

## LIBROS

**Protocolo y relaciones públicas**  
**Antonio Castillo Esparcia y María Jesús Fernández Torres, 2015,**  
**España, Editorial Síntesis, 176 págs.**



María Rodríguez-López<sup>1</sup>  
[mariarodriguezlopez@uma.es](mailto:mariarodriguezlopez@uma.es)  
Universidad de Málaga, España

Recepción: 04/11/2018 Revisión: 28/11/2018 Aceptación: 29/11/2018 Publicación: 21/12/2018  
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-13-229-232>

<sup>1</sup> María Rodríguez López es investigadora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, España.

*Protocolo y relaciones públicas* de Antonio Castillo y María Jesús Fernández se centra en la gestión de la comunicación turística y su importancia en el sector, haciendo un repaso por todos los elementos que componen dicha comunicación y exponiendo cómo deben trabajarse.

La estructura del libro facilita su lectura y muestra una clara orientación didáctica pues, en cada capítulo, se exponen los objetivos del mismo, un mapa conceptual con los conceptos más relevantes del capítulo en forma de esquema, un glosario con definiciones importantes para entender el capítulo en cuestión, el texto del capítulo perfectamente dividido en epígrafes, un resumen, una actividad final de evaluación (10 preguntas tipo test con opción de verdadero o falso y con las respuestas al final para que los alumnos puedan realizar la comprobación de manera autónoma), así como actividades finales que normalmente consisten en un debate dentro del aula.

Hay que señalar que en el texto se incluyen actividades propuestas, imágenes, figuras (por ejemplo, para mostrar cómo deben distribuirse las mesas en los actos o cómo colocar las banderas), apartados titulados *Para saber más* (información adicional sobre el tema), cuadros y propuestas de reflexión (*Para reflexionar*). Por todo ello, consideramos que resultará muy útil para el profesorado (actividades propuestas y texto completo sobre el tema) que necesite un manual sobre comunicación turística para sus clases pues es una completa guía que facilita el estudio de quienes estén interesados en la comunicación turística (mapas conceptuales, resúmenes y actividades de autoevaluación).

En el primer capítulo, titulado *Protocolo institucional* se define el protocolo en general y el protocolo oficial, los tipos de actos oficiales que existen, cómo presidir dichos actos, cómo se deben regular las precedencias, cómo se tienen que disponer las mesas, la necesidad de adaptación del protocolo con los cambios de la sociedad, las precedencias en los órganos colegiados y en las comunidades autónomas, los distintos tratamientos de las personas en función de sus cargos, la vexilología, así como el protocolo internacional relacionado con la Unión Europea.

El segundo capítulo, *Protocolo empresarial*, trata la importancia del protocolo en el sector del turismo a nivel general, tanto en la planificación de eventos como en la organización de

los espacios y el personal turístico. Recoge los actos más comunes en el sector turístico y las claves para su organización (tipo de acto, objetivos, presupuesto, definición del mensaje, organización de los asistentes, hora y lugar de celebración, distribución del espacio). También se define etiqueta, qué incluye y cómo debe aplicarse según las circunstancias. Se dedica un epígrafe al turismo de congresos por la especial importancia que el protocolo tiene en el mismo. Se exponen los diferentes tipos de espacios para desarrollar actos, incluyendo cómo deben disponerse las mesas. También cómo debe planificarse un evento, adjuntando un modelo para realizar un cronograma y destacando la importancia de las invitaciones.

En el tercer capítulo, *Las relaciones públicas*, se explica qué son (definición, elementos, planificación estratégica y etapas, objetivos) y su aplicación e importancia en el turismo. También se tratan las relaciones con los medios de comunicación y su influencia en las visitas turísticas, exponiendo los objetivos de esta relación, en qué debe basarse la misma, cómo trabajarla y qué tipo de informaciones se difunden desde la organización a los medios. En cuanto a la comunicación interna, se define la misma y se expone que suele ser una de las grandes olvidadas en las organizaciones. Se explican sus características, sus funciones, los tipos de comunicación interna, así como los objetivos de la misma y qué aspectos han de tenerse en cuenta a la hora de la planificación de este tipo de comunicación.

El cuarto capítulo, *La comunicación con los clientes*, se centra en explicar cómo es el proceso de la comunicación y cuáles son sus elementos y funciones. Se expone el papel de los gabinetes de comunicación como gestores de la comunicación de la organización a la que pertenezcan y la importancia de esta actividad para la imagen, explicando detalladamente las funciones y características de los mismos. También se adjunta información sobre el DIRCOM en el sector turístico, la comunicación interna y externa, así como las herramientas para estos dos tipos de comunicación. Recoge información sobre la comunicación verbal y no verbal. Y se reflejan las técnicas de comunicación que debemos utilizar según el tipo de cliente, así como aspectos importantes a tener en cuenta en la atención al mismo.

El quinto capítulo, *Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias*, se centra en las quejas, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones y sus diferencias, así como las herramientas para recogerlas y su importancia como elementos de mejora. Se exponen los motivos más

comunes de quejas en el sector turístico y cómo resolverlas, así como la normativa vigente en este sentido.

El último capítulo, *Actitudes de atención al cliente*, estudia la atención al mismo y sus modalidades, así como cuáles deben ser las actitudes en este sentido. También hay información sobre la imagen corporativa.

Por todo lo expuesto, se considera un libro de interés para docentes, estudiantes, profesionales y, en definitiva, para todo aquel interesado en cómo se debe gestionar la comunicación en el ámbito del turismo y todo lo que supone.

#### **Forma de citar esta reseña:**

RODRÍGUEZ-LÓPEZ, M. (2018). Reseña del libro: Protocolo y relaciones públicas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VIII, No 16, 229-232. Recuperado el \_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-13-229-232>.