

Estudi sobre les polítiques de comunicació dels agents actius del món rural



Financiat per: La Fundació del Món Rural
Encarregat per: l'Incom
Realitzat per: Assumpció Huertas



1. Plantejament de l'estudi

Conèixer les necessitats i limitacions amb que es troben actualment els agents actius del món rural en les seves funcions comunicatives.



2. Metodologia

- Marc teòric. Cerca d'estudis anteriors.
- Estudi quantitatiu.
 - Univers: **1.769 agents rurals.**
 - Mostra: **207 qüestionaris contestats.**
- Estudi qualitatiu. **21 Entrevistes:**
 - 15 agents rurals.
 - 6 periodistes.



3. Conclusions

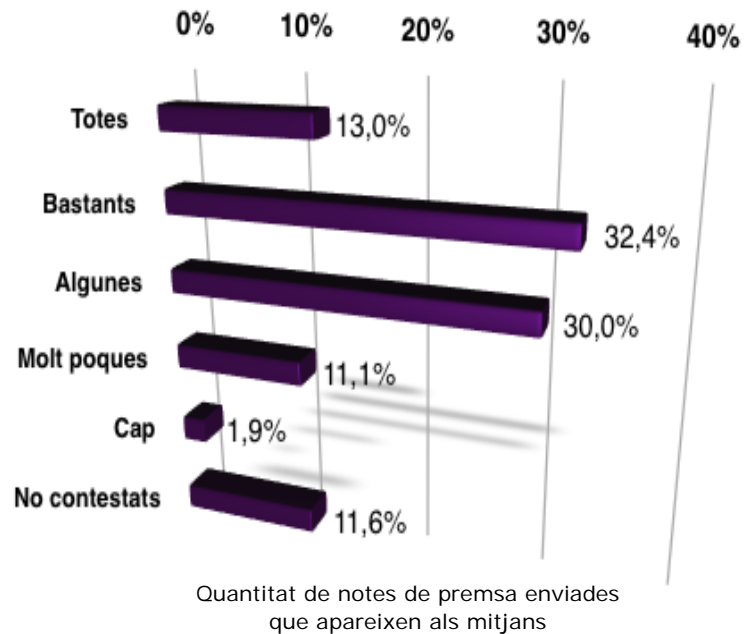
Les conclusions d'aquest estudi s'estructuren en dos grans apartats que són:

- L'anàlisi de la situació comunicativa del món rural.
- L'explicació de les causes que comporten aquesta situació segons els agents rurals i els periodistes.



3. Conclusions

- Anàlisi de la situació comunicativa:

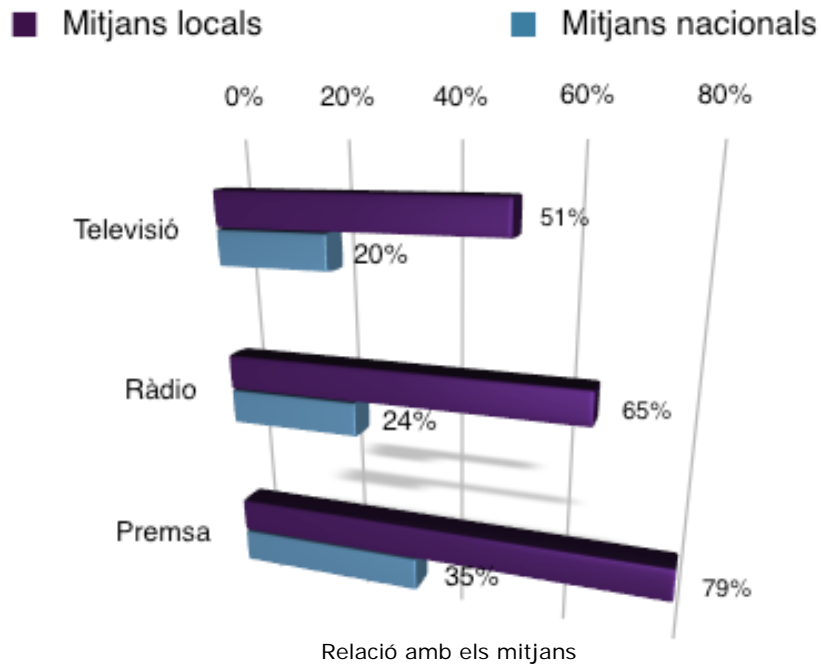


- El desconeixement del concepte món rural. (S’observa en la fase inicial de l’estudi)
- No tots els comunicats de premsa dels agents rurals apareixen als mitjans de comunicació.



3. Conclusions

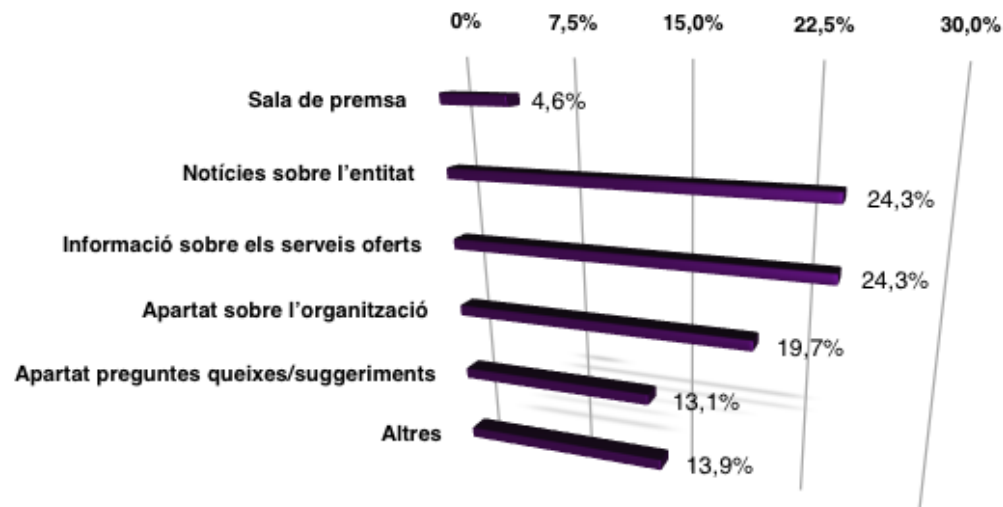
- Anàlisi de la situació comunicativa:



- La majoria de notícies rurals que apareixen als mitjans són negatives (Opinió del 44.1% dels enquestats).
- Els agents del món rural es relacionen i informen més als mitjans d'àmbit locals que als nacionals.



3. Conclusions

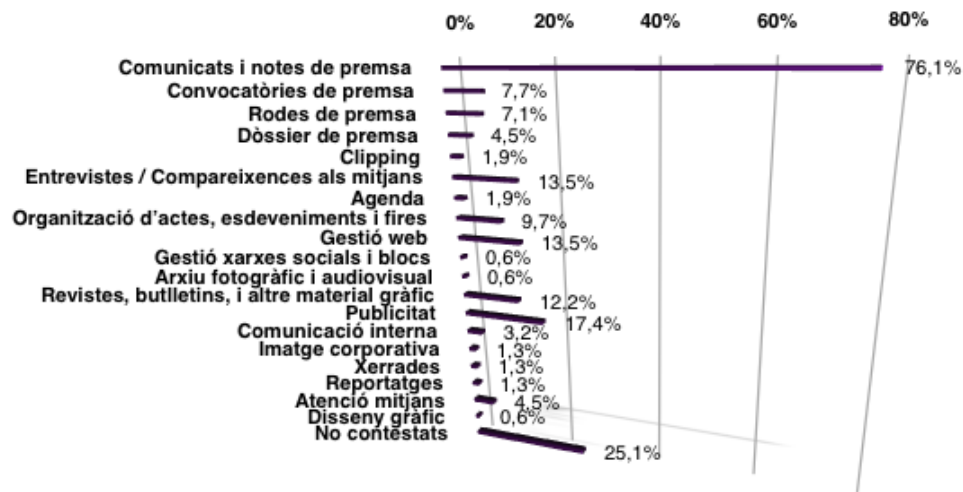


Apartats que contenen les pàgines web analitzades (%)

- Les pàgines web de les entitats rurals realitzen una important funció informativa, però desaprofiten certs recursos comunicatius per subministrar informació als periodistes i els mitjans, com les sales de premsa.



3. Conclusions

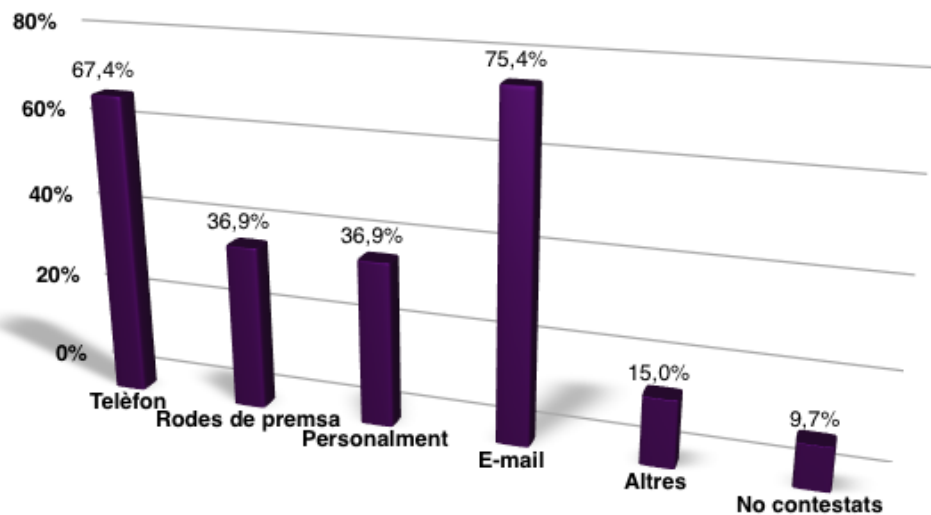


- Les accions comunicatives que porten a terme els agents del món rural són principalment la redacció de comunicats de premsa i la gestió de la web.

Tasques comunicatives que realitzen (%)



3. Conclusions



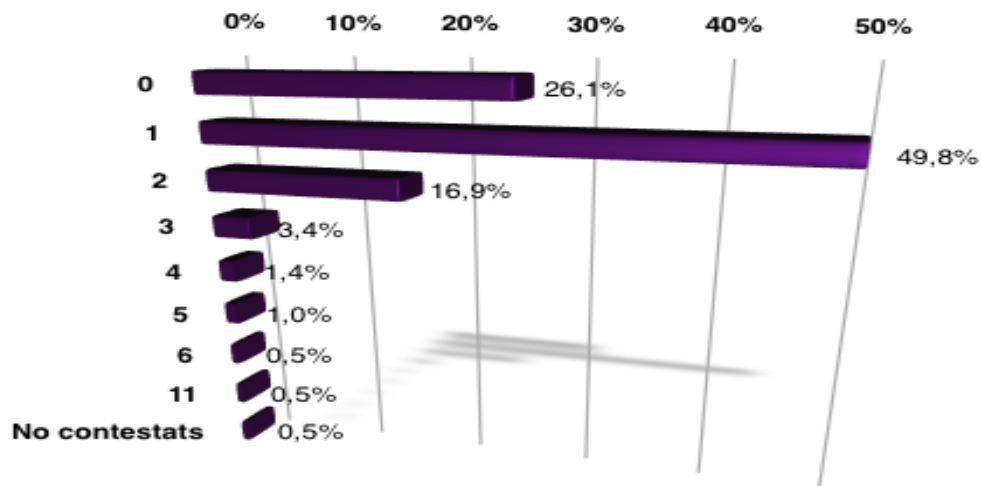
Tipus de contacte establert amb els periodistes (%)

- La relació establerta entre els agents comunicadors del món rural i els periodistes és correcta i personalitzada pel que fa als mitjans locals, però més llunyana respecte als mitjans nacionals.



3. Conclusions

- Causes que comporten i expliquen aquesta situació comunicativa:



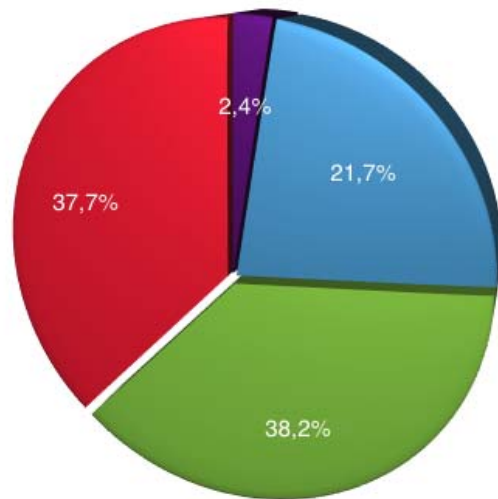
- Existència d'insuficients gabinets de comunicació entre les entitats del món rural.
- Les entitats rurals disposen de pocs professionals de la comunicació.

Nombre de professionals dedicats a les tasques comunicatives (%)



3. Conclusions

- Causes que comporten i expliquen aquesta situació comunicativa:



● Jornada completa ● Parcial ● Esporàdica ● No contestats

Dedicació a les tasques comunicatives

- La dedicació a les tasques comunicatives d'aquests escassos professionals és parcial u ocasional.
- Manca de visió estratègica en el tractament de les informacions, així com de professionalitat en la redacció i difusió dels comunicats.



3. Conclusions

- Causes que comporten i expliquen aquesta situació comunicativa:
 - Es demostra que el nombre de professionals qualificats en comunicació és un factor clau per a la realització d'accions comunicatives i generació de notícies.



Grups entitats	Nombre de professionals								
	0	1	2	3	4	5	6	11	Total
Administració Pública	13	34	8	2	0	0	0	0	57
Agrari	26	30	7	2	1	0	0	0	66
Organitzacions no lucratives	5	12	9	0	1	0	0	0	27
Turisme	5	18	4	1	1	0	0	0	30
Social i cultural	5	9	7	2	1	0	1	1	26
Total	54	103	35	7	3	2	1	1	206

Grups entitats	Relació amb els mitjans		
	Si	No	Total
Administració Pública	48	8	56
Agrari	42	24	66
Organitzacions no lucratives	25	2	27
Turisme	29	1	30
Social Cultural	22	5	27
Total	166	40	206

Grups entitats	La seva entitat genera notícies interessants?		
	Si	No	Total
Administració Pública	53	3	56
Agrari	53	12	65
Organitzacions no lucratives	25	1	26
Turisme	28	1	29
Social Cultural	24	3	27
Total	183	20	203

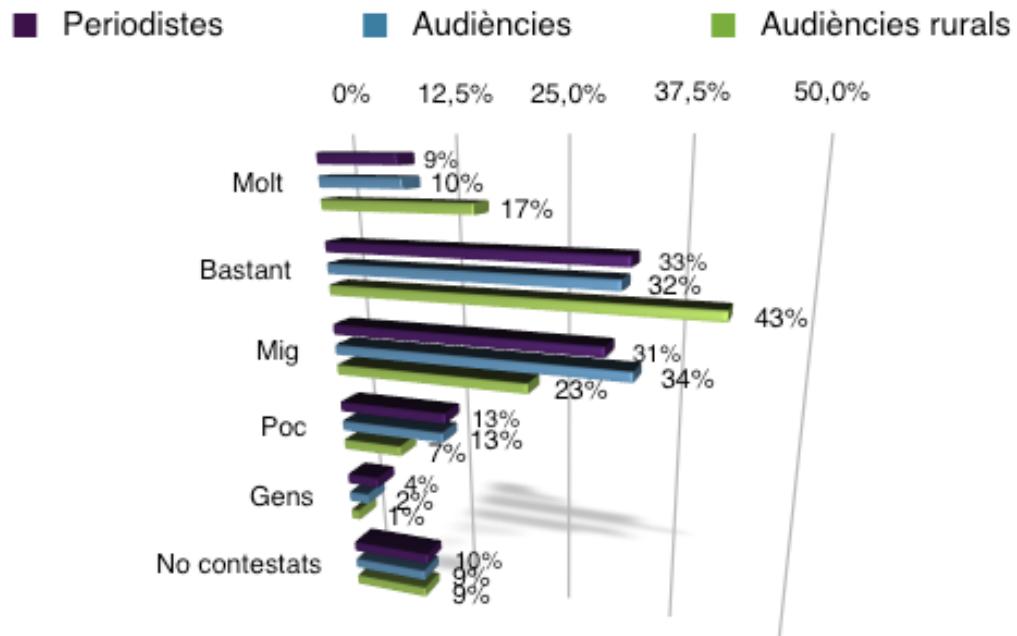


3. Conclusions

- Les notícies rurals solen tenir un interès local a causa de l'àmbit i l'abast de les informacions. Per tant, acaben comunicant-se tan sols a través dels mitjans locals de comunicació. (De les entrevistes en profunditat)
- En ocasions, les temàtiques rurals són molt específiques i calen informacions prèvies i introductòries perquè la societat en general entengui i s'interessi per certs temes del sector. (De les entrevistes en profunditat)



3. Conclusions



- No sempre els temes rurals resulten interessants per als periodistes i les audiències en general.

Interessants les notícies que es generen?



3. Conclusions

- Els mitjans de comunicació s'interessen en major percentatge per les temàtiques conflictives, problemàtiques o curioses. (De les entrevistes en profunditat).
- La distància allunya les notícies rurals dels mitjans de comunicació. (De les entrevistes en profunditat).



4. Propostes i recomanacions

Per als agents del món rural. Segons els investigadors i els propis agents cal:

- Més professionals amb formació en comunicació. Cal promoure més formació per als agents que realitzen les tasques comunicatives.
- Dedidació laboral completa d'aquests professionals a les tasques comunicatives.
- Foment dels temes rurals positius, que trenquin els estereotips.
- Accions conjuntes: centralització en la gestió de comunicats.



4. Propostes i recomanacions

Segons els investigadors cal:

- Fer més estudis, trobar notícies i aprofundir en temàtiques del sector.
- Millorar les webs i utilitzar els espais per comunicar-se amb els periodistes.
- Creació d'un bloc o d'un facebook del món rural.



4. Propostes i recomanacions

Segons els investigadors cal:

- Ser estratègics comunicativament:
 - Definició de què és notícia
 - Selecció de mitjans
 - Enfocament de la notícia
 - Redacció
 - Procés d'enviament



4. Propostes i recomanacions

Per a les institucions i la societat en general. Segons els entrevistats i els investigadors cal:

- Sensibilització de la societat en general cap als temes rurals.
- Revaloritzar el món rural i fer pedagogia.
- Buscar formes d'apropament entre el món rural i els mitjans de comunicació i la societat en general.



Moltes gràcies!

