

**Otra Buena práctica son “las Acciones de Comunicación en Redes Sociales: I Concurso de Fotografía sobre Fondos Europeos en Andalucía”**

En el actual contexto comunicativo resulta indispensable la creación de cuentas oficiales en los portales 2.0 para difundir los resultados de la Política de Cohesión en Andalucía. Es por ello, que la Dirección General de Fondos Europeos y Planificación ha puesto en marcha en 2012 los siguientes perfiles sociales:

*Redes sociales:*

Facebook [www.facebook.com/FondosEuropeosenAndalucia](http://www.facebook.com/FondosEuropeosenAndalucia)

Twitter @UE\_ANDALUCIA / [https://twitter.com/UE\\_ANDALUCIA](https://twitter.com/UE_ANDALUCIA)

You Tube <http://www.youtube.com/user/FFEEANDALUCIA>

Flickr <http://www.flickr.com/photos/fondoseuropeosandalucia/>

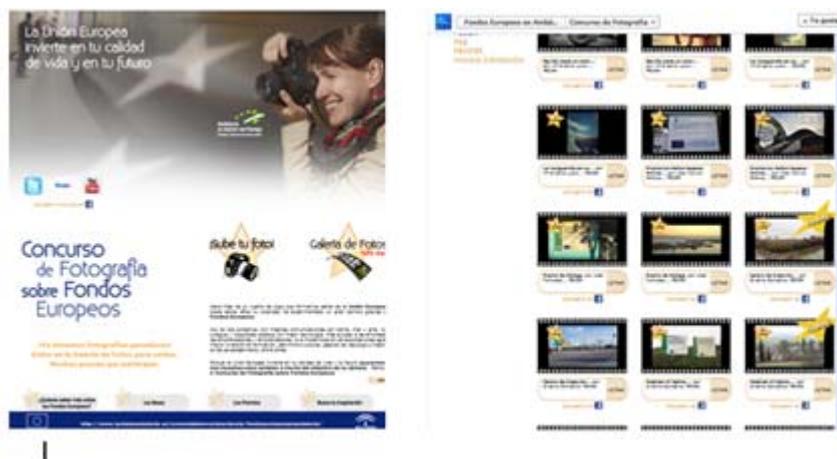


Perfil de Facebook

Hay que destacar que entre las actuaciones de comunicación desarrolladas en las redes sociales se puso en marcha, del 15 de noviembre de 2012 al 20 de enero de 2013, el I Concurso de Fotografía sobre Fondos Europeos, para conocer y dar visibilidad a los proyectos desarrollados en Andalucía gracias a la UE. El concurso ha estado abierto a todos los residentes de la Unión Europea mayores de 18 años que vivan o hayan visitado Andalucía y se podía acceder al mismo entrando en la página de facebook de Fondos Europeos en Andalucía y marcando “Me gusta” ([https://www.facebook.com/FondosEuropeosenAndalucia/app\\_325018627605531](https://www.facebook.com/FondosEuropeosenAndalucia/app_325018627605531)).

Cada participante presentó un máximo de dos fotografías por proyecto en cada categoría. De forma paralela, se iban votando y compartiendo las fotos para obtener un listado de finalistas en base al cual el jurado decidió los cuatros ganadores, uno por categoría:

Por categorías, la fotografía ganadora dentro del Fondo Europeo de Desarrollo Regional ha sido la titulada Puente de los Toruños en Cádiz; para el Fondo Social Europeo, el Taller de Empleo Huertos Urbanos en Córdoba; dentro del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural la fotografía ganadora ha correspondido a la SCA San Amador en Jaén y, por último, para la categoría del Fondo de Cohesión el proyecto seleccionado ha sido el Tanque de Tormentas de Alcalá de Guadaíra en Sevilla.



Aplicación creada para el concurso de fotografía

La actuación es considerada **una Buena Práctica de Comunicación** ya que cumple con los siguientes criterios:

**Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, con la puesta en marcha del Concurso de Fotografía y la creación de un espacio dentro del perfil de Facebook de Fondos Europeos en Andalucía para albergar el concurso. Este espacio contiene varios apartados en los que se da información sobre Fondos Europeos en general, se explican las bases, los premios y se ponen ejemplos de posibles proyectos para fotografiar por cada categoría.

Además, dispone de un apartado para subir la foto on line y de una galería donde aparecen todas las imágenes participantes.

El carácter innovador también reside en su concepción de “escaparate on line” donde reflejar historias de éxito, logros, y ejemplos de buenas prácticas de la Política Regional Europea, con el propósito de mostrar a través de los ojos de la población andaluza cómo ha evolucionado la región en estos 25 años de pertenencia a la UE.

**Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, por medio de la actualización diaria de información vinculada con los Fondos Europeos en Andalucía en el perfil de Facebook, así como en el resto de redes sociales.

Los contenidos giran principalmente en torno a temas relacionados con los ejes prioritarios de los POs FEDER-FSE como: energía, infraestructuras, educación, políticas sociales, igualdad, empresas... Estos son presentados siguiendo el estilo de redacción de cada red social (por ejemplo en twitter, utilizando

hashtags #, relacionando la información con los trending topics para conseguir una mayor viralidad, haciendo menciones...). Los mensajes han sido redactados en un tono cercano y directo, citando a los protagonistas de las informaciones, con una correcta utilización de palabras claves que favorecen la difusión de los contenidos.

Además, sobre todo en You Tube, se ha dado prioridad a los vídeos protagonizados por beneficiarios o técnicos vinculados al desarrollo del proyecto cofinanciado.



Repercusión en medios de comunicación

**Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades** en los contenidos transmitidos con mensajes como: El programa [#LiderA](#) propicia el desarrollo de 1.676 iniciativas a favor de la [#mujer](#) en el medio rural andaluz <http://ow.ly/iJ1fZ> o Talleres para prevenir la violencia de género en [#Guadix](#) [#FEADER](#) <http://ow.ly/hQ53U>.

**Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, al ser una plataforma más de difusión, instantánea e interactiva, que permite ampliar la información relacionada con los Fondos Europeos emitida en los soportes tradicionales.

Actuaciones como el concurso de fotografía han contribuido a acercar a la población andaluza qué sectores pueden ser cofinanciados con cada Fondo. Así, se han creado cuatro categorías que responden a:

En primer lugar, la categoría destinada al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) donde tienen cabida actuaciones relacionadas con el desarrollo de la economía del conocimiento, la innovación empresarial, el medio ambiente, el desarrollo sostenible local y urbano, las inversiones en infraestructuras sociales y el transporte y la energía.

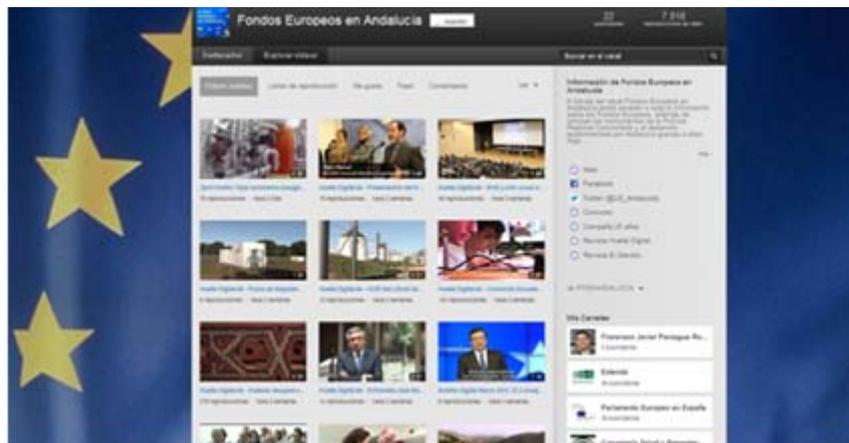


La segunda categoría incluye actuaciones financiadas por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) en ámbitos como el agroalimentario, forestal y de mantenimiento del medio ambiente, y que contribuyen a la disminución de las desigualdades existentes entre los pueblos y ciudades de Andalucía, modernizando el entorno y fomentando la creación de empleo en el medio rural.

En la tercera, dedicada al Fondo Social Europeo (FSE), se pueden presentar fotografías relacionadas con la formación, la creación de empleo, la promoción de la innovación y la iniciativa empresarial y la igualdad entre hombres y mujeres.

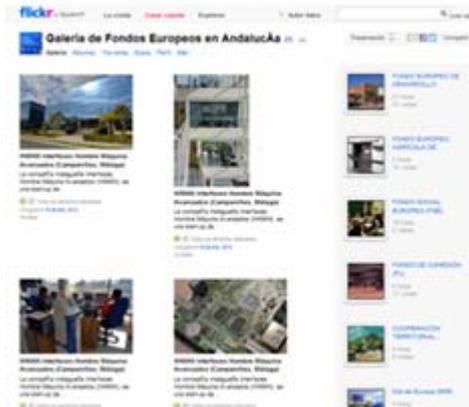
Por último, la categoría dedicada al Fondo de Cohesión, está dirigida a proyectos de mejora del abastecimiento del agua, para el saneamiento y la depuración de aguas residuales, así como para la gestión de residuos urbanos.

**Alto grado de cobertura sobre la población objetivo.** Este alto grado de cobertura se potenció con la puesta en marcha del I concurso de Fotografía sobre Fondos Europeos que, por los “Me gusta” de los participantes y por la opción de compartir las fotos para ganar más votos, ha conseguido aumentar el número de seguidores a la Fan Page de Fondos Europeos alcanzando los cerca de 2.000 contactos.



**Evidencia de un alto grado de calidad** al garantizar la interacción y la participación ciudadana. La presencia en redes sociales implica una

comunicación bidireccional en la que la Dirección General de Fondos Europeos y Planificación emite un mensaje que es aceptado y comentado por sus seguidores. De esta forma se genera un feedback entre emisor y receptor y queda garantizado el flujo de información y la transparencia en la comunicación de los temas relacionados con la gestión de Fondos Europeos.



**Uso de nuevas tecnologías de la información.** Se consigue con las sinergias entre los distintos soportes apoyados en las nuevas tecnologías de la información. Por ejemplo, tanto la página web de Fondos Europeos en Andalucía, como la revista Huella digital y el boletín mensual presentan en la esquina superior derecha un enlace para seguir el perfil de You Tube, Facebook, Twitter y Flickr.

Además, la propia interacción entre otros perfiles corporativos como el de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo; Extenda; IDEA... apoyan la presencia de los perfiles de Fondos Europeos citándolos en las informaciones emitidas.