



III SIMPOSIO DE ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO DE LA AGRICULTURA FAMILIAR

En el marco del

XIII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO

Del 4 al 8 de junio de 2018 - Washington D. C.

RED REGIONAL DE COMUNICACION AGROPECUARIA

Cómo (y por qué) transformar temas científicos agropecuarios en información de interés periodístico

DANIELA HIRSCHFELD
periodista científica



¿Por qué?

De qué habla la prensa cuando habla del agro:

- ✓ cambio climático
- ✓ adaptación y mitigación
- ✓ cultivos transgénicos,
- ✓ sequías / inundaciones
- ✓ pesticidas
- ✓ orgánicos como salvadores
- ✓ gases de efecto invernadero
- ✓ problemas sindicales
- ✓ forestación/deforestación
- ✓ pérdida de biodiversidad
- ✓ contaminación cruzada
- ✓ problemas económicos
- ✓ enfermedades animales
- ✓ contaminación del agua

Las malas noticias ya tienen prensa

- Mejorar la comunicación de buenas noticias del agro.
- Interesar al público masivo, erradicar prejuicios y mejorar /aumentar valoración de la sociedad.

¿Cómo?

1. Analizar el tipo de noticia que tenemos.

- Reunión de grupos, talleres
- Visitas de campo
- Presentación de productos, proyectos, estudios
- Anuncio de información
- Investigaciones
- Estudios científicos

El **interés periodístico** puede estar indirectamente vinculado al tipo de noticia.

¿Cómo?

2. ¿Qué le puede interesar al periodista****?

3. ¿A qué tipo de periodista?

(agropecuario, científico, de economía, política, información general, columnas)

4. ¿En qué medio?

Web, escrito, TV, radio, especializado o no.

¿Cómo?

5. ¿En qué momento llega esa noticia?

COYUNTURA

6. ¿Qué quiero lograr para mi institución?

Organizado por:



Con el apoyo de:



El tema

¿Cómo trabajar una nota institucional para que sea de mayor interés periodístico?

- Gacetilla para web o sector agropecuario
- Gacetilla para prensa

Organizado por:



Con el apoyo de:



Fuente

¿Qué fuentes informativas usar?

- Fuentes técnicas
- Fuentes políticas
- Dejar espacios da lugar a otras fuentes (pero hay que estar preparados)

Forma de llegar

- ✓ Llamar, vender.
- ✓ Cómo destacarse ante la avalancha de boletines que reciben los medios.
- ✓ Un boletín de prensa es un punto de partida: Ofrece un ángulo interesante, genera y responde preguntas... y llena espacios.



Gracias!

daniela.hirschfeld@gmail.com

Organizado por:



Con el apoyo de:

