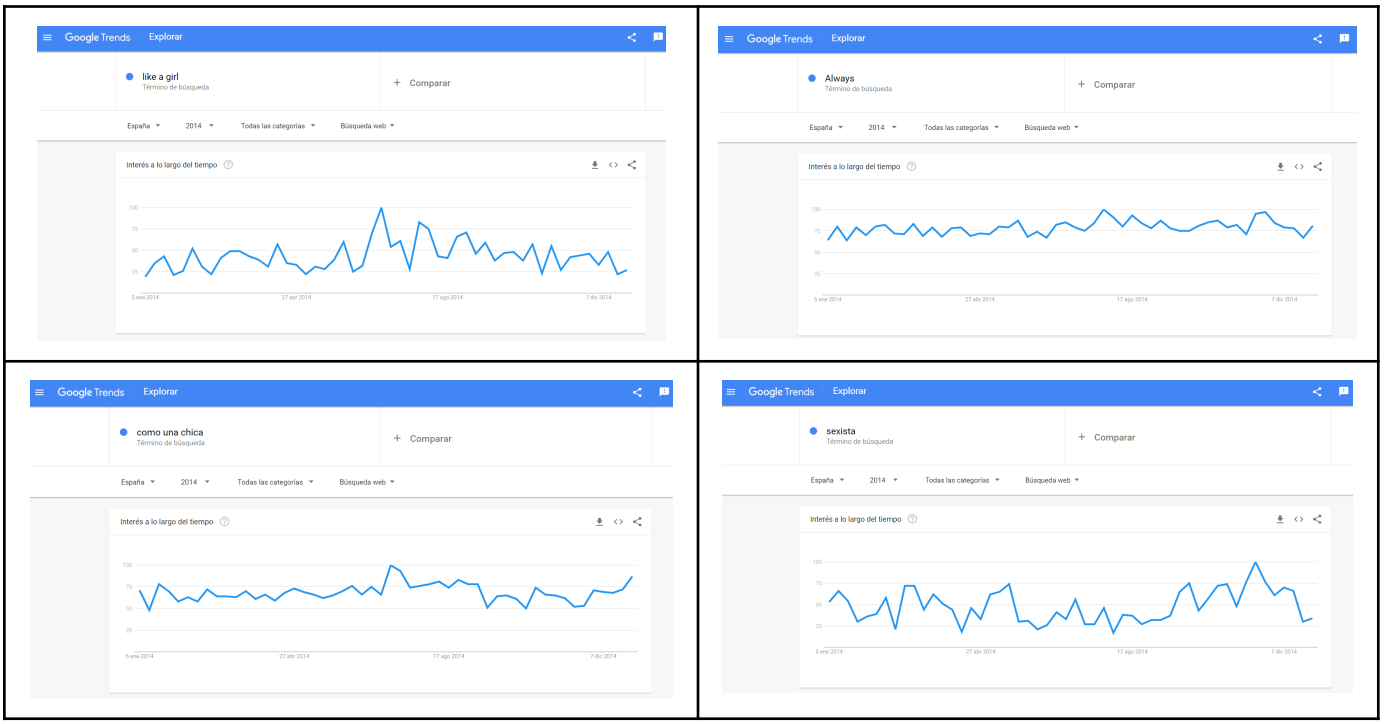
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Bodyform: #BloodNormal	Setembre 2017 - Octubre 2017	Bodyform	100%	Sí
		Blood normal	+83%	
		Menstruación	+36%	
		Sangre	+20%	



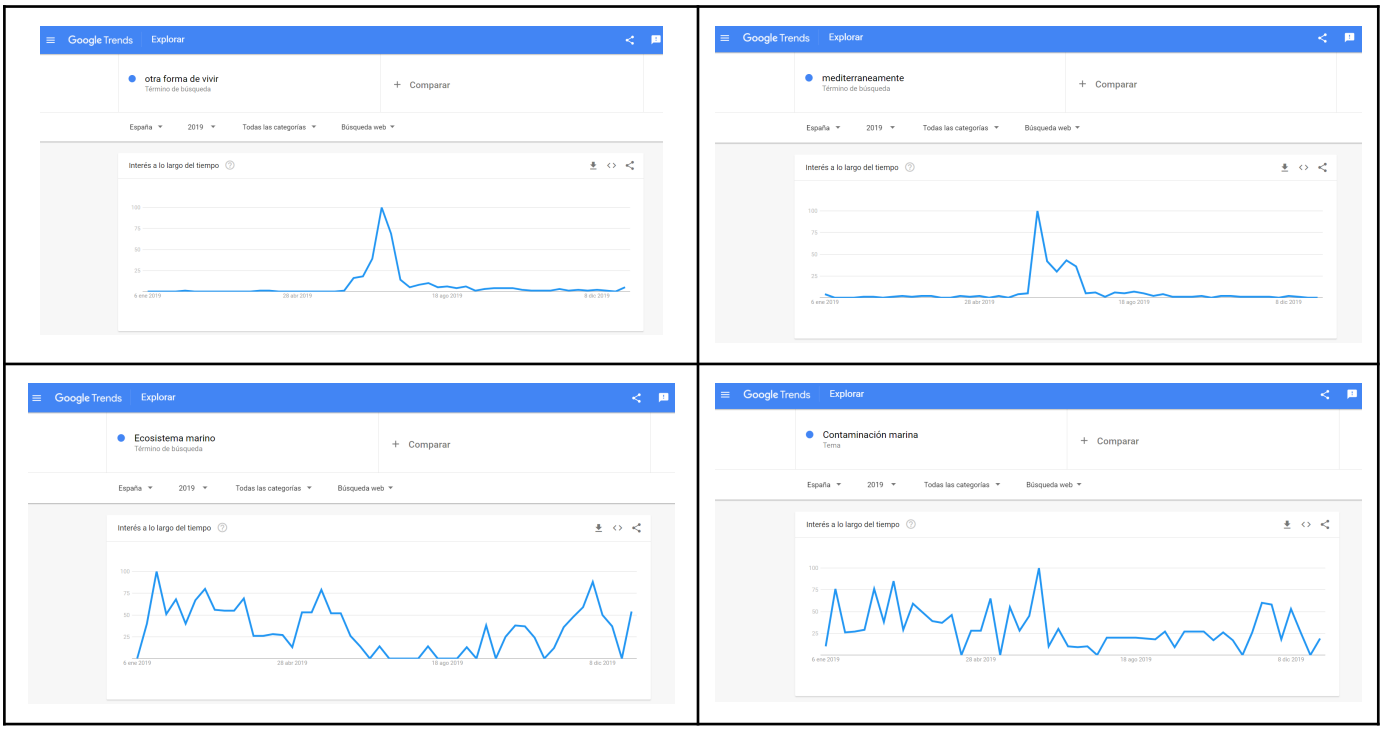
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Cruzcampo: Con mucho acento	Desembre 2020 - Gener 2021	Con mucho acento	+100%	Sí
		Cruzcampo	+92%	
		Lola Flores	+90%	
		Raíces	+49%	



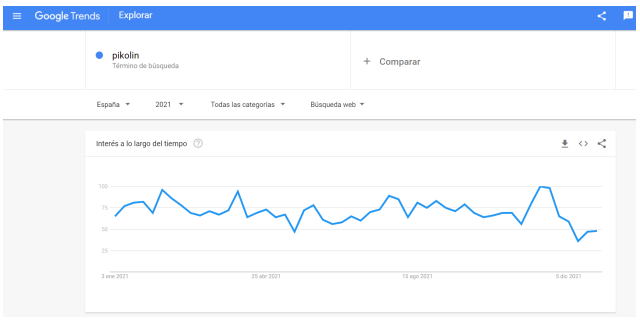
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Always: #LikeAGirl	Juny 2014 - Juliol 2014	Like a girl	+75%	No
		Always	+18%	
		Como una chica	+34%	
		Sexista	+35%	

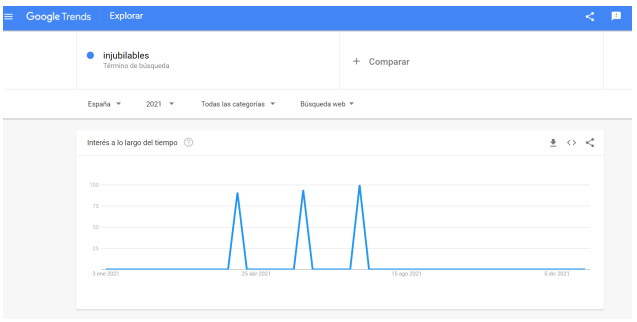


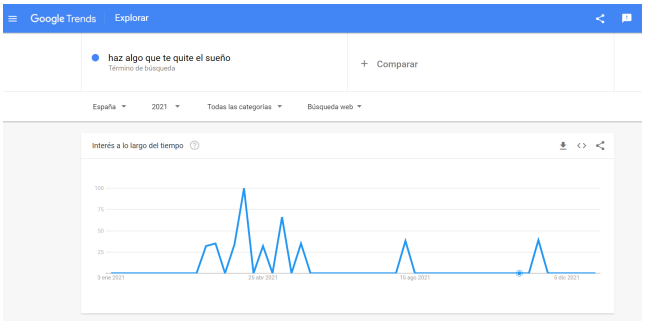
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Estrella Damm: Otra forma de vivir	Juny 2019 - Juliol 2019	Otra forma de vivir	+99%	Sí
		Mediterráneamente	+95%	
		Ecosistema marino	+30%	
		Contaminación Marina	+72%	

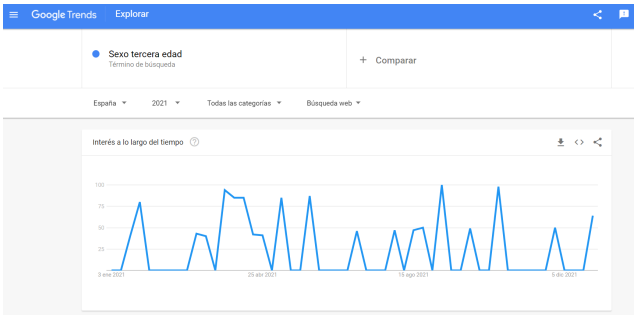


Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Pikolin: Injubilables	Març 2021 - Abril 2021	Pikolin	+27%	Sí
		Injubilables	+91%	
		haz algo que te quite el sueño	+100%	
		Sexo tercera edad	+94%	

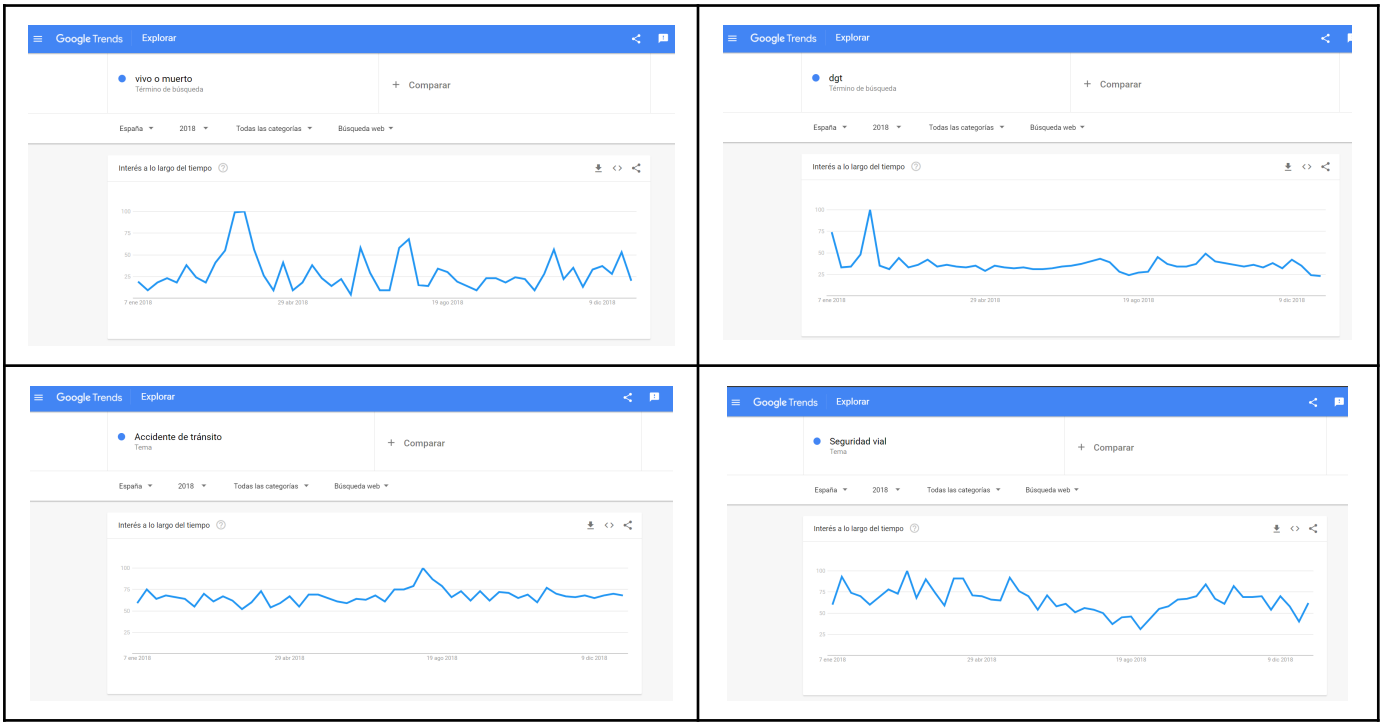




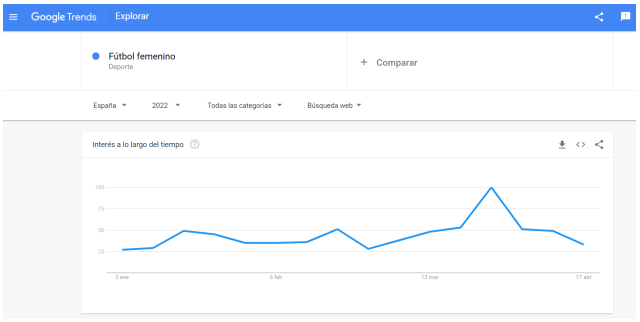


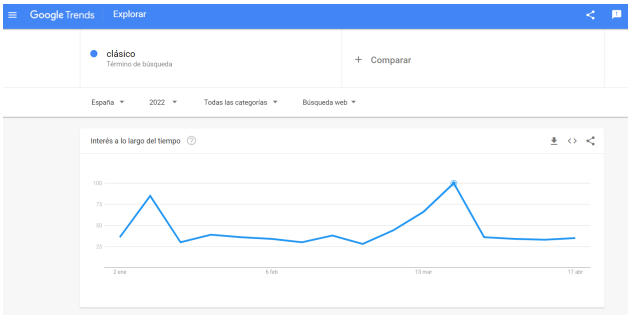


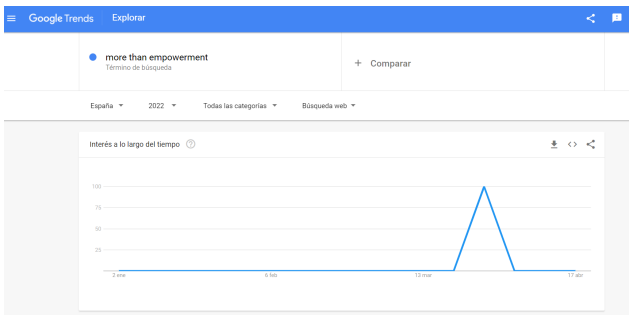
Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
DGT: Vivo o muerto	Octubre 2018 - Novembre 2018	Vivo o muerto	+47%	No
		DGT	+15%	
		Accidente de tránsito	+17%	
		Seguridad vial	+21%	

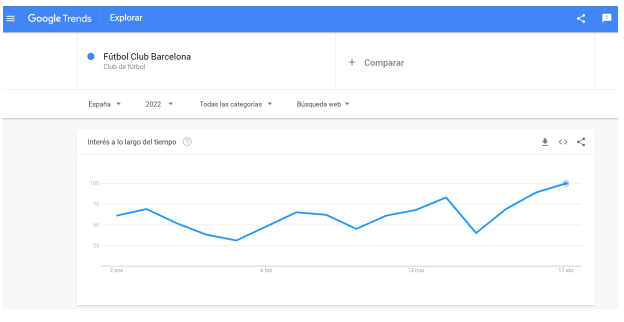


Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
FCB: More than empowerment	Març 2022 - Abril 2022	Fútbol femenino	+47%	Sí
		Clásico	+72%	
		More than empowerment	+100%	
		Fútbol Club Barcelona	+60%	

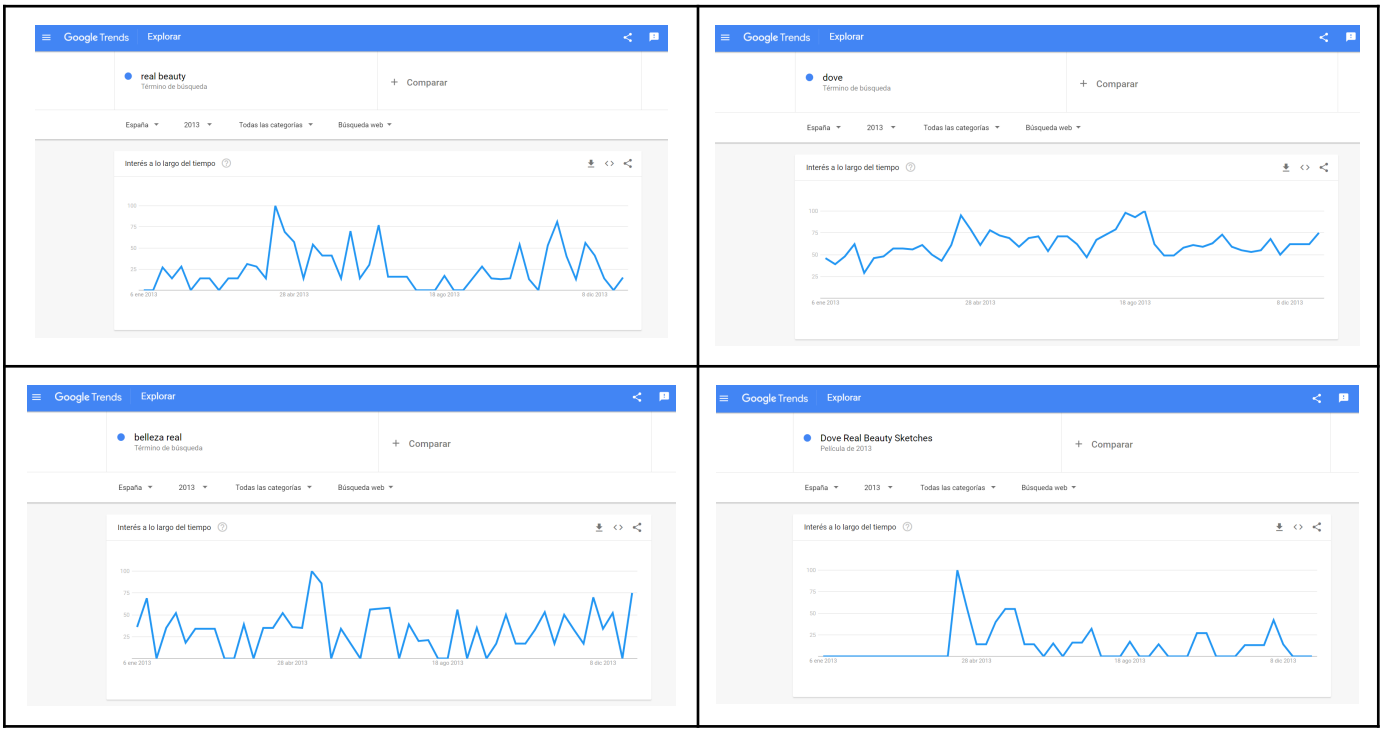








Campanya	Període estudiat	Mots clau	Increment de cerques (%)	Apte
Dove: Real beauty sketches	Febrer 2013 - Març 2013	Real Beauty	+86	Sí
		Dove	+52%	
		Belleza Real	+52%	
		Dove real beauty sketches	+100%	



5. Articles de mitjans digitals treballats

Campanya	Articles estudiats
Nike: Dream crazier	**La Vanguardia**, "¿Y qué si te llaman loca?": Serena Williams da voz al último spot feminista de Nike: https://www.lavanguardia.com/de-moda/feminismo/20190228/46751403822/serena-williams-nike-spot-dream-crazier-oscar.html **El Periódico:** El anuncio de Nike que empodera a las mujeres en el deporte: "Que nos llamen locas, pero vamos a enseñarles lo que podemos hacer": https://www.elperiodico.com/es/extra/20190227/anuncio-nike-mujeres-deporte-7327427
Liceu BCN: Más vivos que nunca	**El País**, El Liceo arranca la temporada con una inyección de juventud: https://elpais.com/cultura/2018/10/05/actualidad/1538756947_580993.html **El País**, Liceo y Palau acaban la temporada con buenas notas: https://elpais.com/ccaa/2018/08/01/catalunya/1533107735_842458.html **La Vanguardia**, El Gran Teatre del Liceu gana un León de Bronce en Cannes por su nueva campaña: https://www.lavanguardia.com/cultura/20180626/45417258721/campana-liceu-cannes.html **El Periódico**, El Liceu ofrece entradas a 15 euros para 'I Puritani' a menores de 35: https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20180904/liceu-entradas-15-euros-i-puritani-7017681 **El Periódico**, 'Under 35', el público del Liceu rejuvenece: https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20181004/publico-liceu-rejuvenece-funcion-under-35-7071416
Bodyform: #BloodNormal	**La Vanguardia**, Una marca de compresas decide mostrar sangre real en su última campaña publicitaria: https://www.lavanguardia.com/cribeo/estilo-de-vida/20171025/47420595728/una-marca-de-compresas-decide-mostrar-sangre-real-en-su-ultima-campana-publicitaria.html **El Periódico**, Australia desestima las quejas por la sangre menstrual en la publicidad: https://www.elperiodico.com/es/extra/20190918/australia-desestima-las-quejas-por-la-sangre-menstrual-en-la-publicidad-7639686
Cruzcampo: Con mucho acento	**El País**, Cerveza con mucho arte: https://elpais.com/cultura/2021-07-02/cerveza-con-mucho-arte.html

	El País, Una campaña de Cruzcampo con un ‘deepfake’ de Lola Flores se hace viral: https://elpais.com/tecnologia/2021-01-21/una-campana-con-un-deepfake-de-lola-flores-se-hace-viral.html **El Mundo**, Detrás de cada cerveza hay una historia con mucho acento: https://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2021/04/13/607571ccfdddff2d758b462a.html **La Vanguardia**, La campaña 'Con mucho acento' de Cruzcampo recibe 25 galardones en festivales de publicidad nacionales e internacionales: https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20210622/7548650/campana-acento-cruzcampo-recibe-25-galardones-festivales-publicidad-nacionales-e-internacionales.html **La Vanguardia**, Regresa la campaña 'Con Mucho Acento' de Cruzcampo para reivindicar las cervezas "con acento propio": https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20210705/7579650/regresa-campana-acento-cruzcampo-reivindicar-cervezas-acento-propio.html **La Vanguardia**, Lolita presta su voz a Lola Flores en un anuncio: https://www.lavanguardia.com/gente/20210203/6218356/lola-flores-anuncio-lolita-rosario-cerveza-cruzcampo.html **La Vanguardia**, Lola Flores reaparece en el anuncio de Cruzcampo para reivindicar la diversidad: https://www.lavanguardia.com/television/20210121/6187776/lola-flores-reaparece-anuncio-cruzcampo-reivindicar-diversidad.html **La Vanguardia**, Así se logró revivir a Lola Flores para el anuncio de Cruzcampo: https://www.lavanguardia.com/television/20210121/6188764/asi-hizo-revivir-lola-flores-anuncio-cruzcampo.html **El Periódico**, Cruzcampo 'resucita' a Lola Flores, 'Con mucho acento': https://www.elperiodico.com/es/gente/20210121/cruzcampo-acento-lola-flores-andaluz-11469248

Always: #LikeAGirl	**El Mundo**, Si eres chica, 'no pares hasta que seas imparable': https://www.elmundo.es/yodona/2015/07/23/55a63739ca474155298b457b.html **La Vanguardia**, ¿Quieres influenciar a las mujeres?, únete a su causa: https://www.lavanguardia.com/economia/marketing-publicidad/20150917/54436583315/publicidad-mujer-target-mensaje.html **La Vanguardia**,¿Cómo identificar los micromachismos en el deporte?: https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20211125/7881582/como-identificar-micromachismos-deporte-brl.html **La Vanguardia**, Los 15 anuncios más virales de 2014: https://www.lavanguardia.com/cribeo/cultura/20141211/47341793858/los-15-anuncios-mas-virales-de-2014.html

Estrella Damm: Otra forma de vivir	**El País**, La lucha contra el plástico en el mar se cuela en el anuncio de Estrella Damm: https://elpais.com/elpais/2019/06/10/videos/1560163237_307946.html **El Mundo**, Estrella Damm convence con su anuncio sobre la conciencia ecológica y canción de María Rodés: https://www.elmundo.es/f5/comparte/2019/06/10/5cfe1ca5fdddff3c358b460b.html **La Vanguardia**, Estrella Damm aparca el 'buenrollismo' y remueve conciencias en su último anuncio: https://www.lavanguardia.com/vida/20190609/462720075675/estrella-damm-anuncio-verano-2019.html **La Vanguardia**, Los 'Amantes' del Mediterráneo, el segundo acto del anuncio del verano de Estrella Damm: https://www.lavanguardia.com/vida/20190625/463119328926/segunda-parte-anuncio-estrella-damm-spot-verano-2019.html **La Vanguardia**, Los 8 mejores anuncios de Estrella Damm de todos los tiempos: https://www.lavanguardia.com/cribeo/estilo-de-vida/20210616/7533520/mejores-anuncios-estrella-damm.html **La Vanguardia**, Quién es Claire Friesen, la bailarina del anuncio de Estrella Damm: https://www.lavanguardia.com/vida/20190610/462720823749/anuncio-estrella-damm-verano-2019-protagonista-bailarina-claire-friesen.html **ABC**, El nuevo anuncio con el que Estrella Damm pretende concienciar a la sociedad: https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-nuevo-anuncio-estrella-damm-pretende-concienciar-sociedad-201906101416_noticia.html **El Periódico**, Todos los secretos de 'Ànima', el nuevo anuncio de Estrella Damm: https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20190614/todos-los-secretos-de-anima-el-nuevo-anuncio-de-estrella-damm-7504772

Pikolin: Injubilables	**El País**, Sexo, menstruación y muerte: las marcas que se atreven a romper tabús: https://elpais.com/extra/publicidad/2022-01-28/las-marcas-que-se-atreven-a-romper-tabus.html **La Vanguardia**, La campaña 'Injubilables' de Pikolin, premiada por romper con los estereotipos ligados a la vejez y el género: https://www.lavanguardia.com/vida/20210705/7571795/campana-injubilables-pikolin-premiada-romper-estereotipos-ligados-vejez-genero-brl.html **La Vanguardia**, "Eso de que el sexo se acaba con la edad... ¡no es cierto!": https://brandslab.lavanguardia.com/parejas-apasionadas-pikolin-brl

	La Vanguardia, Pasionales, vitales y libres. Así son los 'nuevos' mayores (y sus relaciones): https://www.lavanguardia.com/vida/20210414/6661585/parejas-apasionadas-relaciones-mayores-60-pikolin-brl.html **ABC**, El sexo va mejorando con la edad como el buen vino: https://www.abc.es/contentfactory/post/2021/04/19/el-sexo-va-mejorando-con-la-edad-como-el-buen-vino/ **ABC**, Cuando te gusta alguien no hay menopausias ni años que valgan: https://www.abc.es/contentfactory/post/2021/04/13/cuando-te-gusta-alguien-no-hay-menopausias-ni-anos-que-valgan/

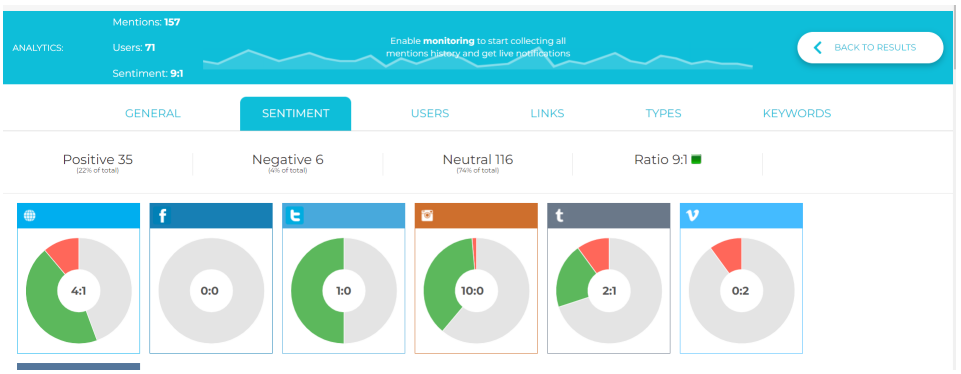
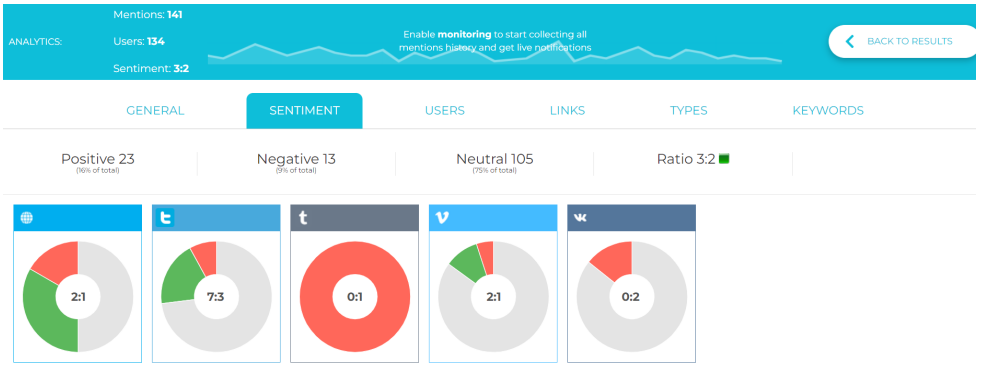
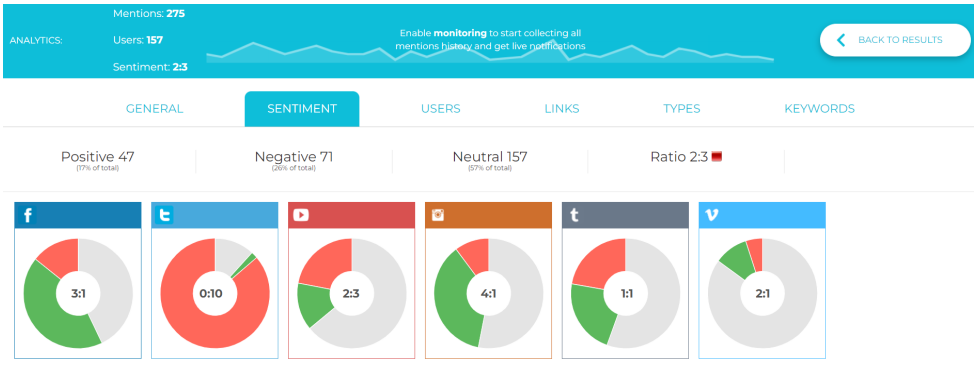
DGT: Vivo o muerto	**El País**, Tráfico vuelve a las campañas duras para prevenir los accidentes: https://elpais.com/politica/2018/10/29/actualidad/1540825938_639432.html **La Vanguardia**, La DGT retoma la línea dura en los anuncios de su nueva campaña: https://www.lavanguardia.com/vida/20181030/452641557341/dgt-retoma-linea-dura-anuncios-nueva-campana.html **ABC**, Conductor: ¿Prefieres ser el vivo o el muerto del accidente?: https://www.abc.es/espana/abci-conductor-prefieres-vivo-o-muerto-accidente-201810291639_video.html

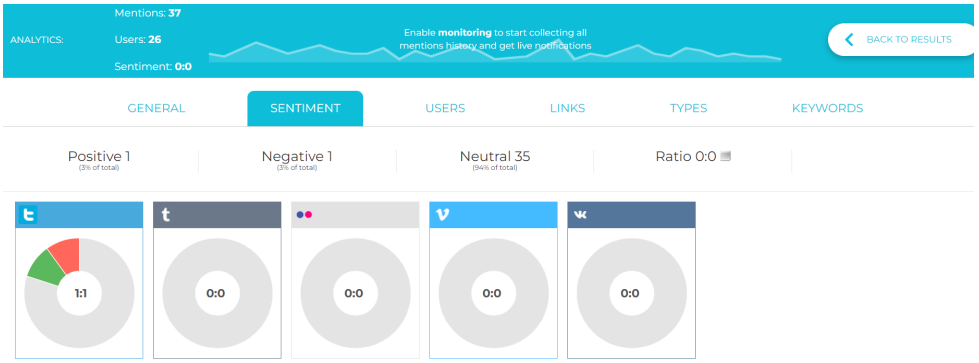
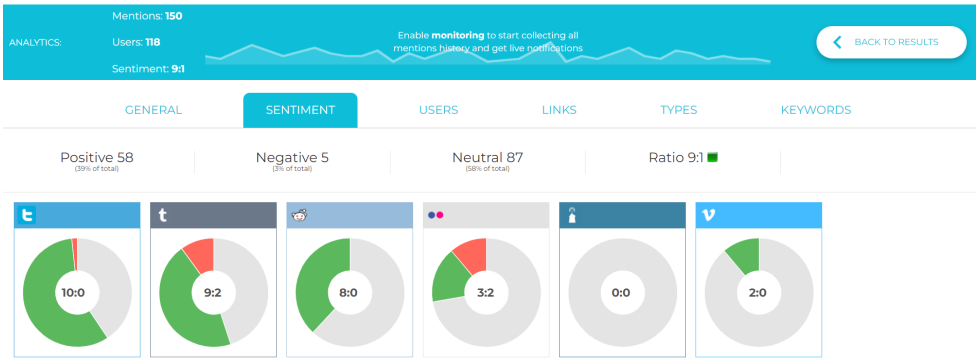
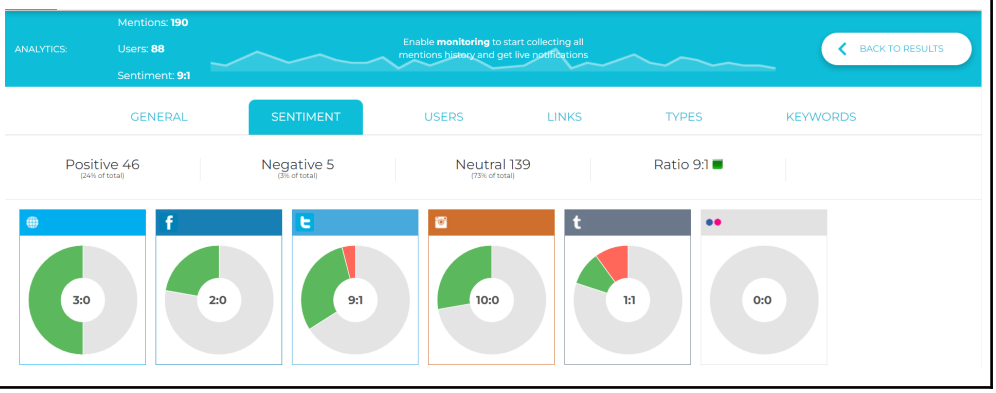
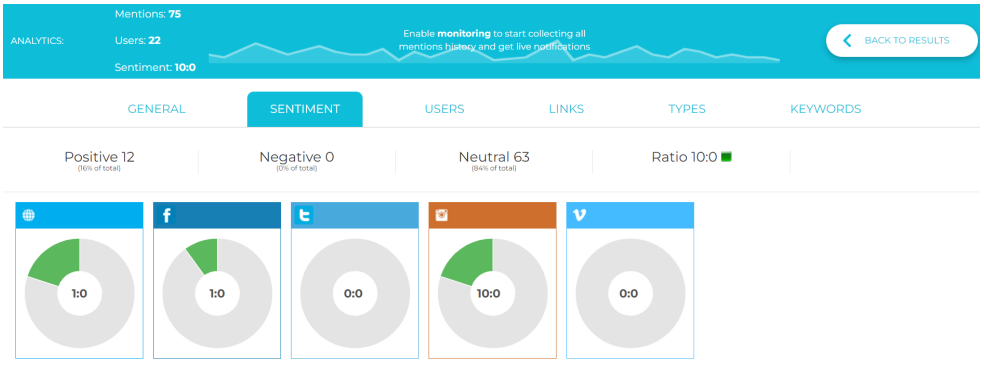
FCB: More than empowerment	**El País**, La plenitud del viejo Camp Nou: https://elpais.com/deportes/2022-03-30/la-plenitud-del-viejo-camp-nou.html **El País**, El Barcelona - Real Madrid reúne a 91.553 espectadores, récord en un partido femenino en toda la historia del fútbol: https://elpais.com/deportes/2022-03-30/el-barcelona-real-madrid-reune-a-91553-espectadores-record-en-un-partido-femenino-en-toda-la-historia-del-futbol.html **El Mundo**, 91.553 espectadores: récord en el Camp Nou para la fiesta en el clásico ante el Real Madrid: https://www.elmundo.es/deportes/futbol/futbol-femenino/2022/03/30/6244ad63fc6c83df638b45d3.html **La Vanguardia**, El 'Clásico' femenino se juega en el Camp Nou: https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20220330/8160994/barca-real-madrid-champions-camp-nou.html

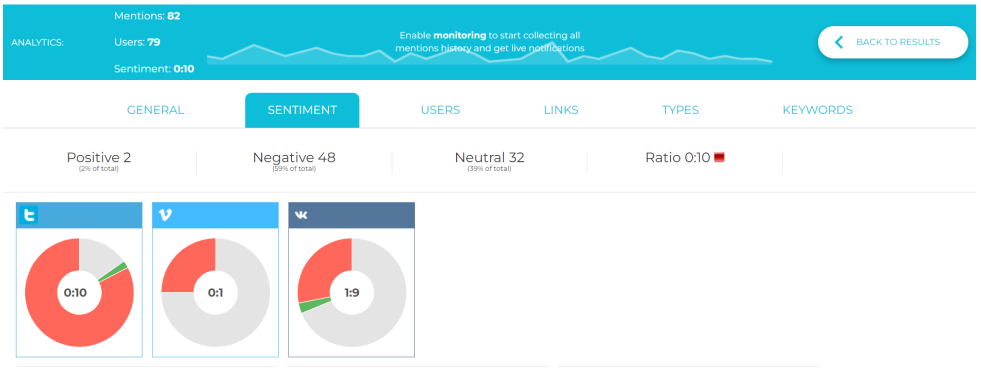
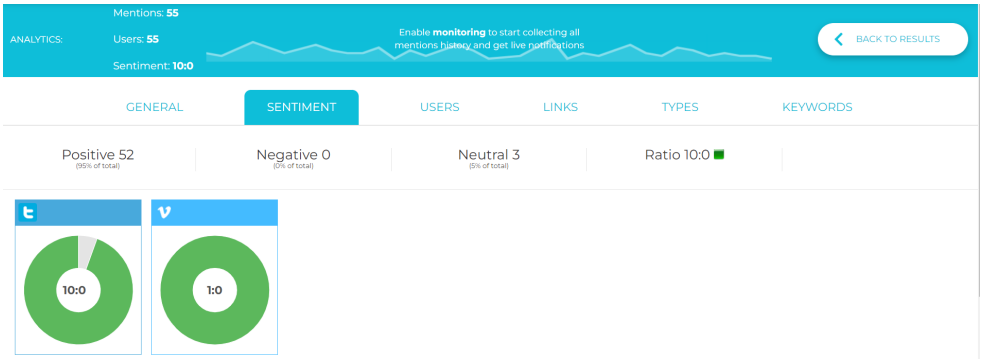
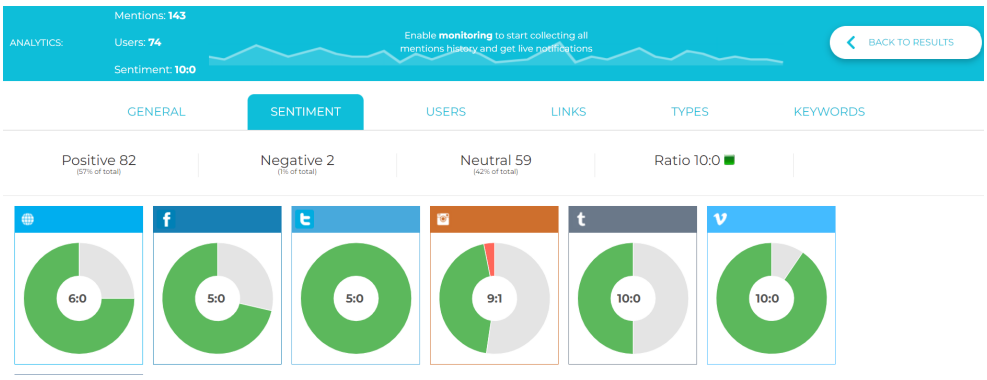
Dove: Real beauty sketches	**El País:** ¿Bella?… ¿yo?: https://elpais.com/elpais/2013/04/18/gente/1366284613_449479.html **La Vanguardia**, Los cinco vídeos de la semana: https://www.lavanguardia.com/internet/20130419/54371348191/los-cinco-videos-virales-de-la-semana.html

	La Vanguardia, Las mejores campañas de Marketing viral del 2013: https://www.lavanguardia.com/cribeo/cultura/20131211/47304626039/las-mejores-campanas-de-marketing-viral-del-2013.html **La Vanguardia**, Este es el mejor anuncio de la última década según los usuarios de YouTube: https://www.lavanguardia.com/cribeo/cultura/20150604/47364432298/este-es-el-mejor-anuncio-de-la-ultima-decada-segun-los-usuarios-de-youtube.html **La Vanguardia**, Los vídeos de la semana: https://www.lavanguardia.com/listas/20130628/54376388859/los-videos-de-la-semana.html **El Periódico**: Mejores #VídeosVirales 2013, Sketches de belleza real: https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20130827/mejores-videosvirales-2013-sketches-belleza-5690826

6. Resultats Social Searcher

Campanya	Resultats
Nike: Dream crazier	
Liceu BCN: Más vivos que nunca	
Bodyform: #BloodNormal	

Cruzcampo: Con mucho acento	
Always: #LikeAGirl	
Estrella Damm: Otra forma de vivir	
Pikolin: Injubilables	

DGT: Vivo o muerto	
FCB: More than empowerment	
Dove: Real beauty sketches	

7. Tècniques identificades per campanya

Tècniques	DOVE	PIKOLIN	FCB	ESTRELLA DAMM
Nota i dossier de premsa				
Roda de premsa				
Publireportatge				
Roda de premsa en línia				
RSC				
Material audiovisual corporatiu extra *(behind the scenes*, entrevistes…)				
Relacions amb la premsa				
Missatgeria ordinària				
Participació en Fires o Festivals				
Creació d'una identitat visual				
Creació de *packaging*				
Organització d'esdeveniments				
Call to action				
Donacions / subvencions				
Creació d'una Web *ex profeso*, o un apartat en la web corporativa				
Apel·lar a les emocions				
Promocions / descomptes				
Lobbying				
Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*				
Inauguracions				
Publicitat en mitjans impresos				
Publicitat en Televisió				

Publicitat en Ràdio				
Patrocinis				
Col·laboració amb líders d'opinió				
Casos reals / Declaracions de testimonis				
Publicity				
Tallers i seminaris				
Volants i tríptics				
Màrqueting per correu electrònic i *Newsletters*				
Màrqueting de guerrilla				
Publicitat en exteriors				
Publicitat al punt de venda				
Vídeos virals				
Search Engine Marketing				
Search Engine Optimization				
Col·laboració amb influencers				
Establir conversa amb el públic				
Star Strategy				

DOVE: Real beauty sketches		
RSC	Creació d'una Web *ex profeso*, o un apartat en la web corporativa	Publicity
Material audiovisual corporatiu extra (*behind the scenes*, entrevistes…)	Apel·lar a les emocions	Vídeos virals
Call to action	Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*	*Search Engine Marketing*
Creació d'una identitat visual	Col·laboració amb líders d'opinió	*Search Engine Optimization*
Organització d'esdeveniments	Casos reals / Declaracions de testimonis	Establir conversa amb el públic

PIKOLIN: Injubilables		
Nota i dossier de premsa	Apel·lar a les emocions	*Publicity*
Publireportatge	Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*	Publicitat en exteriors
RSC	Publicitat en Televisió	*Search Engine Marketing*
Call to action	Casos reals / Declaracions de testimonis	*Search Engine Optimization*
Creació d'una Web *ex profeso*, o un apartat en la web corporativa		Establir conversa amb el públic

FCB: More than empowerment		
Nota i dossier de premsa	*Call to action*	Casos reals / Declaracions de testimonis
Roda de premsa	Relacions amb la premsa	*Publicity*
RSC	Apel·lar a les emocions	Publicitat en exteriors
Material audiovisual corporatiu extra (*behind the scenes*, entrevistes…)	Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*	*Search Engine Optimization*
Creació d'una Web *ex profeso*, o un apartat en la web corporativa		*Star Strategy*

ESTRELLA DAMM: Otra forma de vivir		
RSC	Ús de xarxes socials - Contingut orgànic - *Social Ads*	Casos reals / Declaracions de testimonis
Creació de packaging	Publicitat en Televisió	*Publicity*
Call to action	Patrocinis	Vídeos virals
Apel·lar a les emocions	Establir conversa amb el públic	*Search Engine Optimization*
Creació d'una Web *ex profeso*, o un apartat en la web corporativa		