



# Conecta con el Desarrollo Rural

## TALLER DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE DINAMIZACIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES

La Red Rural Nacional ha reunido a técnicos de los Grupos de Acción Local y Autoridades de Gestión con el **objetivo de reforzar sus conocimientos sobre comunicación**, a través de las **redes sociales**, para lograr con éxito la difusión del mensaje de desarrollo rural. Además, el taller ha servido para reflexionar sobre **cómo diseñar una estrategia de comunicación**.

### Herramientas de comunicación innovadoras

¿Cómo usar las distintas plataformas de redes sociales? Texto, vídeo, imagen o combinaciones de todas ellas, **cada herramienta tiene su propio lenguaje**. Escoger un **buen contenido**, publicar en el **momento preciso** y hacerlo en **formato adecuado** se convierten en pasos imprescindibles para una comunicación exitosa, según ha indicado Guadalupe Talavera de [Dialoga Consultores](#).

A pesar de las diferencias que caracterizan a cada una de las herramientas digitales disponibles, se ha mencionado que el factor común en los contenidos debe ser que los mismos sean **claros, sencillos, cercanos y atractivos**. Por su parte, las **imágenes** han de ser **actuales y de buena calidad**, así como los **vídeos** deben ser de **corta duración, emotivos y explicativos**.

### FICHA TÉCNICA DEL TALLER

#### Sensibilización sobre dinamización y gestión de redes sociales

- ♦ 4 de diciembre de 2018.
- ♦ Salón de actos Velázquez, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- ♦ Organizado por la S.G. de Dinamización Rural. DGDRIPF, MAPA a propuesta de la de la Junta de Andalucía, y de la REDR.
- ♦ Personal vinculado a la gestión LEADER.
- ♦ <http://www.redruralnacional.es/-/taller-de-sensibilizacion-sobre-dinamizacion-y-gestion-de-redes-sociales>
- ♦ **#RRSS #LEADER**



Además, Fernando Lucas, consultor de Dialoga Consultores, ha explicado las diferentes herramientas más utilizadas para desarrollar **tareas de gestión y análisis**:

TIPOLOGÍA DE HERRAMIENTAS	
GESTIÓN	ANÁLISIS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tweetdeck (Twitter)</li> <li>• Hootsuite (Twitter, Facebook e Instagram)</li> <li>• Plataforma propia de cada red</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter Analytics</li> <li>• Estadísticas de Facebook</li> <li>• Google Analytics (Youtube)</li> <li>• Likealyzer (Facebook)</li> <li>• Netvizz (Facebook)</li> <li>• Metricool</li> </ul>

## Nuevas ideas e inspiración

[Adecobel](#), un Grupo de Acción Local del Campo de Belchite (Zaragoza) ha sido expuesto como caso ejemplar de comunicación rural. El Grupo ha compartido cómo siguiendo una estrategia de comunicación **basada en las emociones** se puede llegar a más público, desarrollar una labor de sensibilización y, como resultado, crear territorio.



“Preferimos usar un lenguaje **directo, coloquial y cercano** y que nuestros mensajes se caractericen por ser alegres y poseer un toque humorístico”, ha expresado Elisabeth, técnico de Adecobel.

El Plan de comunicación de Adecobel se enmarca en cuatro **elementos clave**, que son:

- **Emisor -GAL-**: ¿se entiende lo que se hace?, ¿qué imagen se proyecta en el territorio?
- **Receptor -territorio rural-**: ¿sienten identidad con la idea de territorio en la que se trabaja?
- **Canal - redes sociales-**: existe una saturación de información y ésta tiene una vida útil determinada.
- **Mensaje**: ¿qué se cuenta y cómo?

## Construyendo comunicación: pautas básicas

El último bloque del taller ha versado sobre **cómo desarrollar un plan de comunicación**. Guiado por Diego Pontones, responsable de comunicación de la [Red Española de Desarrollo Rural](#), los asistentes han realizado un ejercicio para afianzar estas **pautas a tener en cuenta**, que son:

- Marcarse **objetivos** claros: qué queremos conseguir.
- Descubrir a nuestro **público**: quiénes son, dónde están.
- **Definir nuestro mensaje**: qué comunicamos y cómo.
- **Creación de redes**: a quién seguir.
- **Adaptar nuestro mensaje** al público y el soporte.

- Fidelización y compromiso con audiencia (engagement).
- Elegir nuestros perfiles.
- Establecer un cronograma de publicaciones;
- Integración de otros aspectos de la comunicación/sinergias.
- Web, notas de prensa, relación con medios.
- Llevar a la práctica el plan: contratación o autogestión.
- Medir resultados para perfilar mejor nuestro Plan.



## Futuros pasos

El taller ha servido como espacio para discutir entre los y las asistentes ideas a integrar en sus estrategias de comunicación, permitiéndoles con ello reforzar acciones futuras en este sentido. Además, se ha mencionado la pertinencia de la celebración de talleres en torno a esta temática y la necesidad de profundizar en cada una de las redes sociales más útiles e innovadoras disponibles.

La Red Rural Nacional trabaja para impulsar la comunicación en el ámbito rural y así lo refleja en actuaciones como las de este taller, celebrado el 4 de diciembre de 2018.