

Gloria Campos García de Quevedo, *Eventos corporativos: puesta en escena, creatividad y espectáculo*, Porto, Ed. Sindéresis, 2016, p. 364 (*Premio de investigación Sindéresis 2016*, nº1 Serie *Comunicación, Eventos y Relaciones Institucionales-CERI*, ISBN: 978-84-16262-17-5).



DOI: <https://doi.org/10.24197/jstr.o.2017.I-III>

Sinópsis: Esta obra resulta indispensable para todo aquel interesado en la gestión de eventos corporativos tras la globalización: ¿cómo innovar hoy en día y sacar el máximo provecho a los eventos empresariales? Este estudio aclara y ejemplifica sobre la puesta en escena de las manifestaciones artísticas y elementos dinamizadores que integran los eventos corporativos y su capacidad para vehicular los mensajes que la empresa desea transmitir, facilitándose la comprensión de los mismos, captándose así la atención del público receptor. Téngase en cuenta que los eventos son una extraordinaria herramienta de comunicación, permitiendo entre otras cosas, el captar la atención de los invitados o públicos, para transmitir experiencias mediante el acto en vivo y para visibilizar la marca y su aspecto relacional. De igual modo, los eventos resultan ser un canal perfecto para comunicar la singularidad de la marca a través de una vivencia en directo, permitiendo el almacenamiento de esas sensaciones y vinculándolas con la marca y/o empresa. Se ha analizado además, en este estudio, cómo internet y sus redes sociales han influido sobremano en el diseño de los eventos corporativos, pues las marcas han visto en este soporte una forma ideal de aumentar el tráfico y el posicionamiento de sus contenidos digitales para incrementar las ventas. Finalmente, se destaca que,

en cuanto a la tónica seleccionada para ilustrar las claves del éxito de los eventos corporativos, se ha recurrido a los galardones más prestigiosos del sector (en España los *Premios Eventoplus*, en Iberoamérica el *Festival Iberoamericano de Promociones y Eventos*, en Europa el *European Best Event Awards*). Todo ello se completa con un *prácticum* de doscientos eventos (con sus datos básicos, público objetivo y descripción del evento), señalándose las claves de su puesta en escena y resultados obtenidos. Con todas estas valiosas herramientas cualquier empresa puede empezar a sacar el máximo provecho a su negocio en la economía global.

Autora: Su autora, Gloria Campos García de Quevedo (Doctora en Comunicación por la Univ. Camilo José Cela) es Profesora universitaria y Directora Gral. de *International School of Event Management & Communication* (centro colaborador de la Univ. Rey Juan Carlos). Consultora experta en organización de eventos durante más de treinta años, trabajando para instituciones públicas, agencias de comunicación y multinacionales. Emprendedora y consejera delegada de varias compañías de relaciones institucionales y formación. Ha dirigido media decena de tesis doctorales, además de formar parte de dos grupos de investigación en activo (en UVA y URJC). Cuenta con más de medio centenar de publicaciones académicas y técnico-profesionales.

Crítica: Con esta obra se inaugura la serie CERI. La misma ha recibido el *Premio de investigación Sínderesis 2016*, y su resultado ha sido la publicación de dos monografías: *Eventos corporativos* (nº1 CERI) y *La industria de las emociones* (nº3 CERI). La estructura y contenido de la presente monografía que se reseña (*Eventos corporativos*) combina la fórmula tradicional y exhaustiva de un tratado con la agilidad de consulta de un *vademecum*: consta de trece capítulos principales, cada uno con unos seis epígrafes de media (y algunos también con subepígrafes). Los temas tratados van desde la aclaración misma de la industria de los eventos y la clarificación de su peso como sector de negocios en España y en países próximos (tanto europeos como latinoamericanos), hasta el estudio detallado de los eventos de empresa, con todas sus características, requerimientos de realización, etc. Igualmente, se aportan las claves y consejos para la creatividad, el diseño y puesta en escena de eventos de última generación: los eventos con emoción (cuestión de la que rinde buena cuenta su otra monografía).

Todo ello se completa con el clarificador prólogo del Prof. Dr. Antonio Sánchez-Bayón (ISEMCO-URJC, EAE Business School, UNIR y Univ. Bernardo OHiggins).

Con todas estas valiosas herramientas cualquier empresa puede empezar a sacar el máximo provecho a su negocio –de manera muy práctica- en la economía global (tanto en el ámbito real como virtual). Pues bien, tras los citados reclamos, quien se aventure a la consulta de esta magnífica obra –casi enciclopédica y, sin embargo, de lo más entretenida y aplicable-, se encontrará una satisfactoria recompensa: mediante una narración clara, rigurosa y amena, llena de supuestos e ilustraciones, se ofrece una visión enriquecedora de la materia al combinarse enfoques de diversas disciplinas, que la Prof. Campos conoce bien (la Comunicación Audiovisual, la Publicidad, las Artes Escénicas, el Protocolo, etc.). Todo ello se aplica a una gestión de eventos de lo más creativo y espectacular, así como rentable –si se siguen sus consejos, claro-. Muchas son las virtudes de esta obra, algo nada fácil, pues se trata de un texto adelantado, sirviendo de referencia a otros trabajos que vendrán. Este tipo de obras, que combinan equilibradamente lo científico-académico y lo técnico-profesional, de manera accesible a cualquier público interesado –agradando tanto a especialistas como a neófitos-, pretende ser un texto válido para graduados universitarios, estudiantes de escuelas de negocio, o alumnos de formación profesional. Parte de su acierto está en el recurso constante de la Dra. Campos de lo que llama “ejercicio práctico”, que son una suerte de breves estudios de casos realmente ilustrativos, listos para su trasplante a otros supuestos –aquellos que el lector tenga en mente durante la lectura-. En definitiva, la consulta de esta obra influye favorablemente a todo aquel que se acerque a la misma, pues no sólo combina la máxima aspiración comunicativa (como es la misión de formar, informar y entretener), sino que además, se ofrecen útiles observaciones y enseñanzas de gestión (desde una amplia y bien probada experiencia profesional).

IRENE VALERO-OTEO
Univ. País Vasco-EHU
irenevalero92@gmail.com