

ZONA WEB

ZW núm 248. Recomendación de enlaces al servicio de la reflexión y de la acción política y social realizada por mi amigo [Antoni Gutiérrez-Rubí](#).

<http://www.eapc2011.eu/>

EAPC 2011 Congress. La 16ª Conferencia Anual de la [Asociación Europea de Consultores Políticos \(EAPC\)](#) tendrá lugar en Madrid entre los días 2 y 4 de junio de 2011. Estudiará la evolución del targeting con especial atención a los nuevos retos procedentes del mundo de la comunicación social a través de Internet.

El [programa](#) contempla la participación de expertos internacionales como Joe Trippi, “su participación en la campaña presidencial de Howard Dean en 2004 es para muchos el modelo a seguir en comunicación online. Trippi, cuya carrera en el mundo de la comunicación electoral arrancó en 1980 con la carrera presidencial de Edward M. Kennedy, sentó las bases de la participación política a través de Internet, un concepto que todavía muchos políticos luchan por comprender.”

Además de acudir al evento, se puede hacer la inscripción a la cena de gala y acudir a la [Master Class](#), [consultar la lista de precios](#). La [inscripción](#) puede realizarse con un 35% de descuento antes del mes de marzo. Podéis seguir la información vinculada al evento en [Twitter](#) y [Facebook](#).

Para acabar os recomiendo la Revista DIRCOM N° 89: Comunicación Corporativa 2.0, Social Media, Gobierno 3.0, Comunicación Interna, Comunicación Estratégica. Presenta [21 interesantes artículos](#) escritos por expertos profesionales de Argentina, Colombia, Chile, España, México y Venezuela. Revista DIRCOM se imprime en Argentina y [Colombia](#). Podéis ver el índice de los temas en versión PDF, [clic aquí](#).

Entre éstos, Marcelo Angulo Abarca, desde Chile, explica cómo afectó a la imagen del presidente de su país, Sebastián Piñera, el evento de los 33 mineros atrapados durante más de tres meses en la Mina de Atacama. El argentino Daniel Ivoskus habla sobre el éxito del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, en la implementación de la comunicación 3.0. Y, en esta nueva edición, encontramos también notas sobre la revolución de las redes sociales y el nuevo paradigma 3.0; las relaciones públicas como factor estratégico comunicacional, la importancia de la palabra verbal y no verbal y el buen uso de la comunicación interna.