



euromedia comunicación
grupo

EUROMEDIA ESTRENA “UNA WEB DE PALABRAS” PARA LAS ORGANIZACIONES QUE “QUIEREN CONTAR”

Diseñada de forma minimalista, concede casi todo el protagonismo a los textos para reivindicar el valor de la palabra escrita

Euromedia Comunicación ha estrenado una nueva web corporativa diseñada de forma minimalista y que concede casi todo el protagonismo a la palabra escrita. *“En unos tiempos de reverencia a la imagen y a lo audiovisual, donde el continente se concibe para suplantar el contenido, más que para realzarlo, nosotros hemos querido huir expresamente de todo efectismo y artificio, y hemos desarrollado una web que reivindica, en su misma concepción y diseño, el valor del pensamiento y de los textos como la esencia del trabajo de Relaciones Públicas”*, explica su socio y director general, Miguel Ángel Robles.

Con su nueva web, Euromedia Comunicación pretende subrayar asimismo *“la dimensión fundamentalmente racional de la Comunicación Corporativa, frente a la sobredosis de emoción que parece inundarlo todo”*, explica Robles. Durante mucho tiempo, la Comunicación Corporativa, como ejercicio simétrico del Periodismo, llevó a gala su carácter racional, y la reverencia por la información y los hechos contrastados, y por la opinión argumentada. Con su nueva web, la consultora de origen andaluz, fuertemente posicionada a escala nacional en sectores como el de la Salud o el Aerospace, reivindica la razón como el territorio más específico de las Relaciones Públicas sin renunciar a los contenidos emocionales que puedan ser adecuados para determinadas estrategias de comunicación corporativa y de producto.

Con el posicionamiento corporativo de *“saber contar”*, Euromedia Comunicación se presenta en su nueva web como la consultora de comunicación idónea para *“las organizaciones que quieren contar en la esfera pública”*, un planteamiento –dice su director general- que *“trasciende y se eleva del territorio de las ventas y los resultados comerciales para alcanzar el de la reputación y la influencia pública”*. La nueva web de Euromedia es al mismo tiempo una reivindicación del valor del periodismo y de la prescripción de terceros en la Comunicación Corporativa. *“Todo aquél que dice yo soy,*

es porque no tiene a nadie que diga él es”, explica el escritor Daniel Ruiz, reciente premio Tusquets de Novela y también socio de Euromedia Comunicación. “Ganar espacios en la comunicación de terceros, sin ayuda de la publicidad ni de las gestiones comerciales, es la esencia del trabajo de Relaciones Públicas, se piense en medios de comunicación, o en blogs y redes sociales”, añade.

Organizada por los conceptos de “pensamos”, “hacemos”, “somos” y “comunicamos”, la web prioriza la importancia del “pensamiento” en la Comunicación Corporativa, predicando con el ejemplo y dando un lugar prioritario a los contenidos de sus blogs. Blogs que son individuales, porque *“el verdadero pensamiento es individual”* y *“hay mucho reciclaje y enmascaramiento de ideas de terceros en los blogs colectivos”*, afirma Robles, que cree además que *“la firma individual compromete más”* y que comunicación de las marcas será en el futuro cada vez más *“comunicación de personas que encarnen esas marcas y que estén dispuestas a dar la cara por ellas”*. *“En las redes sociales nos cuesta mucho más seguir a las marcas que a las personas”*, agrega Daniel Ruiz, que dirige el área 2.0. de la consultora andaluza.

Finalmente, la nueva web de Euromedia Comunicación reivindica el valor de las personas en la consultoría, poniendo rostro y CV a cada uno de sus profesionales. *“Tenemos la suerte de tener la mayor estructura profesional de RRPP de Andalucía, un equipo del que nos sentimos orgullosos, con un fuerte peso de profesionales que han aprendido el oficio en los medios de comunicación aunque con una gran experiencia y especialización posterior en los diferentes campos de la comunicación corporativa”*, explica Miguel Ángel Robles, que cree que la calidad de la consultoría está directamente relacionada con la calidad de los consultores que realizan el trabajo.

Fundada en 1993, Euromedia Comunicación cumplirá 25 años de trayectoria el próximo 2018 y es la sociedad matriz de un grupo que incluye también a las empresas Maxima Public, dedicada a eventos, Splendor Comunicación, dedicada a desarrollos web, y Euromedia Corporate, dedicada a RSC y Buen Gobierno.