



SMARTMOBS: MULTITUDES INTELIGENTES DEFENDIENDO EL RURAL

JUSTIFICACION.

El medio rural rara vez es protagonista en los medios de comunicación. Hay un déficit de comunicación. No se dedica demasiado espacio a hablar de las zonas rurales y cómo éstas se han convertido en espacios para la inversión, en encuentros con el medio ambiente, con la gastronomía tradicional, con el turismo rural de calidad, con las alternativas de ocio diferente, etc.

Sin embargo los medios de comunicación son elementos claves para romper estereotipos tradicionales que afectan al medio rural, e indispensables para consolidar identidades territoriales y culturales; son factor de cohesión, refuerzan la participación de la población y sensibilizan en el medioambiente.

SOCIOS.

1. GAL del Oriente de Asturias. Asturias.
2. Sierra de la Demanda, AGALSA. Burgos – Castilla y León.
3. ADRI Valladolid Norte. Valladolid - Castilla y León.
4. Asociación Poeda. Paramo, Órbigo, Esla Desarrollo Asociado. POEDA. León – Castilla y León.
5. Asociación Grupo de Acción Local, TORGUVI. Zamora - Castilla y León
6. La Asociación para el Desarrollo Rural y Económico de las Comarcas del Campo Charro, Alba de Tormes y Guijuelo, ADRECAG. Salamanca – Castilla y León.
7. Asociación para el Desarrollo Rural Endógeno del Territorio Nordeste de Salamanca. Salamanca – Castilla y León.
8. Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Local de la Comarca de Santa María la Real de Nieva AIDESCO Campiña Segoviana. Segovia – Castilla y León.
9. Asociación para el Desarrollo de la Zona Oeste de Salamanca, ADEZOS. Salamanca – Castilla y León.
10. Asociación para el Desarrollo Integral de las Mancomunidades de la Comarca de

- los Valles de Benavente, MACOVALL 2000. Zamora – Castilla y León.
11. Asociación para el Desarrollo Rural, CAMPODER. Murcia.
 12. Asociación para el Desarrollo Rural RUTA DEL MUDÉJAR. Valladolid – Castilla y León.

CC.AA.

Asturias, Castilla y León y Murcia

OBJETIVOS PROYECTO.

Objetivo General

- Trasladar a la sociedad la verdadera imagen del medio rural.

Objetivos específicos

- Establecer canales informativos entre el medio rural y el medio urbano: un espacio de comunicación MULTIMEDIA interactivo, abierto a toda la sociedad, y hecho por los habitantes del medio rural.
- Conseguir un branding, una marca territorial de calidad.
- Promoción de LEADER y el medio rural a través de las nuevas tecnologías.
- Fomentar estructuras asociativas entre los más jóvenes.
- Trabajar en sensibilización social y en formación en NNTTs de la información y la comunicación.

ACCIONES COMUNES.

- Preparación de candidatura. Contenido de los convenios (proyecto, convenio, tramitación de la documentación de cada socio, adaptación a la necesidad de cada CC.AA).
- Coordinación. Función GAL coordinador.
- Promoción y difusión del proyecto. Logotipo, folleto, etc.
- Página web y RR.SS
- Creación de la imagen de marca común del proyecto identificativa.
- Diseño de la campaña de promoción:
 - Metodologías
 - Fuentes
 - Público objeto
 - Canales
 - Bases de datos de medios
 - Etc...
- Formación de los activos sociales de cada comarca detectados y formados con acciones individuales.
- Aplicación de la campaña promocional, coordinación de agentes, GALs y territorios.

- Material promocional del proyecto.
- Participación agrupada en algún evento o incluso organización del mismo.
- Seminario final.
- Evaluación final del proyecto de cooperación.

ACCIONES INDIVIDUALES.

- Plan de animación local, trabajo de sensibilización detección de agentes activos, para su implicación, coordinación y capacitación.
- Puesta en marcha de un proceso comarcal que complemente el proceso nacional de campaña promocional.
- Acciones propias promocionales
- Material promocional individual.

