

O Foro da Comunicación de Galicia analiza o estado do sector



Fotografías: Brais Lorenzo

Só o 20% das pequeñas e medianas empresas de Galicia teñen profesionalizada a súa comunicación. O 54% dos empresarios galegos non valoran a función da comunicación na empresa e só un 29% estarían dispostos a investir en comunicación realizada por profesionais. Son algunas das conclusións que se expuxeron no marco da celebración da terceira edición do Foro da Comunicación de Galicia, que tivo lugar o pasado 25 de novembro no recinto feiral de Expourense. Este foro contou co patrocinio da Deputación Provincial de Ourense e co apoio do IGAPE e da Secretaría Xeral de Medios da Xunta de Galicia.

Neste encontro, unha quincena de expertos procedentes do eido da comunicación, a publicidade ou o marketing, defenderon, principalmente, a contratación de profesionais do sector como un investimento e non como un gasto. Insistiron, ademais, en que para poder competir con garantías nun mundo globalizado e ser responsables cos seus clientes e usuarios, as empresas deben incluír a comunicación no seu orzamento, ben a través da contratación propia ou dos servizos prestados por axencias ou consultoras externas.

A relevancia do espazo público

A conferencia inaugural foi impartida polo profesor Miquel de Moragas Spà, catedrático na Facultade de Comunicación da Universidade Autónoma de Barcelona, quen presentou o seu estudo sobre a semiótica e os símbolos nas cidades. O ponente defendeu o espazo público como símbolo de democracia e dunha sociedade evolucionada, "un dos grandes logros da nosa sociedade é que unha persoa poida ir camiñando pola rúa soa. As rúas son un espazo público que debemos defender coma noso, non podemos permitir que se comercialice con el", indicou.

Neste sentido, lamentou a proliferación de rúas ou liñas de servizos públicos que levan nomes de empresas (liña de metro Vodafone 2, tranvía La Caixa Tibidabo...). Centrado o seu estudo na cidade de Barcelona, Moragas criticou a "represión icónica da muller en monumentos e rúas. Só un 6% dos monumentos da cidade están dedicados a mulleres", concluíu.

Sobre a comunicación científica

A mañá continuou coa ponencia de Manuel Gago, profesor na Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela, quen deixou ver que a comunicación científica é un nicho de audiencia e de emprego, indicando ademais que ainda é moi deficiente nos medios de comunicación galegos.

A xornada continuou cunha mesa redonda na que foron presentados novos proxectos vinculados ao eido da comunicación en Galicia. Logo disto, tivo lugar outra mesa na que representantes de dúas consultoras de comunicación que operan en Galicia, Felipe Vieira (de Ideo Business) e Luisa García (de Atrevia) explicaron a situación actual que atravesa a comunicación profesional na Comunidade Autónoma, poñendo o acento na necesidade de que sexa vista como unha compoñente estratéxica para as empresas.

Obradoiro de marketing

A sesión da mañá rematou cun obradoiro sobre co-marketing impartido polo presidente de Markea, Xosé Luis Reza, que explicou que a estratezia empresarial do co-marketing leva a cooperación entre dúas empresas para o beneficio de ambas as dúas, xurdida de sectores complementarios ou completamente diferentes. Con numerosos exemplos prácticos, Reza deixou claro que "a calidade non existe, está na mente do consumidor".

Comunicación para a cooperación

A sesión da tarde comezou coa celebración dunha mesa redonda sobre comunicación para a cooperación e a solidariedade, na que participou a subdirectora xeral deste ramo na Xunta de Galicia e o presidente de AGARESO (reporteiros galegos solidarios). Este último declarou que "o xornalismo de cooperación é un servizo público" e denunciou casos como o do goberno de Nicaragua, que está a queimar libros de xornalistas onde se tratan conceptos como a liberdade de expresión.

III Premios á Comunicación Innovadora

Despois disto foi presentado o proxecto de termalismo solidario "Smiley Water" promovido pola Deputación de Ourense, no que colaboran Cruz Vermella, Expourense e o Colexio Padre Feijóo da cidade das Burgas, e que ten o obxectivo de axudar aos cativos que viven en países en conflito, particularmente de Oriente Medio.

Durante esta presentación realizouse unha conexión por videoconferencia co autor e cantante Alejandro Abad e cos delegados de Termatalia en México Norte e Arxentina, que participaron neste proxecto.

A continuación, tivo lugar a clase maxistral de Alberto Dafonte, profesor da Facultade de Comunicación de Pontevedra, sobre a viralidade da información e por que compartimos contidos a través das redes.

Finalmente, o relatorio de clausura foi impartido polo director de ABC, Bieito Rubido, quen analizou o panorama español ante as eleccións xerais do 20D. "Yihadismo, a integración dos inmigrantes e a baixa taxa de natalidade" foron sinalados polo xornalista como os tres principais problemas de España e apuntou como posible vía de solución a busca da concordia e do consenso político.

Só o 20% das pequenas e medianas empresas de Galicia teñen profesionalizada a súa comunicación

Entrega dos Premios á Comunicación Innovadora de Galicia

O programa do foro concluíu coa entrega da terceira edición dos Premios á Comunicación Innovadora de Galicia, que teñen como obxectivo recoñecer públicamente iniciativas profesionais e empresariais que destacaran por revalorizar o eido da comunicación, fomentando o desenvolvemento socioeconómico da comunidade galega.

Esta entrega de premios contou coa presenza do vicepresidente da Deputación de Ourense, Rosendo Fernández, e da delegada territorial da Xunta de Galicia, Marisol Díaz.



PREMIO Á ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL DESENVOLTA POR UNHA PEME

Recaeu na axencia de publicidade Quattro IDCP (A Coruña), responsable da campaña "Sex Invaders", un proxecto para Facebook da Consellería de Sanidade da Xunta de Galicia, que tivo como obxectivo divulgar información preventiva sobre as infeccións de transmisión sexual (ITS) aos galegos. Foi unha iniciativa pioneira en España, xa que ningunha administración autonómica utilizara ata o momento a rede social para informar sobre este asunto ao target xuvenil (18-25 anos), ao que se dirixía principalmente a campaña.

PREMIO Á INICIATIVA EMPRENDEDORA NO EIDO DA COMUNICACIÓN

Este premio foi para o proxecto "Follow Us TV" promovido polo Grupo Galego de Televisión e Comunicación. Trátase dunha canle de televisión dixital temática en HD que ofrece contidos audiovisuais á carta, xa que cada usuario pode acceder aos que queira e visionalos comodamente, ademais de poder comentalos e valorar os seus contidos. Este proxecto conta con só tres meses de vida e xa conseguiu crear unha plataforma de comunicación única no seu formato.

PREMIO Á COMUNICACIÓN DIXITAL NO SECTOR DO XORNALISMO

Este premio recaeu na revista online "GCiencia" creada por Ciencia Galega Industrias Creativas S.L. (Vigo). É un proxecto de dous anos de existencia que logrou ser un referente de divulgación da ciencia e da tecnoloxía de Galicia.

DISTINCIÓN ESPECIAL "NOVOS TALENTOS" NO SECTOR DA COMUNICACIÓN

O gañador foi o "Proxecto Pilgrim" (desenvolvido na localidade do Burgo, na Coruña), promovido pola empresa Pilgrim Solutions. Trátase dun proxecto tecnolóxico para facer chegar o Camiño de Santiago e o Turismo de Galicia a todos os recantos do mundo, facéndoo accesible a todas as nacionalidades que visitan Galicia e facilitando o acceso a todo tipo de información a través de dispositivos móveis ou aplicacións web.