

Contenido

1	Los medios masivos de información se reinventan a sí mismos	1
	<i>Es hora de reinventar la publicidad</i>	
2	Análisis del texto informativo	17
	<i>La forma como cada tipo de información exige un estilo específico de redacción</i>	
3	Pasos básicos para un programa de publicidad exitoso	27
	<i>Lo que necesita saber y hacer para lograr el arranque de un programa de publicidad</i>	
4	Su lista de medios de información	39
	<i>Cómo asegurar que sus noticias lleguen a las personas adecuadas</i>	
5	Relaciones con los medios de información	55
	<i>Cómo llevarse bien con los medios de información y por qué necesita tener buenas relaciones con ellos</i>	
6	Propuestas publicitarias	67
	<i>Lo que necesita saber para redactar propuestas de publicidad de información fresca</i>	
7	Artículos	89
	<i>Cómo escribir artículos que reflejen una imagen y presenten sólo uno de los lados de la historia: el suyo</i>	
8	El libro básico del copión	103
	<i>Un “plan abreviado” para que la redacción de artículos publicitarios sea más fácil</i>	
9	Preparación del texto para el artículo publicitario	145
	<i>Cómo dominar la mecánica para armar artículos para los medios impresos, con algunos consejos sobre las relaciones con los medios de información</i>	
10	Fotografías publicitarias	159
	<i>Por qué es cierto que una imagen vale más que mil palabras en un artículo publicitario</i>	

11 Preparación de paquetes de prensa	171
<i>Cómo ayudar a los reporteros para que ellos lo ayuden</i>	
12 La conferencia de prensa	181
<i>Cómo ofrecer en persona algo que no es posible ofrecer en un artículo publicitario</i>	
13 Las escenificaciones	193
<i>Cómo llevar a cabo escenificaciones para crear una noticia y reflejar una imagen</i>	
14 Servicios de cables y de distribución	211
<i>Cómo pueden éstos servirle para llegar a lectores y espectadores a quienes de otra manera no podría llegar</i>	
15 Publicidad para los medios electrónicos	217
<i>La televisión y la radio son algo distinto a los periódicos; además: cómo y por qué la radio es diferente a la televisión</i>	
16 Lo que debe saber sobre artículos en video y para radio	227
<i>Cómo preparar y distribuir VNR y RNR, a la manera de la era electrónica para conseguir la transmisión de publicidad</i>	
17 Anuncios comerciales del tipo hágalo-usted-mismo en los medios impresos	249
<i>Le proporcionan una “línea de compra” cuando su mensaje no llena los requisitos para espacio de noticias</i>	
18 Comerciales del tipo hágalo-usted-mismo para transmisión	263
<i>Cómo preparar para televisión y cable anuncios acordes a su presupuesto</i>	
19 Anatomía de un periódico	281
<i>Cómo funciona el negocio del periódico</i>	
A Forma impresa para uso de imagen y guías para la fotografía	301
B Cómo redactar metas y objetivos publicitarios con eficacia	303
C Los elementos de la lluvia de ideas	309
D Directorios y otra información	313
Glosario	319
Índice	331