

El director de la Cátedra participa en Europcom

Written by Administrator

Friday, 02 November 2012 10:02 -

There are no translations available.

La European Conference on Public Communication (EuroPCom) constituye el evento más importante en Europa sobre comunicación en el sector público

El profesor Ángel Herrero Crespo, director de la Cátedra de Imagen y Proyección Regional de la Universidad de Cantabria (UC), ha sido el único académico español invitado a participar como ponente en la European Conference on Public Communication (EuroPCom) que se ha celebrado en Bruselas los días 17 y 18 de octubre. Este congreso, que en 2012 cumple su tercera edición, se trata del evento anual más importante sobre comunicación en el sector público a nivel europeo.

EuroPCom 2012 -organizado por el Comité de las Regiones, en colaboración con el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea- ha reunido a más de 700 gestores de comunicación y expertos de autoridades europeas, nacionales, regionales y locales para poner en común buenas prácticas en la gestión de la comunicación gubernamental y fomentar la conciencia sobre las políticas de la UE.

Concretamente, las conferencias, sesiones y Workshops interactivos se centraron en cuatro retos fundamentales de la comunicación pública: recuperación de la confianza pública; comunicación del proyecto europeo; comunicación electrónica y los social media; y diálogo con los jóvenes, los mayores y los grupos étnicos.

El profesor Ángel Herrero Crespo, del Grupo de Inteligencia de Marketing y director de la Cátedra de Imagen y Proyección Regional de la UC, ha centrado su conferencia en la "Gestión de los Social Media para el desarrollo de marcas de territorio" dentro del workshop sobre "Embajadores online: Contactando con los ciudadanos en un mundo

digital”.

Entre otras cuestiones Herrero planteó que los “Social Media” (redes sociales, blogs y microblogs, webs de recomendaciones y plataformas de difusión de videos, entre otros) han dado lugar a un nuevo paradigma de comunicación en el que los ciudadanos tienen un papel central.

Así, el principal impacto de los “Social Media” está en las posibilidades que ofrecen para la publicación de contenidos por parte de los ciudadanos y otros públicos objetivo, que afectan de forma significativa la imagen o marca de los territorios. Este nuevo paradigma exige una gestión proactiva y consistente de los Social Media, basada en el seguimiento continuo de los contenidos publicados y en la gestión de la relación con los líderes de opinión más significativos o más seguidos por los públicos objetivo relevantes.