


Tirada: 9.800	<h1>Anuncios</h1>	Superficie: 193,00 cm²	 1 / 1
Difusión: 9.500		Ocupación: 16.23%	
Audiencia: 33.250		Valor: 370,88	
Ref: 3614057		Página: 20	
	Nacional	Semanal	
	Publicidad		
	1ª Edición	02/05/2011	



El parche del Príncipe y otros cuentos de la comunicación

Carlos Chaguaceda
 ESIC
 Madrid, 2011

¿Qué es lo que hace que un hecho se convierta en noticia? ¿Deciden los periodistas qué es lo que debe aparecer en los informativos? ¿Hay un interés oculto e inconfesable detrás de todo lo que se publica? ¿Ha acabado internet con los medios de comunicación tradicionales? ¿Por qué los publicitarios no se anuncian? ¿Por qué la comunicación es más importante que la publicidad? ¿Por qué *Pretty woman* consigue audiencias millonarias aunque la hayan pasado trece veces por televisión? ¿Cuántos millones de anuncios se emiten cada año en televisión?

Son cuestiones que a menudo uno puede plantearse y a las que Carlos Chaguaceda trata de dar respuesta en este libro que, precisamente, arranca con un ejemplo muy claro: una fotografía del Príncipe Felipe en la que llevaba un parche contra el dolor, que fue portada de un periódico nacional y publicada en muchos otros medios. La noticia en cuestión, aparentemente anecdótica, generó un volumen de información sobre el citado parche cuyo valor publicitario alcanzó los 6 millones de euros... ¿Cómo fue posible?, ¿no había otras cosas de las que hablar?, ¿quién consiguió este éxito de marketing?

La respuesta es simple: el azar y una combinación afortunada de factores. Partiendo de este ejemplo, el libro explica cuáles son esos condicionantes, cómo funcionan los medios, cómo crea un periodista las noticias y cuál es la fórmula de éxito para una campaña de comunicación, donde los factores que conducen al éxito o al fracaso están tan próximos que, en ocasiones, se confunden.

Carlos Chaguaceda es periodista y, en la actualidad, director de comunicación corporativa y portavoz de Coca-Cola España. Inició su trayectoria profesional en *Expansión* y ha ocupado puestos de responsabilidad en *La Gaceta de los Negocios*, Antena 3 y Telefónica Media.