



Rodaje en uno de los tres municipios que aparecen en el anuncio. DPZ



La grabación de una clase de pilates que también aparece en el spot. DIPUTACIÓN DE ZARAGOZA

## Otra forma de 'vender' el medio rural

### REPORTAJE

La nueva campaña publicitaria lanzada por la DPZ bajo el lema 'Yo elijo pueblo' quiere transmitir una imagen de modernidad y reforzar los valores de vivir en un lugar pequeño

El saludo del panadero a una vecina que pasa junto a su tienda abre el anuncio de la nueva campaña puesta en marcha por la Diputación Provincial de Zaragoza que lleva por título 'Yo elijo pueblo' para reivindicar otra forma de mirar el medio rural. El spot quiere dar una imagen más moderna de los pueblos, pero a la vez reforzar algunos de los valores de la vida rural, como la tranquilidad, las relaciones personales o el contacto con la naturaleza.

«Porque todos te conocen, las distancias ya no importan, el silencio, la comida natural, las redes sociales de siempre -aludiendo a las 'charradas' en la calle-, destaca el anuncio, que combina imágenes grabadas en varios municipios del entorno del Moncayo -aunque desde la institución prefieren mantener en el anonimato cuáles para que todos puedan sentirse identificados- con otras de una clase de pilates o las de gente utilizando las nuevas tecnologías en su trabajo o casa.

Esta es la tercera gran campaña puesta en marcha esta legislatura desde la institución provincial con el objetivo de renovar la imagen de marca y 'vender' el medio rural para quienes ya habitan en él o para tratar de atraer nuevos vecinos, aunque ha habido otras acciones promocionales.

Fuentes de la DPZ explicaron que la producción de las tres creatividades costó cerca de 18.000 euros más IVA cada una. Se hizo como contrato menor y se valoró principalmente el concepto y la

propuesta. La primera de ellas fue 'Los municipios nuestra razón de ser', que supuso 21.770,19 euros, y daba a conocer todos los servicios de la institución. La segunda, la titulada 'Zaragoza provincia, que no te la cuenten' costó 21.763,07 euros y centraba sus esfuerzos en dar a conocer el patrimonio artístico y natural de la provincia, así como algunas de sus tradiciones más conocidas. Esta última campaña ha costado 21.586,4 euros y empezó a emitirse a principios de este mes en televisión, aunque también tendrá versión para radios, prensa escrita y medios digitales.

C. A. C.