





**Todas las acciones que vamos a presentar se enmarcan dentro de la Estrategia de Información y Publicidad de las acciones que se desarrollan dentro del PDR durante el año 2019.**

**Es una de las obligaciones incluidas dentro del propio Programa, que tiene como finalidad la transparencia y el conocimiento de la sociedad del destino de las inversiones y ayudas públicas.**



+ 598



# Informe de Comunicación

Junio de 2020

**“Entre lo Global y lo Local  
solo hay un paso.  
Se llama decisión”**



“La  
Comunicación,  
igual que la  
sociedad,  
está en  
permanente  
evolución”





**Vanesa  
Colomar.**  
Joven Ganadera

**“Esto no es un trabajo, es un modo de vida”**



**José Casas.**  
Semillas Vilas



**“El agricultor tiene que ver que siembra”**



**Marta Romero.**  
Hostelera. Arcusa

“Los pueblos pequeños también tiene potencial”



“Hay cosas que nunca cambian, yo sigo haciendo el pan como mi padre, con masa madre”

**Juan José Longares.**  
Industrial Panadero



Ricardo  
Foracadell.  
Empresa Forestal

“La población no es consciente de la importancia de los bosques micológicos”



Ruth  
Lázaró.  
Presidenta TAISI

“Lo importante en cualquier empresa, somos las personas”



# 2018

- \* La comarca como base de territorio
- \* Las historias del desarrollo rural como argumento
- \* Los datos como imagen objetiva de la realidad
- \* Presentación y difusión como estrategia



# 2019

- \* La importancia de las piezas informativas
- \* El género de los temas.
- \* Los Protagonistas
- \* Geoposicionamiento

609

## Las cifras de la comunicación



Tema	Objetivo anual 2019	2019 enero/diciembre	%
Entrevistas	48	49	8,05 %
Noticias	276	276	45,32 %
Reportajes	24	29	4,76 %
Agenda	180	183	30,05 %
Post	72	72	11,82 %
<b>Total</b>	<b>600</b>	<b>609</b>	<b>101,50 %</b>

Analizando las medidas y perfiles del Programa de Desarrollo Rural de Aragón.



# El género

8,9%  
Mujeres

8,2%  
Hombres

Durante el año 2019 hemos puesto especial interés en el género de las noticias. Dando visibilidad a la emprendedora rural, a sus proyectos, ilusiones y realidad.

## Acciones por Género

Concepto	Entrevis.	Noticias	Report.	Agenda	Post	Totales	% 2019	% 2018
Protagonistas Mujeres	13	11	3	11	16	54	8,9 %	6,3 %
Protagonistas Hombres	33	0	0	0	17	50	8,2 %	9,8 %
Sin género / Colectivas	3	265	26	172	39	505	82,9 %	83,9 %
<b>TOTALES</b>	<b>49</b>	<b>276</b>	<b>29</b>	<b>183</b>	<b>72</b>	<b>609</b>	<b>100,0 %</b>	

Datos 31 Diciembre 2019

# Protagonistas

Los Grupos de Acción Local han sido la principal fuente informativa, la multitud de proyectos respecto a las otras medidas hacen que de forma natural esto sea así. En ocasiones, el motivo es también la menor intensidad informativa de los otros grupos. Las tres elecciones (2 nacionales y una local y autonómica) han reducido la presencia institucional en el PDR.

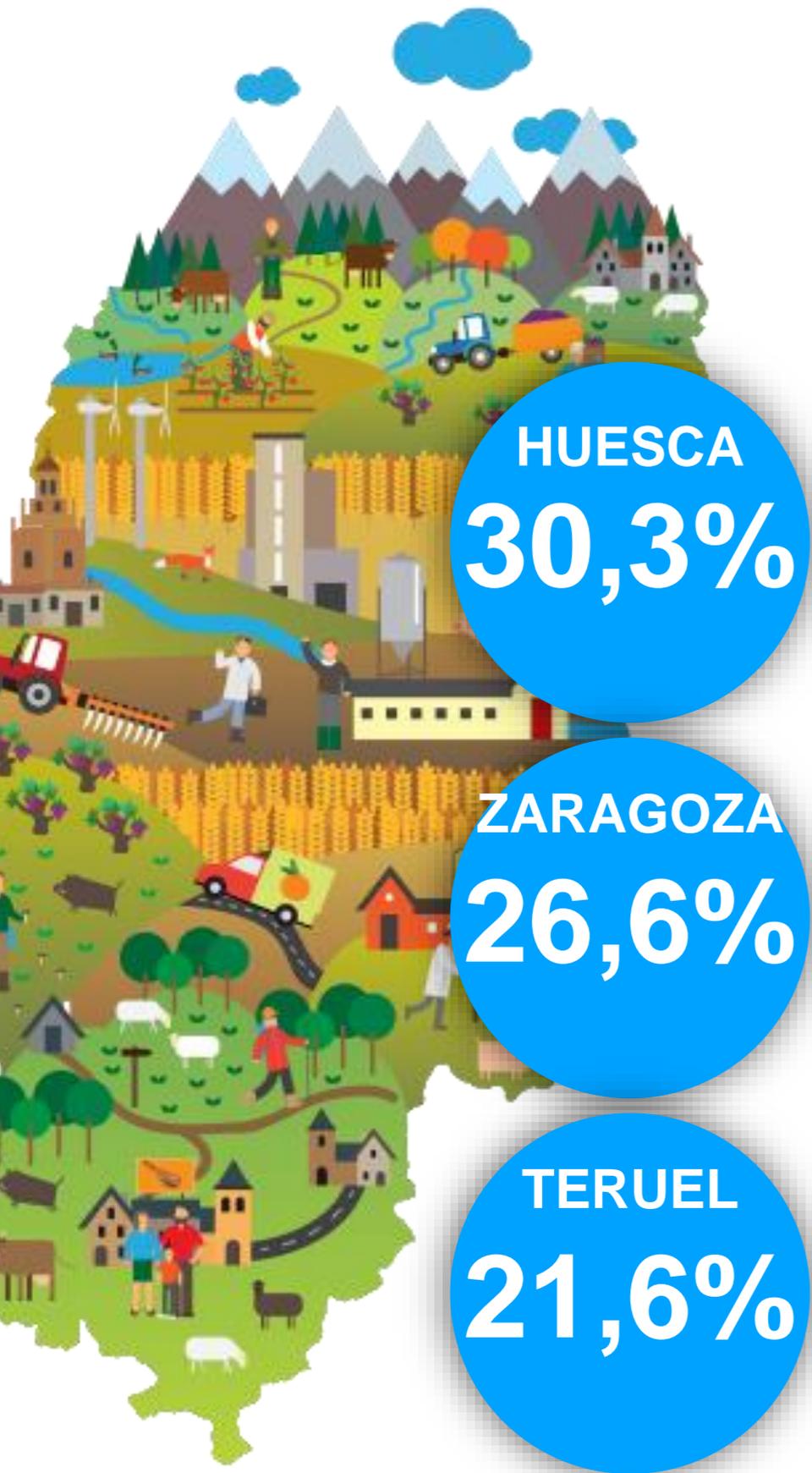
GAL  
58,6%

Autoridad  
Gestión  
25,4%

Resto  
Promotores  
15,9%

Acciones por Origen Temático

Concepto	Entrevis.	Noticias	Reportajes	Agenda	Post	Total	% 2019	% 2018
Grupos de Acción Local	26	136	13	147	35	357	58,62 %	43,99 %
Autoridad de Gestión	1	83	14	32	25	155	25,45 %	35,79 %
Promotores PDR	20	55	0	1	12	88	14,45 %	11,75 %
Otros	2	2	2	3	0	9	1,48 %	8,47 %
<b>TOTALES</b>	<b>49</b>	<b>276</b>	<b>29</b>	<b>183</b>	<b>72</b>	<b>609</b>	<b>100,00 %</b>	



**HUESCA**  
**30,3%**

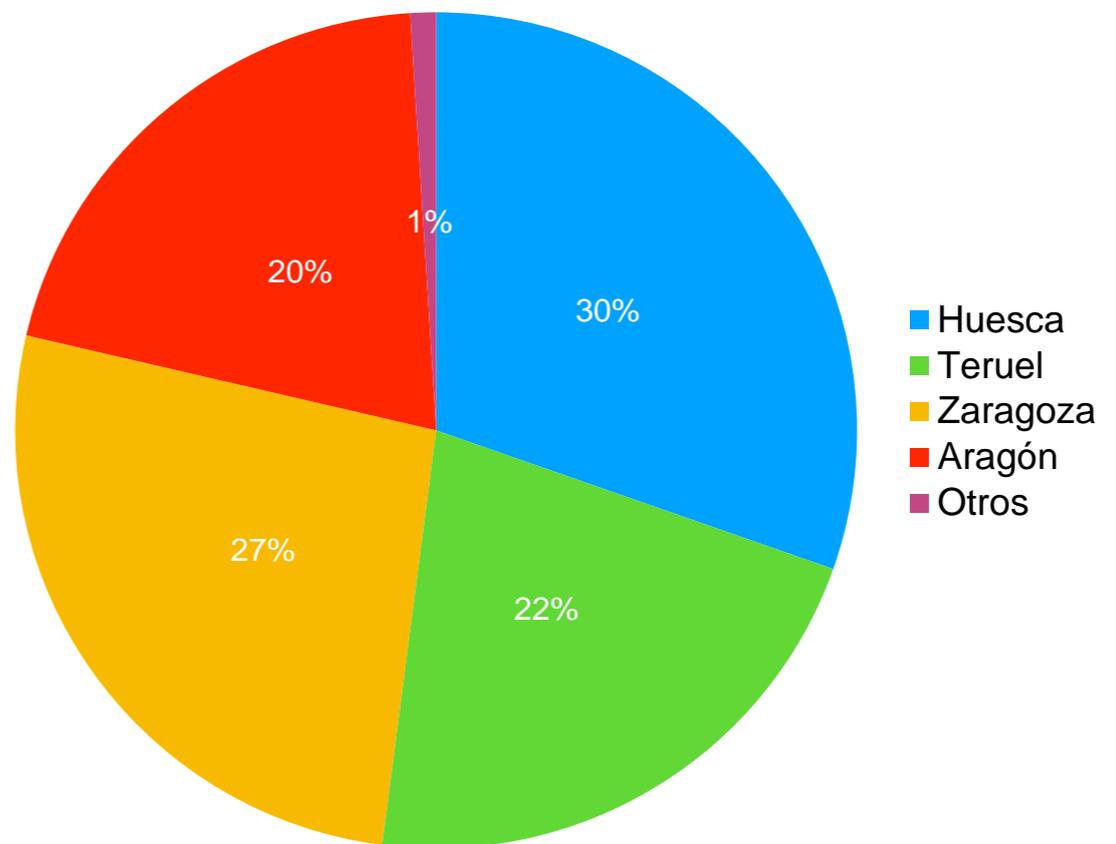
**ZARAGOZA**  
**26,6%**

**TERUEL**  
**21,6%**

# El territorio

EL EQUILIBRIO

Otro de los objetivos de la comunicación del PDR es el equilibrio territorial. Por sus dinámicas, es difícil conseguir la equidad total, pero porcentualmente a los proyectos desarrollados podemos hablar de cifras sostenibles.



# El territorio

EL LUGAR DE NUESTRAS  
HISTORIAS

La Comunicación Programa de Desarrollo Rural busca la capilaridad en el territorio. Por ello, rebasar las 300 poblaciones de las que se ha reseñado alguna de las piezas informativas, en un objetivo importante de cara a mostrar la diversidad en el emprendimiento rural.

Poblaciones  
con NOTICIAS

**+317**

43,36%  
del Total de los  
731 de Aragón

# Difusión

## LA RED DE DESARROLLO RURAL

SUSCRIPTORES  
BOLETIN

**5.502**

20%  
Total  
beneficiarios

WEB

**14.345**

USUARIOS  
ÚNICOS

La difusión a través de los medios propios es uno de los objetivos en los que hay que profundizar. En un mundo cada vez más digitalizado, el mundo rural no puede quedarse atrás en la reivindicación de su espacio informativo.



“El nuevo paradigma del mundo rural es lograr el equilibrio entre la velocidad de la sociedad y la de la naturaleza”

