

Comarca de Jerez (Cádiz)

Campañas de información y publicidad

HACERSE OIR

MARTA DONAIRE BARROSO. Responsable de Comunicación del GDR Comarca de Jerez.



Las sesiones informativas con la población, las reuniones y visitas programadas para los medios, las campañas de publicidad o la gestión de una página web... son algunas de las iniciativas incluidas en la estrategia global de comunicación del Grupo Comarca de Jerez.

Desayuno informativo con los medios de comunicación de la comarca.

En la evaluación final de la primera edición del programa PRODER en la zona rural de Jerez (1994-1999) ya se detectó que la falta de información había llevado a muchos posibles promotores a no beneficiarse de estos fondos por desconocimiento y por un cierto “recelo” hacia la joven y nueva entidad que gestionaba el programa.

Para corregir esa carencia, en la segunda edición PRODER-A (2000-2006) se ha querido consolidar al propio Grupo de Desarrollo Rural (GDR) mediante acciones de promoción que facilitaran el conocimiento y el acceso de la población rural a las iniciativas de desarrollo y fomento que gestiona esta entidad. Así, desde el Grupo Comarca de Jerez, se optó por contratar a una licenciada en periodismo, para que pudiera estar, desde dentro, en el día a día del trabajo global de la Asociación, que fuera capaz de ir extrayendo la información que ésta genera y que desde un punto de vista profesional diseñara un plan de comunicación.

La estrategia de comunicación fomentada por el GDR Comarca de Jerez se ha desarrollado en dos fases: una primera más informativa y de difusión y una segunda de consolidación y muestra de resultados. Comenzó en enero de 2003, con un encuentro informativo y poste-

rior rueda de prensa, para la presentación —a la opinión pública, agentes socioeconómicos, socios y medios de comunicación— de un documento de síntesis con las líneas maestras del Plan Operativo, estrategia de desarrollo a seguir, información sobre cómo acceder a los fondos, etc. La gente debía sentir curiosidad sobre el programa para que cuando éste empezase a funcionar a pleno rendimiento ya existiera información sobre el mismo.

El Grupo ha conseguido una presencia frecuente en tertulias radiofónicas y programas de televisión locales

Por ello, también durante los primeros meses, se realizaron una serie de sesiones informativas en las distintas pedanías y barriadas rurales del territorio, en las que técnicos del GDR explicaron los contenidos y líneas de actuación del PRODER-A. Para la comunicación interna, se realizaron unas jornadas destinadas al propio personal del Grupo y a representantes de

las entidades integrantes de la Asociación, con el fin de darles a conocer la estrategia de desarrollo local y reflexionar juntos sobre su mejor aplicación en el territorio.

La presencia en los medios

Las acciones de comunicación se culminaron en la segunda fase (segundo semestre de 2003), reforzando la presencia mediática, y sobre todo publicitaria, del programa mediante labores informativas y contacto con los medios, así como a través de material promocional y campaña publicitaria. Dentro de las labores informativas, se elaboró un folleto para explicar qué eran la Asociación y el PRODER-A o los pasos necesarios para presentar un proyecto... Para reforzar la relación con los medios –en especial a nivel local, provincial y comarcal– no sólo se ha estado en permanente contacto con ellos, sino que incluso se han mantenido reuniones específicas con varios periodistas, a quienes se ha invitado a entrevistar a los cargos directivos y a conocer la sede de la entidad; además, se les ha informado de primera mano sobre la marcha del programa, proyectos destacados, eventos, etc. Como resultado de esta labor se ha conseguido una presencia frecuente en tertulias radiofónicas y programas de televisión locales para hablar del GDR, grabación de un reportaje para el programa “Agrosfera” de TVE 2, publicación de reportajes para distintas revistas y webs especializadas, etc.

La opción del publrreportaje pagado, o la fórmula mixta de publicación de contenidos como contrapartida por la inserción publicitaria en el medio correspondiente, se ha elegido sólo en casos estratégicos para estar presentes

Noticias al día

La página web www.jerezrural.com es una eficaz herramienta que posiciona a la Asociación en la red y resulta muy útil para colgar reportajes, noticias e informaciones. Precisamente, desde que se puso en marcha este Plan de Comunicación se decidió rediseñar la página, para dinamizarla y convertirla en una verdadera herramienta de comunicación actual y fluida. Así, se replanteó su manejo y diseño para dotarla de un gestor de contenidos potente que permitiese a la propia responsable de comunicación actualizarla a diario y convertirla en un punto de referencia donde buscar información de lo que sucede en el medio rural jerezano.



Presentación de un proyecto del Grupo de Desarrollo Comarca de Jerez a los medios.

en publicaciones de carácter especial, bien por su contenido, bien por su distribución. Por ejemplo, cada año aparecemos en el Especial Agrario provincial que, en forma de cuadernillo embuchado, editan los Diarios de Jerez y Cádiz, dado que esta presencia nos posiciona junto al elenco de entidades, instituciones, empresas etc. más relevantes en el ámbito del desarrollo agroindustrial y rural de nuestra provincia.

Campaña publicitaria

Uno de los elementos clave en el plan de comunicación, fue la realización de una campaña publicitaria en la que se insertaron anuncios en la emisora de televisión Onda Jerez, en las líneas de autobuses que cubren distintos trayectos de la comarca y en la prensa de la zona.

Además de las acciones desarrolladas en el plan de comunicación, el Grupo utiliza otras herramientas como la revista El Yaidín y la página www.jerezrural.com para dar a conocer su actividad. Respecto a la revista, entrará en una nueva etapa y pasará a ser un boletín informativo con más actualidad, menor número de páginas y periodicidad quincenal en lugar de trimestral.

Con estos u otros medios, es importante que los GDR planifiquen una línea de comunicación y sensibilización que les permita fijar el tempo y el ritmo de antemano, crear continuidad en el trabajo informativo hacia dentro y hacia fuera, implicar a toda la organización en el proceso y concienciarse de que la comunicación es un aspecto imprescindible a tener en cuenta en su quehacer diario. 🍷

■ Asociación para el Desarrollo Rural del Condado de Jerez

Tel.: 956 390 766

gerencia@jerezrural.com

<http://www.jerezrural.com>