



# **INCIDENCIA A TRAVÉS DE LOS MEDIOS**

**GDR COLOMBIA**

---

# LA SILLA RURAL:

Una alianza estratégica para la  
incidencia en la opinión pública

**<http://lasillallena.lasillavacia.com/la-silla-rural>**



- **La Silla Vacía (LSV):**

cuarto medio más consultado por los líderes de opinión del país, sólo por detrás de los portales de los medios tradicionales (EL TIEMPO, EL ESPECTADOR, SEMANA). LSV en redes sociales: Facebook (comunidad de 80 mil personas) y Twitter (@lasillavacia, 500 mil usuarios).

*(Fuente: Cifras y Conceptos)*

“referente de independencia y libertad informativa que narra los intereses que subyacen las grandes decisiones del país para comprender mejor el ejercicio del poder en Colombia”.

*(Fuente: La Silla Vacía)*



**LSV: innovación en internet  
más de 400,000 usuarios únicos mensuales**

---

- **LSV** ha dado vida a **La Silla Llena (LSL)**:

Una red intelectual que abre espacios a las voces más informadas, argumentadas y/o conocedoras de diversas temáticas con la idea de impulsar la generación de contenidos de alta calidad y espacios de debate y conversación inteligente entre los especialistas y los usuarios de internet.

*(Fuente: La Silla Vacía)*

**LSL: una conversación inteligente en red  
entre especialistas y usuarios de internet:**

**3,580 seguidores**



563'764  
en 2015



530'659  
205'889 (Plataforma  
vieja) + 324'770  
(Plataforma nueva)



1 millón  
META

**LSL: VISTAS UNICAS**

---

## LSR:

- Espacio de conversación permanente en torno al desarrollo rural.
- Fuente de ideas, propuestas, reflexiones, preguntas y respuestas.

**LSR: espacio virtual para la incidencia en el debate público y la toma de decisiones políticas sobre lo rural**



**360 seguidores**



## **GDR y LSV**

- El GDR reúne expertos que producen conocimiento y promueven una conversación valiosa para el sector rural colombiano.
- LSV desea difundir este conocimiento especializado entre una audiencia más amplia y, al mismo tiempo, generar un debate informado y calificado.
- El trabajo conjunto GDR-LSV ha permitido difundir información de una manera innovadora, con un lenguaje propio de internet y al mismo tiempo de calidad, gracias a la participación de los expertos.



# **UNA VERDADERA ALIANZA**

---

56 miembros



21 autores



54 publicaciones

60 miembros



21 autores



45 publicaciones

# LSR: Publicaciones 2015 - 2016





- Impactos de los TLC
- Sobre el Censo Agropecuario
- Posconflicto y territorios rurales – Acuerdos de Paz
- Agricultura Familiar
- Tierras y Seguridad Jurídica - Acceso y Restitución
- Ordenamiento territorial
- El debate sobre los subsidios directos vs. bienes públicos
- Cambio climático y sector agropecuario
- Sobre reforma institucional rural
- Seguridad alimentaria
- Pobreza rural y desigualdad – protección social
- Asuntos subsectoriales (ganadería, avicultura, papa, algodón)

**LSR: AMPLIO RANGO DE TEMÁTICAS SOBRE LO RURAL**

---

- “Sin títulos no hay paraíso” - 2,519 vistas
- “Biotecnológico, sumercé” - 2,219 vistas
- “Los arroceros aprenden a vivir en un mundo con menos agua” - 2,763 vistas
- “El rescate de las papas perdidas” - 2,772 vistas

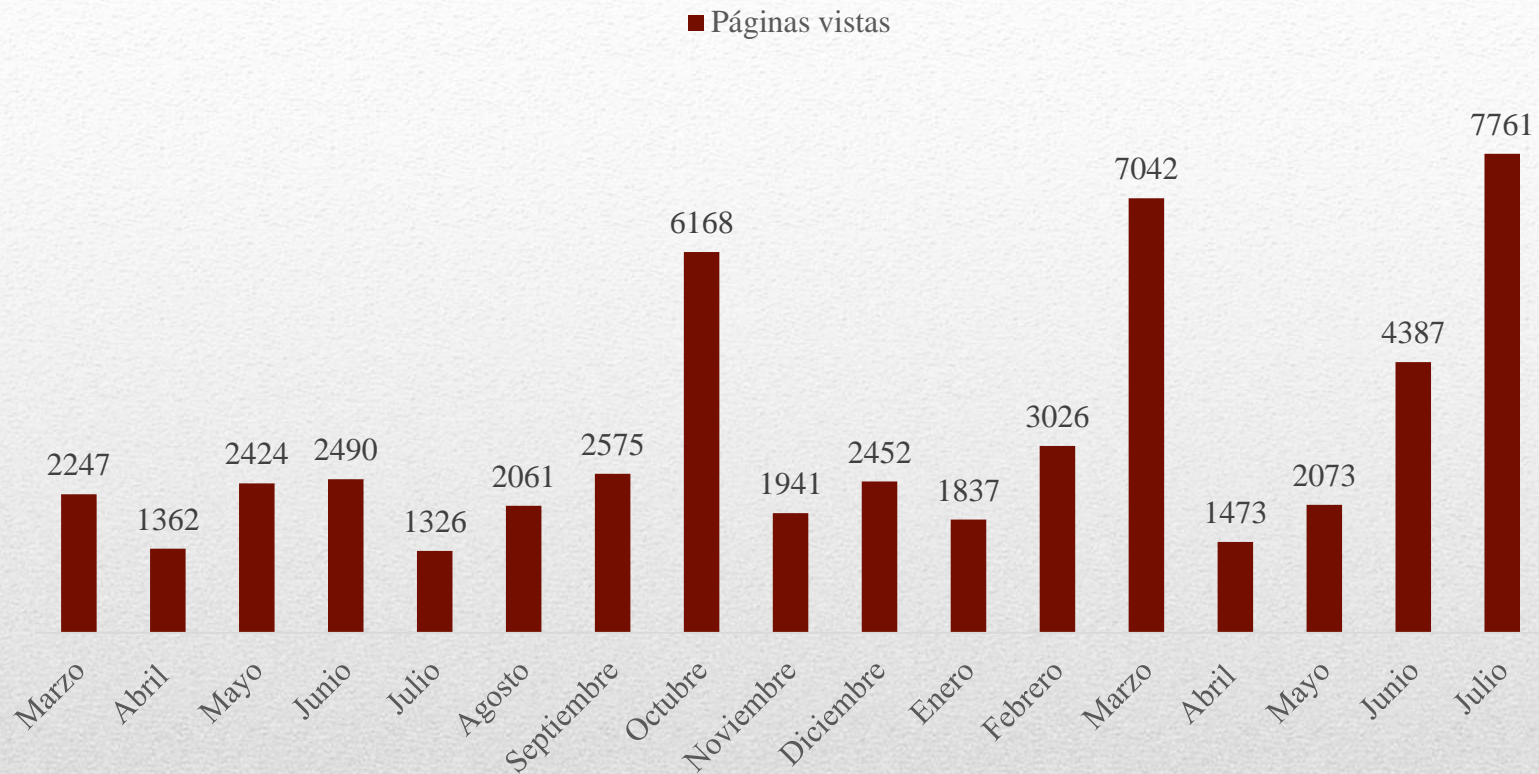
# Historias en Alianza



- “¿Cómo afecta el cambio climático al sector agropecuario?”
  - 286 reproducciones
- “Seguridad social en el agro”
  - 557 reproducciones
- El mal clima de la agricultura
  - 361 reproducciones
- La tierra en Colombia es una historia sin títulos
  - 925 reproducciones

# Podcasts





## DESAFIOS:

### 1. Más lectores. Más seguidores

---

- Mayor número de publicaciones → más vistas
- Lenguaje y estilo apropiado (para el internet y el tipo de usuarios)
- Expertos con representatividad/conocimiento regional
- Visiones desde los territorios
- Oportunidad

## **2. Más publicaciones**

---

- **LLEGADA A USUARIOS CLAVES:**

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Ministerio del Posconflicto

Departamento Nacional de Planeación

Departamento de la Prosperidad Social

Presidencia de la República

Federaciones de Gobernaciones y Municipios

Formadores de Opinión (Congresistas, Periodistas, Intelectuales)

ONGs y de la Sociedad Civil

Academia

## **3. Mercadeo inteligente**

---

- Integración de redes temáticas (LSL)
- Nuevas herramientas (talleres de coyuntura, videos cortos)
- Nuevas alianzas estratégicas para mayor llegada (Radio, TV)
- Nuevas tecnologías móviles
- Financiación

## **4. Innovación**

---