



José Manuel López-Cózar  
Vicepresidente de APIA

# El tratamiento del agua en los medios de comunicación y su problemática

Noviembre 2016

# LO QUE NO SE COMUNICA NO EXISTE



## INFORMATIVOS:

Deporte y política 45 %,  
Economía 8 %,  
Cultura 11 %,  
Sanidad y salud 3,1 %,  
Medio ambiente 2,3 %,  
Ciencia 2,1%  
y consumo 1,8 %.

## NOTICIAS DE AGUA:

Lluvias 32 %,  
Estado de los océanos 28,7 %,  
Inundaciones 20 %,  
Sequía 11,3 %,  
Gestión de recursos hídricos 8 %.



# INTERPRETACIÓN RESULTADOS

- Imagen catastrofista del agua, como un elemento excesivo y destructivo
- Relativa preocupación por la salud ambiental de los océanos
- Escaso interés por las cuestiones técnicas, económicas, sociales y políticas



# AGUA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



¿Por qué nos cuesta tanto captar la atención de los medios?

# AGUA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La respuesta:



# INFOXICACIÓN Y....

## PERIODISTAS, EMPRESAS E INSTITUCIONES

CLAVES DE UNA RELACIÓN NECESARIA

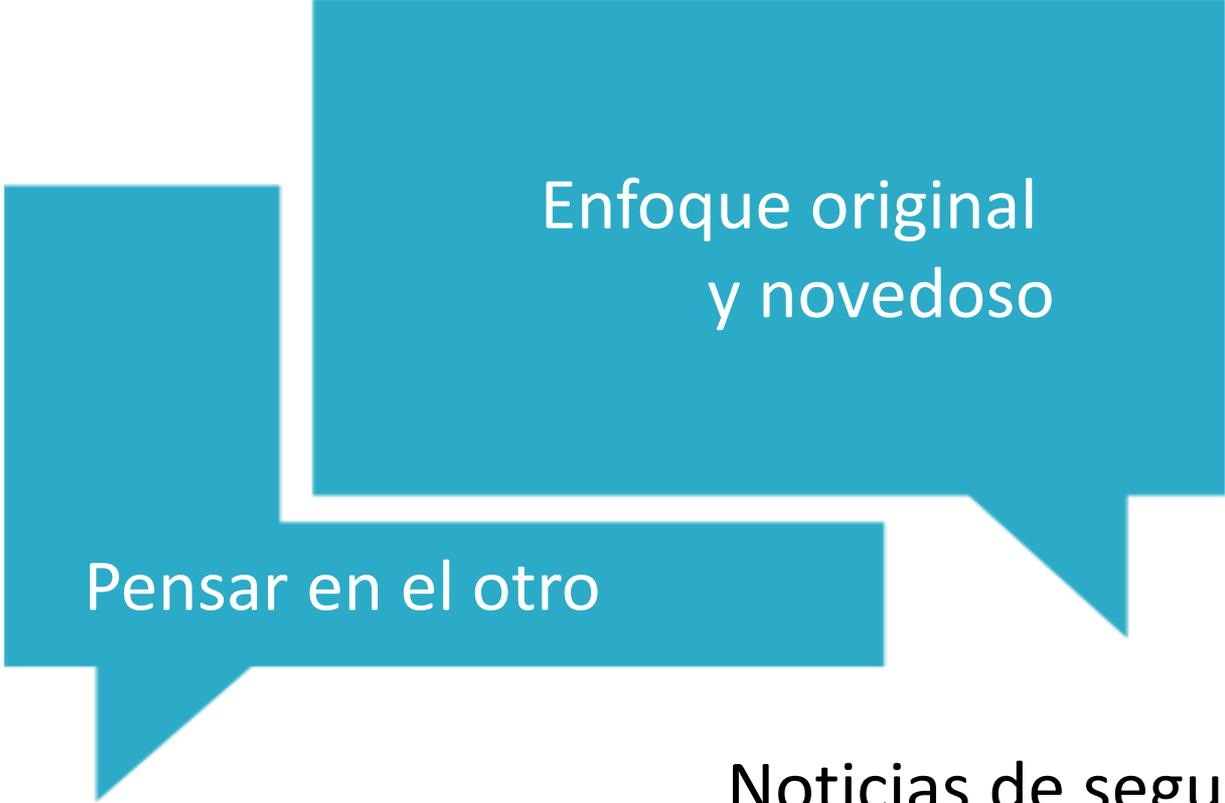


- Los periodistas reciben demasiadas notas de prensa y además son muy malas.
- Sólo un 12% son publicables, según los profesionales de medios nacionales, y algo más en los locales.
- Los reporteros confían en sus contactos personales y sólo una de cada tres convocatorias les parece aprovechable.

## ¿Encuentran los periodistas lo que buscan en las web corporativas?

- 90% No hay contactos actualizados con teléfono y mail para hablar en persona con un responsable de prensa
- 76% No es posible descargarse fácilmente contenido multimedia como fotos, vídeos, documentos y audios. Y no se ofrecen formatos variados cuando existe este servicio
- 71% Faltan noticias actuales y con suficiente información
- 55% No hay un buscador eficaz en la página para encontrar lo que se busca
- 52% No hay un kit de prensa con logos, biografías e imágenes de recurso
- 30% Faltan herramientas para compartir en social media o suscribirse a feeds

# CÓMO COMUNICAR SOBRE AGUA



Enfoque original  
y novedoso

Pensar en el otro

Noticias de seguimiento

El papel de las emociones

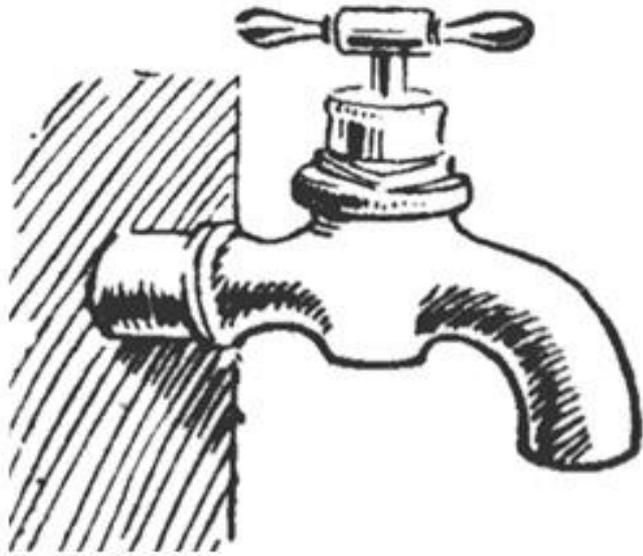
# 10 PISTAS PARA TRATAR CON PERIODISTAS

- 1 Existe una delgada línea entre la información y la publicidad. Si queremos publicidad, la PAGAMOS.
- 2 Periodismo de datos frente a periodismo de opinión: la nota de prensa documentada no es frecuente y se agradece
- 3 La información nunca para. Hay que estar siempre pendiente de la actualidad: teletipos, foros, redes sociales, blogs...
- 4 La imagen se construye día a día: los medios hay que conocerlos y tratarlos
- 5 Segmentar la información
- 6 Hablar pensando en titulares
- 7 ¡Cuidado con las “avalanchas”!: menos a veces es más
- 8 Evitar tecnicismos
- 9 Utilizar todos los canales de comunicación a nuestro alcance
- 10 Las relaciones con los medios buscan objetivos a largo plazo

# EL PODER DE LA ESPECIALIZACIÓN

## Además...

- Para ofrecer información ambiental rigurosa e independiente son necesarios los periodistas especializados tanto en medios como en gabinetes
- El periodista especializado tiene formación, contextualiza, prioriza, contrasta
- Conoce las fuentes y tiene agenda
- La información ambiental a menudo es incómoda, cuestiona el estilo de vida mayoritario en la actualidad
- Somos periodistas, no activistas ecologistas
- No confundir periodistas con medios
- ¿Catastrofista? No, ¡gracias! Más bien lo que la caracteriza es su diversidad



# ¡Muchas gracias!

José Manuel López-Cózar, vicepresidente de APIA