

Angela Cantó, CEO de Miss Zoe Comunicación: "Los medios siguen siendo importantes para crear marca"

Con más de 20 años de experiencia en el sector del estilo de vida, la salud y la tecnología, esta empresa viene adaptando sus procesos a los cambios disruptivos del mercado

Hoy en día cualquiera puede crear su propio medio de comunicación. Esta posibilidad, nacida de la libertad que ha proporcionado internet al mundo de los contenidos, ofrece también un lado menos amable. Los valores de los nuevos editores, los periodistas ciudadanos, los influencers, en definitiva, de los incipientes interlocutores directos con el receptor de los mensajes, pueden carecer de cualquier ética deontológica y estar solo asimilados a su ideología y/o sus necesidades financieras.

Son palabras de Ángela Cantó, CEO de Miss Zoe Comunicación, en relación a las nuevas vías que utilizan profesionales, marcas y compañías para darse a conocer. Esta empresa, con más de quince años contribuyendo a la visibilidad de todos ellos, ha visto a los medios digitales apuntalar su primacía sobre el papel, tradicionalmente asociado al rigor periodístico.

Salir en los medios con un buen artículo o noticia desbancó a la publicidad como fórmula promocional. Después, la red suplantó a las rotativas, no solo por su inmediatez sino por su alcance objetivo. "De un día para otro se observó que el logro percibido por inversión publicitaria era menor que aquel creado a través del contenido. Los medios de comunicación comenzaron a ver a las agencias de PR como sus aliadas a la hora de publicitarse en forma de comunicados de prensa que aportaban valor tanto al anunciante como al medio. Los clientes pidieron, más adelante, salir en las publicaciones digitales".

En este contexto, el reto para la comunicación tradicional, la que se base en la nota de prensa, es cómo hacer frente a dos asuntos. De un lado, las noticias falsas, del otro la desprotección de las marcas y profesionales en esa jungla en la que se han convertido las redes sociales.

Para Ángela Cantó, periodista que atesora a su vez una experiencia profesional de veinticinco años en el sector, la agencia especializada garantiza la protección de la marca frente a fakenews y campañas de descrédito en redes sociales. No solo monitorizando al cliente, sino mediante la creación de información rigurosa que suponga un plus para el medio. "En esta era de nuevos líderes de opinión al espectador se le hace más difícil distinguir "el polvo de la paja" por lo que el trabajo de las agencias tiene que ser aún mayor para que el contenido de calidad que puede ofrecer una marca no se solape con este otro tipo de discurso".

Datos de contacto:

Angela Cantó

Owner

699558652

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>