

La **comunicación** *en el* **protocolo**

*Las redes sociales, Internet y los medios
tradicionales en la organización
de eventos*

Julio Cesar Herrero
Juan Luis Fuente Lafuente

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	15
--------------------	----

CAPÍTULO 1

Algunas consideraciones teóricas	23
El proceso de la comunicación	26

CAPÍTULO 2

Los medio de comunicación	31
La prensa	32
- Características generales	33
- Organigrama de un periódico	34
- Funcionamiento de un periódico	38
La radio	39
- Características especiales	40
- La programación	41
- El guión en la radio	43
- El organigrama en la radio	45
- Proceso de elaboración de una noticia	47
- Los programas informativos	49

- Glosario básico en la radio	51
La televisión	51
- Características especiales	52
- La programación en TV	53
- El organigrama en la televisión	54
Las agencias de noticias y los periódicos digitales	58

CAPÍTULO 3

Comunicación, eventos e Internet	59
Eventos como herramienta de comunicación	60
La comunicación en Internet	62
- La web interactiva y multidireccional	63
Las redes sociales como medio de difusión	65
- Redes sociales personales	66
- Redes sociales profesionales	68
Las principales redes sociales en la actualidad	69
Gestionando la comunidad virtual	76

CAPÍTULO 4

La actividad periodística	81
Los profesionales de la información	82
- Redactores, colaboradores, fotógrafos, cámaras	82
El lenguaje periodístico	85
- Diferencias entre periodismo y literatura	85
- Códigos fundamentales del periodismo escrito y el audiovisual	86
Los géneros periodísticos	86
- Géneros informativos	89
- Géneros interpretativos	91
- Géneros de opinión	92
La forma periodística de la noticia	94

CAPÍTULO 5

El gabinete de comunicación	97
Por qué surgen los gabinetes de comunicación	98
Las necesidades de un gabinete de comunicación	103
El director del gabinete de comunicación	104
Funciones básicas de un gabinete de comunicación	107
- La comunicación interna	107
- La comunicación externa	120
La base de datos	120

CAPÍTULO 6

El plan de comunicación	123
Qué entendemos por un plan de comunicación	124
Cómo se confecciona un plan de comunicación	126
- Qué pretendemos: objetivos	126
- De dónde partimos: situación inicial	127
- Cómo lo vamos a conseguir: metodología	127
- Evaluación	133

CAPÍTULO 7

El gabinete de comunicación al servicio de los actos	135
Objetivos de una oficina de prensa en un acto	140
Recursos materiales imprescindibles	142
Las acreditaciones	143
Los profesionales de la oficina de prensa	144
El trabajo en la oficina de prensa	145
El 'pool' de prensa	147
- Cómo se establece un 'pool' de prensa	148
Los actos restringidos a los medios	150
Diseño del operativo de prensa	151
- El centro de prensa	152

Comunicación, protocolo, seguridad	153
--	-----

CAPÍTULO 8

Las necesidades de los medios en el desarrollo de los actos	157
--	------------

Las necesidades de los redactores	158
---	-----

- La documentación	159
--------------------------	-----

- La ubicación de los redactores en los actos	161
---	-----

Las necesidades de los fotógrafos, cámaras y técnicos	163
---	-----

- El espacio	164
--------------------	-----

- Los puntos de foto	173
----------------------------	-----

- Los principales momentos informativos	175
---	-----

- La iluminación	178
------------------------	-----

- El sonido	180
-------------------	-----

- La decoración	180
-----------------------	-----

- Los colores	182
---------------------	-----

- La <i>etiqueta</i> de los fotógrafos y los cámaras	183
--	-----

- Discursos, visitas previas y tiempos de grabación	185
---	-----

CAPÍTULO 9

La relación con los medios	187
---	------------

El trato con los periodistas	188
------------------------------------	-----

- Decálogo de máxima utilidad	188
-------------------------------------	-----

La nota de prensa	191
-------------------------	-----

- Tipos de notas de prensa	194
----------------------------------	-----

- La nota de prensa embargada	195
-------------------------------------	-----

El dossier de prensa	196
----------------------------	-----

La rueda de prensa	199
--------------------------	-----

- Cómo prepararla	199
-------------------------	-----

- Las habilidades de quién ofrece una rueda	204
---	-----

CAPÍTULO 10

Los discursos y las entrevistas	207
--	------------

La audiencia	208
--------------------	-----

- Tipología de discursos	209
- Estructura del discurso	210
El protocolo del orador	212
El lenguaje verbal y no verbal	214
Discursos protocolarios	214
Las entrevistas en los medios	217

CAPÍTULO 11

El protocolo en los libros de estilo de los medios	227
Conceptos previos	228
Real Decreto 2099/83	230
Viajes oficiales y visitas de jefes de Estado y de Gobierno	232
Tratamientos	235
Familia Real española	236
Conclusiones	239
Propuesta formal de unificación de criterios	240
Bibliografía específica de este capítulo	242

BIBLIOGRAFÍA	245
---------------------------	------------