



UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, TURISMO Y HOTELERÍA**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EL ESTILO PERIODÍSTICO EN EL TRATAMIENTO DE
LA INFORMACIÓN EN LA OFICINA GENERAL DE
IMAGEN Y COMUNICACIONES DEL MINISTERIO DE
JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS**

ALUMNO

MARCO ANTONIO SÁNCHEZ RONDÁN

2017

RESUMEN

Las oficinas y/o departamentos de comunicación tienen gran relevancia dentro de las estructuras de las empresas e instituciones públicas o privadas, la tendencia del mundo globalizado exige a las entidades mantener una relación estrecha con su público.

Como refiere Cuadrado Esclapez en su libro Protocolo y Comunicación, existe una necesidad de establecer *“una relación de feedback o retroalimentación entre la propia institución y sus clientes”*.

Hoy en día la opinión pública juega un rol preponderante por el hecho de estar inmersos en un mundo globalizado. Esto exige mayor competitividad y obliga a las empresas e instituciones a utilizar influencias de los medios de comunicación y redes sociales, para darse a conocer y lograr una identificación pública o vender su mejor imagen.

Cabe resaltar una de las recomendaciones de la autora citada: “De lo que se trata es de promover una imagen lo más favorablemente planificada y con un objetivo concreto; en este caso se trata de promover una imagen lo más favorablemente posible ante la ciudadanía. Y la identificamos como “integral” porque no se trata de actuaciones aisladas todo lo contrario deben de ser concebidas como un conjunto perfectamente integrado”.

Desde mi experiencia profesional, en la presente monografía deseo resaltar el trabajo de los profesionales de la comunicación en las oficinas del Estado y su contribución a los objetivos de las instituciones públicas. Mi objetivo principal es enfocarme en el tratamiento de la información de la Oficina General de Imagen y Comunicaciones del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, donde al difundir información, comunicados o notas de prensa en formatos tradicionales o digitales, promovemos el uso del estilo periodístico y las herramientas de la comunicación asertiva para influir positivamente y generar cambios sociales.

PALABRAS CLAVES

1. Estilo periodístico
2. Imagen institucional
3. Instituciones públicas
4. Tratamiento informativo
5. Comunicación institucional