



Transforming
Science into
Business

 www.azti.es

Curso de portavocía

© AZTI. Todos los derechos reservados

ORGANIZACIÓN DEL CURSO



1. Qué es noticia
2. Medios de comunicación y rutinas en una redacción
3. Comunicación con los medios: Entrevistas en prensa, radio y televisión
4. Comunicación en innovaciones y datos científicos
5. Contar qué es AZTI

An aerial photograph of a residential complex with multiple buildings featuring red-tiled roofs and swimming pools. The complex is situated near a body of water, with waves visible on the left side. A semi-transparent brown overlay covers the bottom half of the image, containing the text '1 Qué es noticia'.

1 | Qué es noticia



Noticia es aquello que alguien, en alguna parte del mundo, está tratando de ocultar. El resto es propaganda.

**Lord Northcliffe.
Fundador del Daily Mail**

Los Medios valoran las noticias en función de:

- La actualidad. Que sea algo nuevo.
- Que tenga trascendencia y consecuencias.
- Que el hecho esté en poder de un medio o de todos.
- Que esté protagonizado por personas relevantes.
- Que sea cercano al ciudadano.

- Los Medios de Comunicación **no publican las cosas por decreto**. Sólo publican *por encargo* la publicidad, hay que pagar por ella y es cara.
- También resulta baldío *pedir por favor* la publicación de algo. Se puede hacer una o dos veces, pero **no hacen un favor cada semana**. Ni siquiera una vez al mes. Hay que utilizar una **estrategia adecuada** para **conciliar dos intereses**:
 - El de los Medios de Comunicación: **publicar noticias**.
 - El de la empresa: **seducir e informar**.
- Hay que saber distinguir entre lo que puede aspirar a la **categoría de noticia** y lo que no, y saber venderlo

Un estudio multidisciplinar presenta los principales efectos del cambio climático en la costa vasca y el sureste del golfo de Bizkaia

El ascenso del nivel medio del mar subirá 29 y 49 centímetros durante el siglo XXI en el golfo de Bizkaia

AZTI ha realizado la serie histórica más antigua de mediciones de temperatura y salinidad en la columna de agua en el golfo de Bizkaia

La temperatura media de la columna de agua en el litoral vasco ha aumentado casi medio grado en los últimos 30 años

Los socios del proyecto Parafishcontrol se reúnen para analizar los avances del proyecto

Consumir pescado de piscifactorías europeas no supone un riesgo para la salud

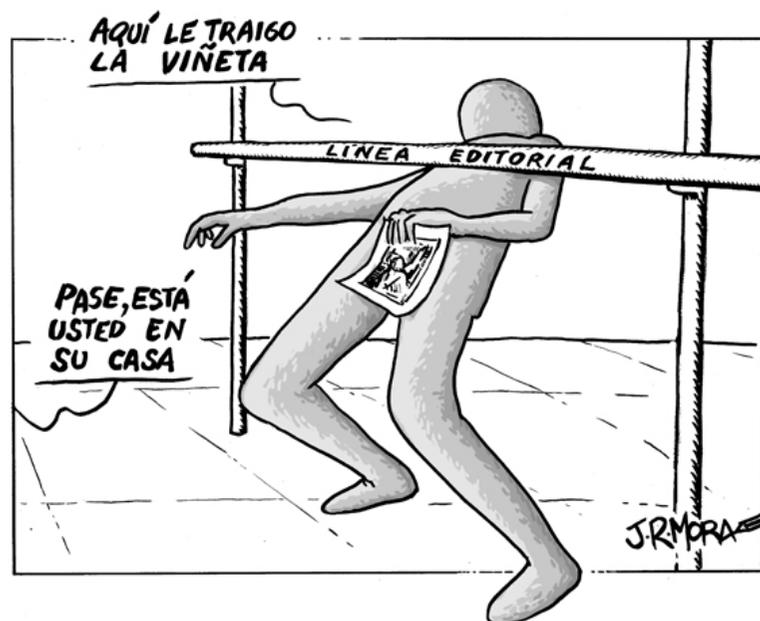


2 | Medios de comunicación y rutinas en una redacción





LA PERSPECTIVA DEL EDIFICIO VA CONDICIONADA POR:



1. Línea editorial
2. Intereses del grupo de comunicación
3. Las vías de financiación
4. Presiones y lobbies

LOS MEDIOS SE ORGANIZAN EN GRUPOS DE COMUNICACIÓN



TAMBIÉN EN EUSKADI...



Grupo Eitb - GV



Grupo Noticias



Grupo Vocento

EL DIARIO VASCO

EL CORREO

GASTRONOMIA

[Madrid Fusión](#)

[San Sebastian Gastronomika](#)

- Agencias: EFE, Europa Press, Vasco Press.
- Prensa escrita:
 - General: Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa, El Correo, Deia, El Mundo, El País, Gara, Berria, Zabalik , Diario Noticias.
 - Económica: Expansión, 5 Días, La Gaceta de los Negocios, Empresa XXI, Estrategia Empresarial.
- Radios: Radio Euskadi, Euskadi Irratia, SER, Radio Nacional, Radio Popular, Radio Interconomía, Cope, Onda Cero, Onda Vasca
- Televisiones: ETB, TVE, Antena 3, Tele 5, Canal Plus y locales

JERARQUÍAS EN UNA REDACCIÓN (con quién hablo y qué consigo)



RUTINAS EN UNA REDACCIÓN

(por qué hay que enviar las informaciones temprano)

Prensa/Medios digitales

- Previsiones y teletipos
- Reunión de contenidos
 - Venta de temas
- Reparto de temas
- Coberturas
- Elaboración de la pieza
- Cierre de la edición
- Periódico



Televisión / Radio

- Previsiones y teletipos
- Reunión de contenidos
 - Venta de temas
- Reparto de temas
- Coberturas
 - Directos
- Elaboración de la pieza
- Informativo



Bilbao
PORT **B**

Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B** Bilbao PORT **B**

3

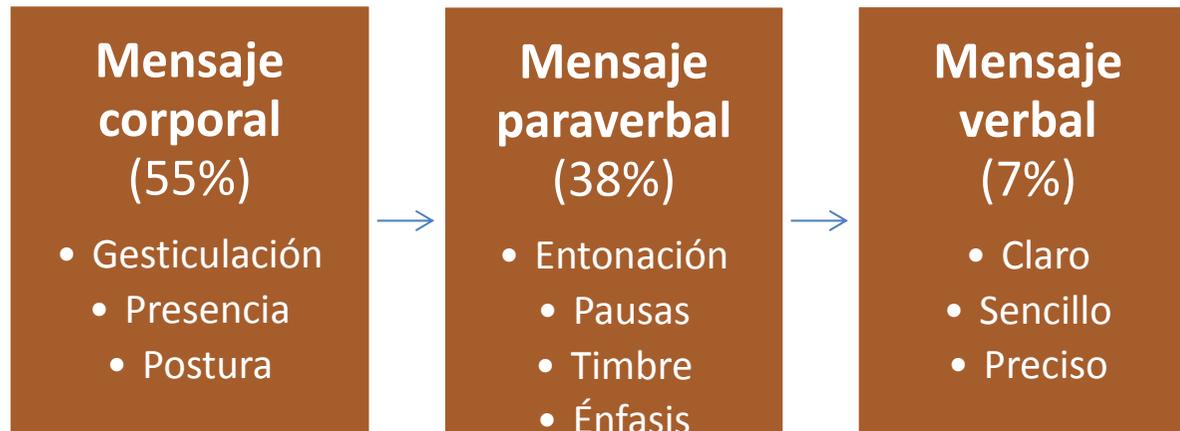
Comunicación con los medios y entrevistas en prensa, radio y TV



Objetivo: **transmitir nuestras ideas**



Mensaje



¿CÓMO TRANSMITIR MI MENSAJE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

- Por escrito:
 - Nota de prensa y sus posibilidades multimedia
- De forma oral:
 - Off the record
 - Rueda de prensa
 - Canutazo
 - **Entrevista**



ENTREVISTAS CON LOS MEDIOS

- Nunca pedir el cuestionario previo (o al menos decir una excusa)
- Tener confianza en la profesionalidad del/ de la periodista. No pedir que nos envíen el texto que han escrito (o al menos decir una excusa)
- Puede que el periodista no nos plantee lo que a nosotros nos interese decir. **Nos las ingeniaremos para introducir nuestro mensaje en nuestras intervenciones**
- Contestar en la mayor medida a todas las preguntas. No mentir ni inventar
- Mantener la relevancia y disciplina (no son amigos)



Hay varias formas de realizarla:

- Por email: **nuestra favorita.**
- Por teléfono.
- En persona:
 1. Cordialidad y disponibilidad a la hora de quedar.
 2. Hacerlo en un lugar en el que nos sintamos cómodos.
 3. Disponer de información útil a mano.
 4. Las declaraciones fuera de la entrevista pueden estar bien, pero ojo a no decir cosas impropias. No nos confiemos.
 5. Ofrecerse al profesional para aclarar cualquier duda a la hora de transcribir la entrevista.
 6. Cooperar con el fotógrafo en caso de que vaya.



ENTREVISTAS PARA RADIO

De las más frecuentes.

Sin tecnicismos, ni tono doctoral.

Mensajes muy, muy, muy, muy cortos: 30 segundos máximo (esto no significa que la respuesta deba durar esto).

Repetimos la idea principal.

Se podrán dar dos situaciones:

1. Hacerla en el estudio: **nuestra favorita**.
2. Realizarla por teléfono. Preguntar siempre si hay alguien más en el estudio.



ENTREVISTAS PARA TELEVISIÓN



Llegaremos con tiempo.

Sin tecnicismos, ni tono doctoral.

Mensajes muy, muy, muy, muy cortos:
30 segundos máximo

Repetimos la idea principal.

Imagen:

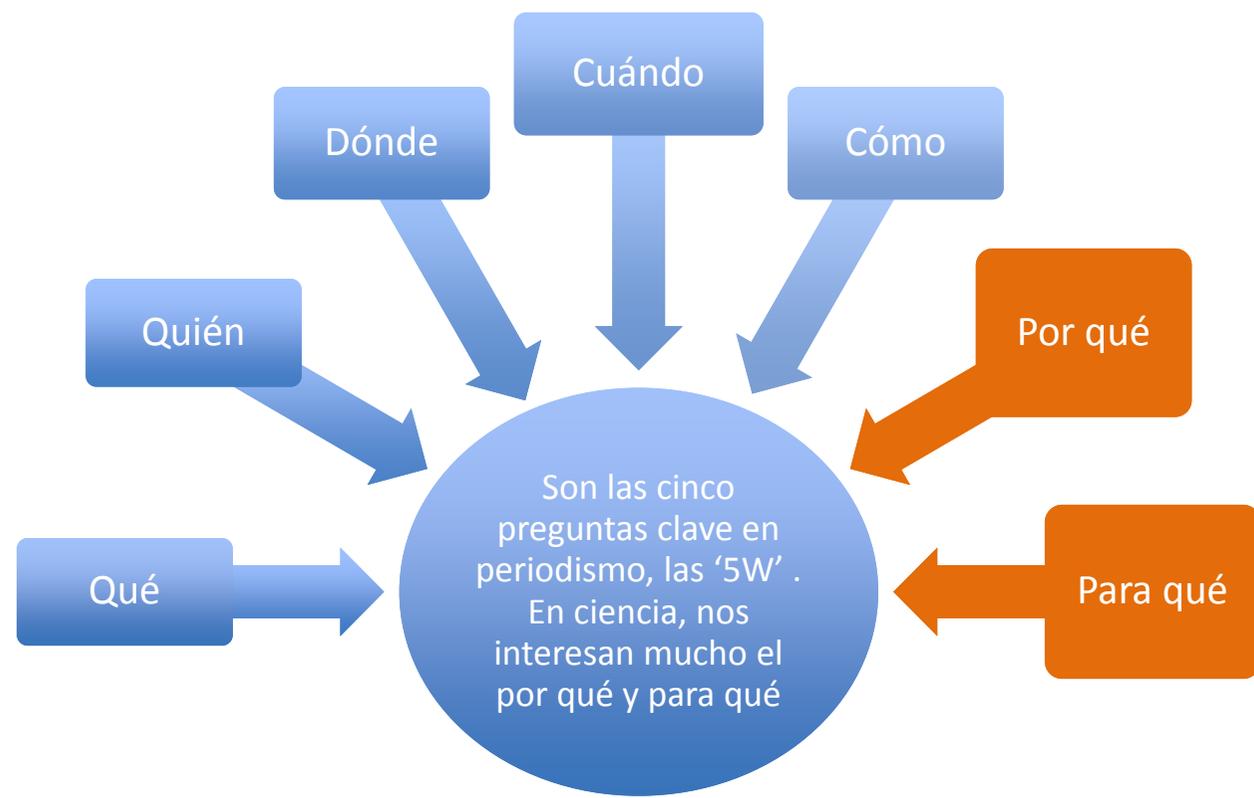
1. Sentados: espalda recta, antebrazos apoyados (sin gesticular demasiado), mirando al interlocutor.
2. Vestidos: ropa ligera, sin atuendos llamativos, ni joyas, evitar ropa de estreno.

4 | Comunicación en innovaciones y datos científicos



- La ciencia es algo que no se aborda en los medios generalistas:
 - **En prensa:** ya existen revistas especializadas.
 - **En audiovisuales:** hay poco tiempo, son muy superficiales y el lenguaje tiene que ser muy simple.
- Hay un déficit de periodistas especializados en ciencia
- Los científicos no han lanzado mensajes lo suficientemente atractivos para llegar al público en general
 - Aplicar un tono divulgativo

¿QUÉ TENGO QUE CONTAR?



Datos básicos

- Origen de la situación (ANTECEDENTES)
- Por qué es novedoso nuestro trabajo/descubrimiento
- Por qué es útil a la sociedad
- A cuántos sujetos beneficia
- Ejemplos concretos de los (posibles) resultados
- Cuándo se podrá aplicar o cuándo ocurrirá si se trata de una predicción/futuro desarrollo científico-tecnológico

1. **Conocer a fondo lo que quieras comunicar**
2. **Cree lo que estás diciendo**
3. **Lenguaje claro y llano.** Evita rebuscamientos y palabras largas. Todo lo que entretiene al espectador o al oyente quita penetración al discurso. Los circunloquios, los tecnicismos, los cultismos son como los elementos de rozamiento que disminuyen el alcance de un proyectil que es nuestra palabra. Evita aburrir con el lenguaje y que te entienda todo el mundo. Si usas tecnicismos o siglas, introdúcelos lentamente y defínelos.
4. **Lenguaje inclusivo.** Intenta usar sustantivos colectivos (ciudadanía, personal investigador, equipo de investigación, participantes...)
5. **Frases cortas y repetidas.** Inicia tu exposición con una frase corta, con el mensaje que quieres hacer llegar. Vuelve a soltar ese mensaje varias veces en el curso de la exposición. El subconsciente de quien te escucha captará que la idea que has repetido es la más importante y acabará recogéndola.

6. **Aporta contextualización:** Por qué es novedoso nuestro trabajo/descubrimiento, Por qué es útil a la sociedad, A cuántos sujetos beneficia, Cuándo se podrá aplicar ...
7. **No transmitas un mensaje excesivamente denso:** Si tienes mucho que decir hazlo en varias veces. Está comprobado que cuando se sueltan mensajes con mucha densidad no suele captarse más que una minoría. Además, el espacio que te tienen reservado en la radio, la televisión o la prensa siempre es limitado.
8. **Busca siempre una imagen:** Si estás en una rueda de prensa coloca un mapa al fondo y levántate para indicar un punto: ésa será la foto. Si el tema es susceptible de tratar en infografía, presenta unos gráficos atractivos y entrégaselos a los periodistas para que ilustren tu disertación. cuenta un ejemplo. Estamos en la cultura audiovisual y todo lo que no tiene imagen es secundario.
9. **Habla despacio. No des imagen de precipitación ni nerviosismo:** Habla con rotundidad pero no vayas de estrella. Sé, en suma, una persona normal.

8. **Ten previstos los imprevistos:** Prevé con antelación las preguntas más difíciles que te pueden hacer. Prepara respuestas. Aprende a contestar en positivo, escabulléndote de una dificultad: “Ese tema es muy técnico y farragoso, aburriríamos a los oyentes”; “No tengo en este momento los datos exactos y no me gustaría dar un dato erróneo”, “ Sé que compañeros/as de AZTI están trabajando sobre esa materia, pero lamentablemente no soy la persona más adecuada para contestar a este tema”...
9. **No atiborres a los oyentes con datos técnicos y cifras:** Evita también excesivos calificativos, oraciones subordinadas y “muletillas” reiterativas. La gente necesita entender el mensaje simple y sencillo. Pon ejemplos que tengan imagen. Puedes decir “las instalaciones, sustracción de arenas... tendrán una superficie equivalente a seis campos de fútbol”. **Alusiones al mundo cotidiano, comparaciones.**
10. **No conviene el enfrentamiento; tampoco sirve confiarse.** Si no deseamos que se publique algo, lo mejor es que no lo conozcan. Los comentarios íntimos y confidenciales, el *off the record*, han dado bastantes.
11. **Dotar de documentación al periodista:** artículos científicos, dossiers del proyecto, datos para diseñar una infografía, imágenes de archivo o recurso...

-

El proyecto CANARD busca conocer mejor las pesquerías artesanales del Cantábrico para gestionarlas de acuerdo a la obligatoriedad de los desembarcos de forma sostenible

- La iniciativa sentará las bases para la generación del primer Plan de Descartes de la flota artesanal del Cantábrico, a través de la información procedente del propio sector pesquero.
- Contribuirá a mantener la actividad de las empresas de modo rentable tras las medidas de reducción o supresión del descarte, asociadas a la nueva Política Pesquera Común, que entrará en vigor a partir de 2019 en todas las flotas.
- Pretende mejorar la selectividad de las pesquerías, tratando de reducir la captura de las especies descartadas.

AZTI colabora con las pesquerías para suprimir las capturas de especies descartadas

Menos descartes, rentabilidad y sostenibilidad para la flota vasca de bajura

Discurso científico

Los genes son la unidad básica de la herencia, quienes determinan las características de cada ser. Se agrupan en cromosomas, la mitad heredados del padre y la otra mitad de la madre. Mientras, las proteínas están formadas por aminoácidos y son imprescindibles para el crecimiento del organismo.

Los genes son los que determinan, en gran medida, qué proteínas tiene una célula, un tejido o un organismo y qué funciones debe cumplir. Las proteínas se sintetizan (se forman) dependiendo de cómo se encuentren regulados los genes que las codifican, por lo tanto, son susceptibles a señales o factores externos.

Discurso divulgativo

Los genes son cocineros de un gran restaurante conocido como 'El organismo' (vale para todos los seres vivos) y las proteínas son los ingredientes que ellos utilizan para que salgan platos perfectos. Los genes deciden qué proteínas usar y con qué finalidad para que el resultado sea el adecuado.

Cada gen tiene una función en la cocina y unas proteínas con las que trabajar, por lo que cuando un gen no está en el sitio que le corresponde los resultados de sus platos harán que cambie la sintonía de la cocina (mutaciones); algo que en ocasiones será positivo; y en otras, negativo.

Bilbao
PORT **B**

5

Contar qué es AZTI



AZTI es un Centro Tecnológico **experto en la cadena de valor alimentaria y marítimo-pesquera**. Es decir, trabajamos en todo el proceso que va del mar y otras materias primas al plato.

El cambio climático, la protección de los océanos, la producción y consumo responsable de alimentos, la salud y bienestar... son algunos de los grandes **retos a los que buscamos dar respuesta**. Para ello, contamos con un equipo de cerca de 250 personas, investigadores e investigadoras de ámbitos de conocimiento diversos y complementarios, que trabajan junto con **empresas privadas y administraciones públicas** desarrollando **soluciones innovadoras** que sean **sostenibles y saludables** en diferentes campos de aplicación:

QUÉ ES AZTI



- En el mar buscamos:
 - conocer mejor cómo funcionan los ecosistemas marinos, el comportamiento del mar y la gestión ambiental de los mismos, con el fin de alcanzar un desarrollo sostenible desde una perspectiva integrada.
 - Conocer cómo afecta y afectará el cambio climático en el océano, la costa y en los recursos marinos, con el fin de definir estrategias de adaptación a dichos efectos, y establecer medidas de mitigación.
 - Asegurar la gestión sostenible de los recursos pesqueros y acuícolas, garantizando la sostenibilidad ambiental, económica y social de la actividad.
- En tierra trabajamos en:
 - Mejorar la competitividad y sostenibilidad (ambiental, económica y social) del sector alimentario.
 - Desarrollo de nuevos productos y procesos alimentarios innovadores, poniendo el foco en el consumidor y adecuándolos a sus necesidades, lo que pasa por la incidencia en la salud así como en la mejora de la calidad, seguridad, sostenibilidad, conservación y la eficiencia de los procesos.
 - Asegurar la integridad y fiabilidad de los alimentos aumentando la confianza de los consumidores



Txatxarramendi ugarte z/g
48395 Sukarrieta, Bizkaia

Herrera Kaia. Portualdea z/g
20110 Pasaia, Gipuzkoa

Astondo Bidea, Edificio 609
Parque Tecnológico de Bizkaia
48160 Derio, Bizkaia