



Este documento anexo pretende presentar brevemente los materiales, los canales y algunas de las acciones comunicativas que se diseñaron para la difusión del proyecto *Fem Garrotxa*. Desde un inicio se entendió el aspecto comunicativo como un pilar fundamental para conseguir el impacto deseado, el entendimiento del proceso, la participación o la confianza en un proyecto pionero nunca antes vivido para la comunidad.

Materiales de difusión del Fem Garrotxa

Identidad gráfica y conceptual:

Se diseñó una imagen gráfica identitaria y un estilo gráfico (colores, tipografía y disposición) de manera participativa con las personas que configuraban el proyecto desde sus inicios. Se escogió el nombre *Fem Garrotxa*, ‘Hagamos Garrotxa’ en castellano y el eslogan ‘Sí somos Garrotxa, hagamos Garrotxa’, todas ellas son expresiones muy comunes y utilizadas en la región.

Esta identidad se presentó al inicio del proceso participativo y se sigue utilizando.



Logo “Fem Garrotxa” con slogan incorporado y traducido a los idiomas más hablados en la zona.



Grafismo creado para los Objetivos de Desarrollo de La Garrotxa.

MATERIAL AUDIOVISUAL:

El audiovisual es un elemento indispensable para la comunicación en la actualidad, y así fue para los inicios de la fase de proceso participativo *Fem Garrotxa*. Necesitábamos explicar el proyecto y hacer llamadas a la participación, el lenguaje audiovisual fue un gran aliado: creamos 3 vídeos explicativos del proceso y unos 10 vídeos cortos motivacionales para las redes sociales.

Vídeo de presentación: [▶ FEM GARROTXA 2021](#)

Vídeo explicativo del proceso participativo: [▶ QUÈ ÉS EL FEM GARROTXA?](#)

Vídeo explicativo sobre como participar: [▶ COM PARTICIPAR AL FEM GARROTXA?](#)

MATERIAL FOTOGRAFICO:

Se documentaron todas las sesiones participativas y reuniones presenciales del Fem Garrotxa a través de fotografías, se utilizó como material de difusión y transparencia..

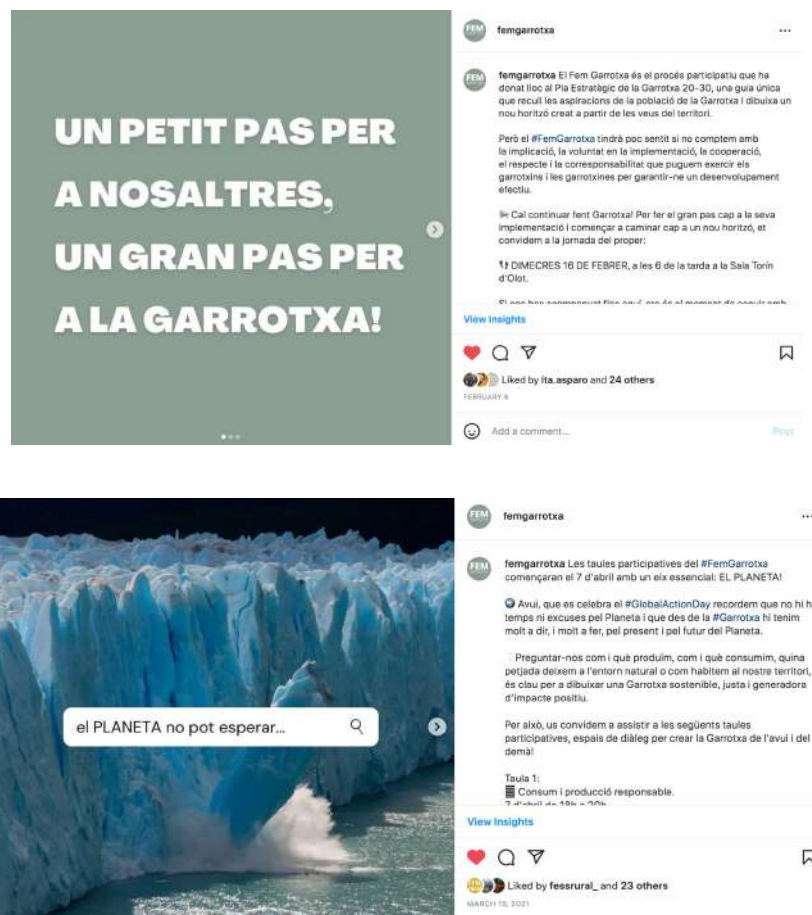
Galería de imágenes: www.femgarrotxa.cat/fotos

CARTELERÍA Y APLICACIONES GRÁFICAS:

Siguiendo el estilo identitario se diseñaron carteles para anunciar las actividades y plantillas para una gran variedad de publicaciones en redes sociales.



Ejemplo de cartelería creada para la difusión de jornadas participativas.



Dos ejemplos de imagen gráfica creada especialmente para la difusión en redes sociales.

La comunicación no digital también fue clave para llegar a los públicos deseados, así se diseñaron carteles, anuncios en prensa o *flyers* para llegar a los puntos físicos más relevantes de la zona, se detallan estas acciones en el apartado de comunicación convencional.

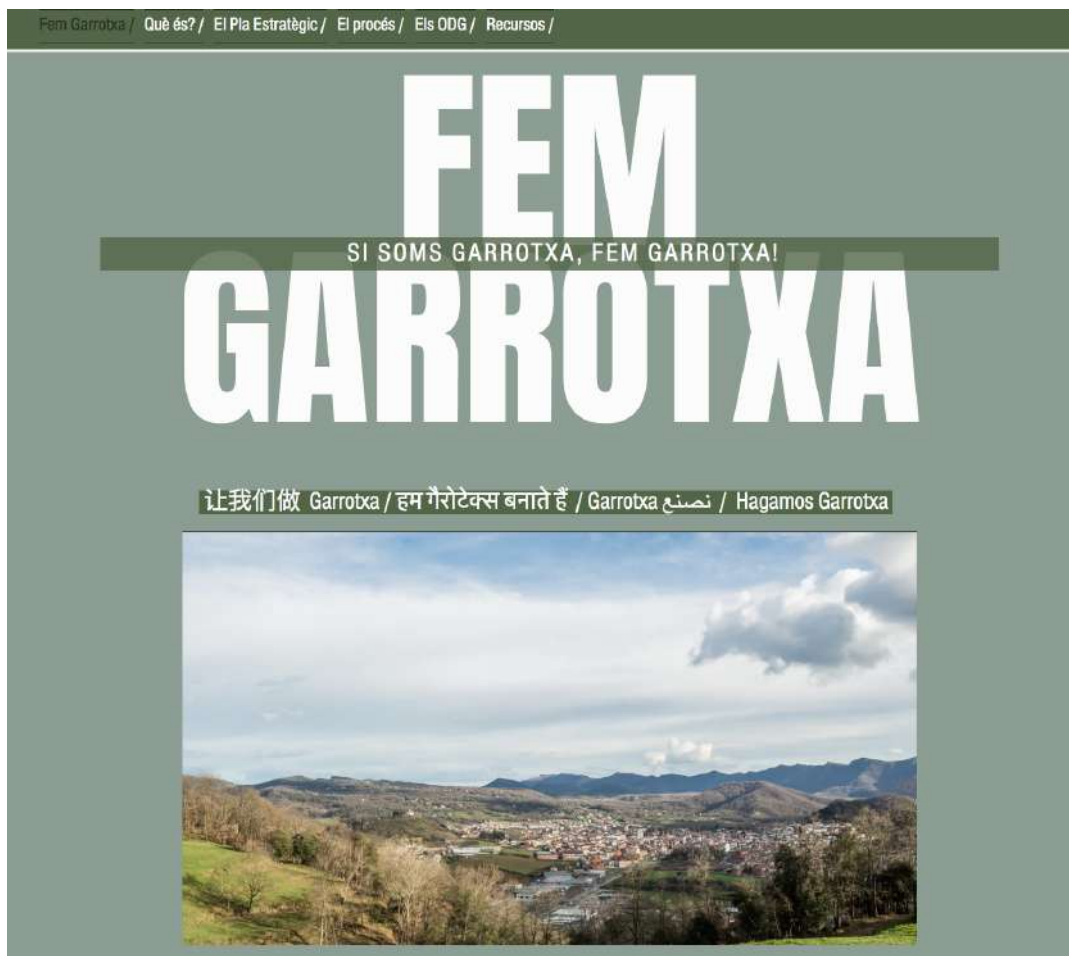


Comunicación digital

WEB

Enlace: www.femgarrotxa.cat

Un espacio virtual actualizado desde el inicio del proceso donde se puede encontrar toda la información relacionada con el Fem Garrotxa. Destacamos que en la web recogemos todas las mesas participativas que fueron grabadas y colgadas en el canal de Youtube. La web no se utiliza como un espacio de publicación de noticias y actualidad porque se determinaron las redes sociales para tal fin, por esta misma razón hay hipervínculos en distintos espacios de la web que invitan a visitar las redes sociales.



Visualización de la Home de la página web www.femgarrotxa.cat



YOUTUBE

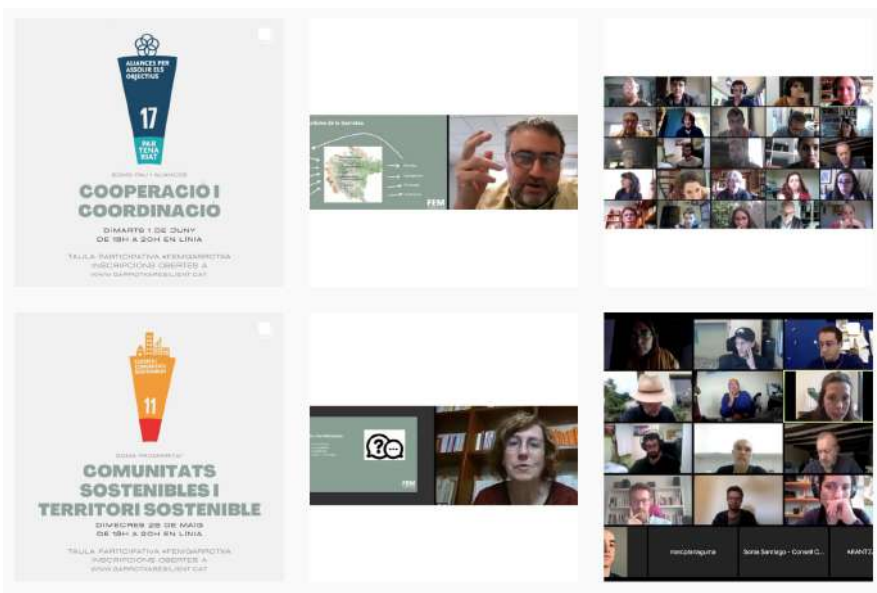
Enlace: <https://www.youtube.com/channel/UC0indjc0IHAB0JwoAK5Dtq>

Parte del proceso participativo del Fem Garrotxa tuvo lugar durante la pandemia de COVID-19 y algunas de las acciones como las mesas participativas se realizaron en un formato digital, a través de la plataforma zoom. Entendimos la situación como una oportunidad de grabar las mesas, publicarlas y así todas las personas interesadas tienen acceso a ellas cuando quieran.

Las mesas se encuentran recogidas en el canal de Youtube del Fem Garrotxa, se promocionaron a través de las redes sociales con breves vídeos que invitaban a ver las sesiones (con una mediana de 300 visiones) y a participar en ellas, ya que durante un tiempo hubo un espacio de participación abierto (Mural interactivo y participativo al que se podía acceder desde el espacio de recursos y participación de la web www.femgarrotxa.cat).

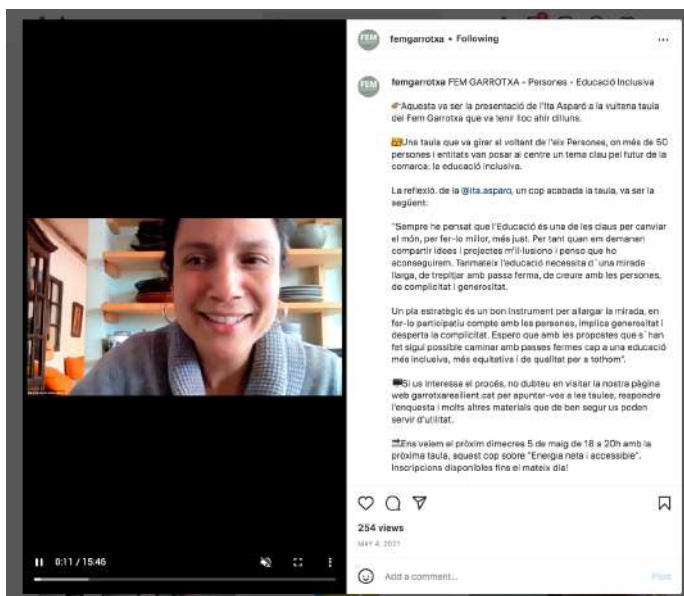


Visualización de los videos en el canal de Youtube Fem Garrotxa.



Ejemplo de visualización de los videos en el Instagram Fem Garrotxa.

ANEXO 1: Materiales de Comunicación



Ejemplo de vídeo resumen de una mesa participativa publicado en el Instagram Fem Garrotxa.

CORREO ELECTRÓNICO

Se puso a la disposición el correo electrónico info@femgarrotxa.cat para vehicular todas las comunicaciones oficiales así como para que la población pudiera contactar con la organización del proceso.

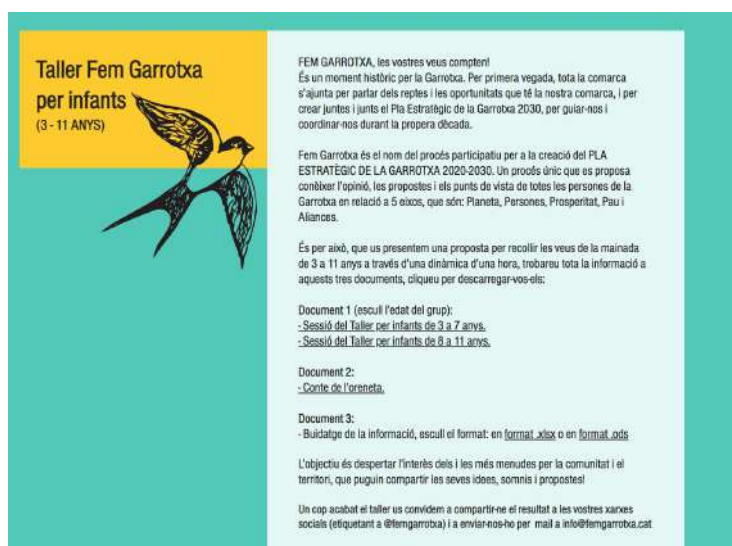


CENTRO DE RECURSOS Y PARTICIPACIÓN VIRTUAL

En la web www.femgarrotxa.cat se creó un espacio de recursos y participación virtual que se actualiza siempre que hay un nuevo recurso a disposición o si hay un espacio participativo abierto. Un ejemplo fué la participación a través de la herramienta MURAL durante las mesas participativas.



Visualización del espacio de recursos web y ejemplo de Mural creado de manera participativa y asincrónica.



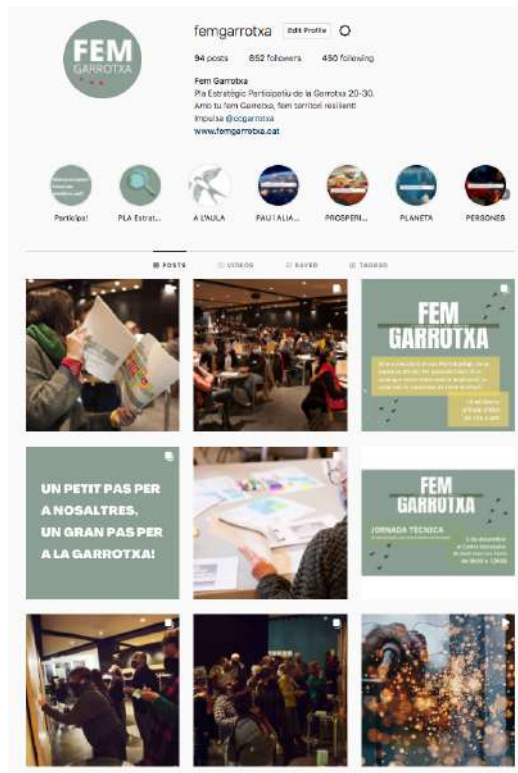
Visualización de uno de los recursos descargables en formato libre a través de la web, en este caso dirigido a escuelas.

Comunicación en redes sociales

Desde un inicio se creó un Plan de Redes para el Fem Garrotxa que aún hoy en día está en activo y evolucionando, una guía que contenía los objetivos, los públicos y los canales para difundir el Fem Garrotxa. Siguiendo el Plan de Redes se crearon perfiles para las redes sociales Instagram, Twitter y Facebook y se promocionó el hashtag #FemGarrotxa.

INSTAGRAM

Enlace: <https://www.instagram.com/femgarrotxa/>



La red social Instagram ha sido el centro de comunicación para el Fem Garrotxa, un espacio donde el contenido visual y audiovisual se puede combinar a la perfección con el contenido textual más denso que requiere un proyecto como este. Esta red nos ha permitido compartir los contenidos que se crearon de una manera muy inclusiva y entendible, nos permitió convocar a la gente de forma estimulante a través de cortos audiovisuales, además es un directorio donde aún hoy en día consultar todo este material. Se duplicó el material publicado en Instagram para la red Facebook.

A nivel cuantitativo se cuenta con 852 followers y un centenar de publicaciones propias.

Perfil de Instagram de Fem Garrotxa

TWITTER

Enlace: <https://twitter.com/FemGarrotxa>

La red social Twitter es un canal importante para el *Fem Garrotxa*, por su idiosincrasia, Twitter acoge comentarios de personas e instituciones a nivel de opinión pública y política, así pues, intervenimos en esta red para crear debate y generar vínculos entre personas que opinaban sobre un mismo reto y las dirigimos a los espacios participativos del proceso. Además se utiliza twitter para promover el contenido de otras entidades o personas directamente relacionados con el proyecto a través del retweet, así mismo se difunden las noticias publicadas por los medios de comunicación locales en relación al Fem Garrotxa.



Perfil de Twitter de Fem Garrotxa.

A nivel cuantitativo se cuenta con 253 followers, 250 tweets publicados (tweets y retweets a Mayo de 2022) y con una mediana de 200 impresiones por tweet propio.



Ejemplo de las estadísticas conseguidas con un tweet de Fem Garrotxa.



WHATSAPP

No podemos olvidar la importancia de Whatsapp, una red social de carácter personal que nos ha permitido crear una red de comunicación directa y con un gran impacto ya que toda la comunicación recibida en un dispositivo personal genera confianza y motivación, dos objetivos importantes para este proyecto. Se enviaron más de 40 mensajes a lo largo del proceso participativo *Fem Garrotxa* y se siguen enviando cuando hay una comunicación importante a compartir.



Ejemplo de imagen y mensaje enviado a través de los grupos de difusión y personas individuales vía Whatsapp.



Medios de comunicación

PRENSA

En la Garrotxa existen cinco medios de comunicación comarcales: Ràdio Olot, Olot Televisió, La Comarca y los digitales El Garrotxí y Nació Garrotxa. También existen una gran variedad de revistas y radios municipales. Todos estos proyectos de comunicación son muy importantes para la difusión del Fem Garrotxa, los utilizamos como canales para la explicación del proyecto, la invitación a la participación o el compartir los resultados, entre otros. A nivel de relato fueron las personas de los mismos municipios quienes dieron su voz para explicar el proceso. Destacamos algunos de los reportajes y entrevistas en *Olot Televisió*:

▶ *Fem Garrotxa, fem territori resilient*

▶ *Comissió de Seguiment i Avaluació de Fem Garrotxa*

-> <https://olottv.alacarta.cat/la-finestra/capitol/el-fem-garrotxa-avanca>

Los medios de comunicación generalista de la provincia de Girona también publicaron noticias relacionadas con el proceso. El Fem Garrotxa consiguió durante el año 2020 y 2021 un total de 50 impactos en medios de comunicación de todo tipo.

PUBLICIDAD

El Fem Garrotxa publicó anuncios en los medios locales de la Garrotxa, se trató de cuñas radiofónicas en Radio Olot, un anuncio televisivo en Olot Televisió y carteles de promoción de las jornadas *Fem Garrotxa* en el semanario La Comarca y en revistas municipales.

Se diseñó una campaña de muy corta duración en publicidad pagada a la red social Instagram.



Comunicación offline

El *Fem Garrotxa* tuvo un gran impacto en los canales digitales, en parte, debido al momento de pandemia global Covid-19, pero no nos olvidamos de todas las personas que no tenían acceso a los espacios informativos y de participación digital, así se diseñaron materiales de difusión para llevar a los puntos de referencia de cada uno de los 21 municipios de la Garrotxa.



Durante las jornadas presenciales se crearon materiales comunicativos en papel para las personas asistentes.



Ejemplo de material informativo y de participación para espacios físicos.