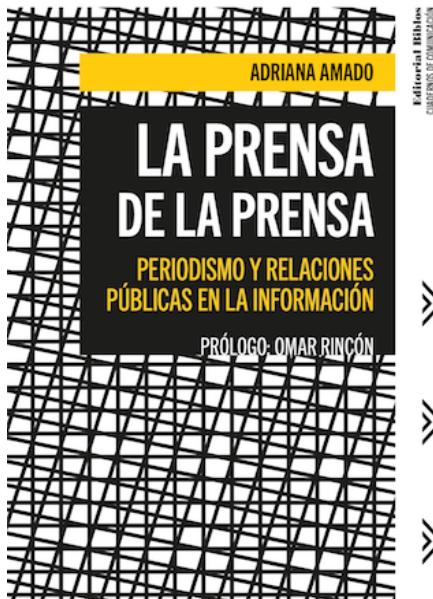




Amado, Adriana

La prensa de la prensa. Periodismo y relaciones públicas en la información

Editorial: Biblos
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2016
Páginas: 328
ISBN: 978-987-691-517-5
Precio: 26 €



Algunos todavía creen que las noticias las producen los periodistas. Otros, más suspicaces, dicen que las inventan los medios. Sin embargo, la investigación de varias décadas concluye que son las relaciones públicas las que marcan la agenda informativa, ganando en iniciativa y recursos al periodismo. Eso explica por qué en los medios noticias interesadas de fuentes y anunciantes le ganan la plana a las importantes o a las interesantes. Periodismo y relaciones públicas son profesiones que siempre estuvieron vinculadas, pero nunca fueron tan dependientes como en la actualidad. Una ya no existe sin la otra y, aunque la enseñanza insista en separarlas como dos carreras distintas, ya no puede seguir estudiándose por separado. Éste es un manual para entender cómo se construye la noticia contemporánea desde el juego de las dos prensas: la prensa de los medios y el periodismo, pero sobre todo la de las oficinas de prensa que manejan estratégicamente la información.