

‘La comunicación en los eventos’

AUTOR:	DIEGO ZALA MARTÍNEZ
EDITORIAL:	Ediciones Protocolo
PÁGINAS:	240
FORMATO:	17 x 24 cm.
AÑO:	2008
ISBN:	978-84-95789-30-3
PRECIO:	27,50 euros
LECCIÓN:	“Área de Formación” (nº 18)

SINOPSIS:

La relación profesional entre los medios de comunicación y los gabinetes de protocolo y prensa se ve afectada no sólo por la constante evolución de las nuevas tecnologías sino, además, por la fuerte irrupción de nuevos conceptos como la responsabilidad social corporativa en el mercado de la comunicación. Ello supone que, como profesionales de la organización de eventos, nos debamos situar en un nuevo espacio profesional.

La presente obra nace con el objetivo de mostrar, por un lado, las particularidades en las relaciones informativas entre las fuentes y los medios de comunicación y, por otro, las necesidades técnicas para la puesta en marcha del dispositivo con los medios en el marco de la organización general de un evento.

El libro parte de una introducción al lenguaje informativo para continuar con un repaso eminentemente práctico por las diferentes herramientas de comunicación, la organización de eventos informativos y la puesta en marcha de estrategias generales de comunicación. Todo ello, desde el punto de vista de los profesionales de la organización de eventos como fuente informativa, con el objetivo claro de aunar todos estos elementos para conseguir una repercusión mediática positiva tan necesaria hoy en día para velar por la imagen corporativa de cualquier institución, ya sea pública o privada.

Aprender a situarnos en la piel del periodista, conocer sus necesidades técnicas e informativas y lograr la empatía profesional con el responsable de protocolo y prensa supone un nuevo reto que debemos asumir para conseguir dominar la relación con los medios de comunicación. Todo ello, con un solo fin: lograr una eficaz cobertura para conseguir trasladar nuestros mensajes institucionales a la sociedad.