

Otra Buena Práctica es la llevada a cabo por **AENA** consistente en **“la distribución, mediante la web del Canal Youtube de Aena, de un vídeo que incluye las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en los Programas Operativos en los que participa AENA”**.

La Dirección de Comunicación y Protocolo publicó el vídeo en la web de Youtube, en la página: <http://www.youtube.com/watch?v=RaCq3Qq2nY0>. El DVD sobre el FEDER fue enviado por la División entre cuyas funciones se encuentra la gestión y control del FEDER a la Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales. Este envío de información a la Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales se ve reflejado en determinadas ocasiones en contenidos en la web pública de Aena, recogiendo, en los casos en los que procede, la mención a la cofinanciación del FEDER.

El DVD también se distribuyó mediante su colocación en la página web pública de Aena (27,4 millones de visitas en 2012) pudiéndose ver en la siguiente página: <http://www.aena.es/fondoseuropeos>.



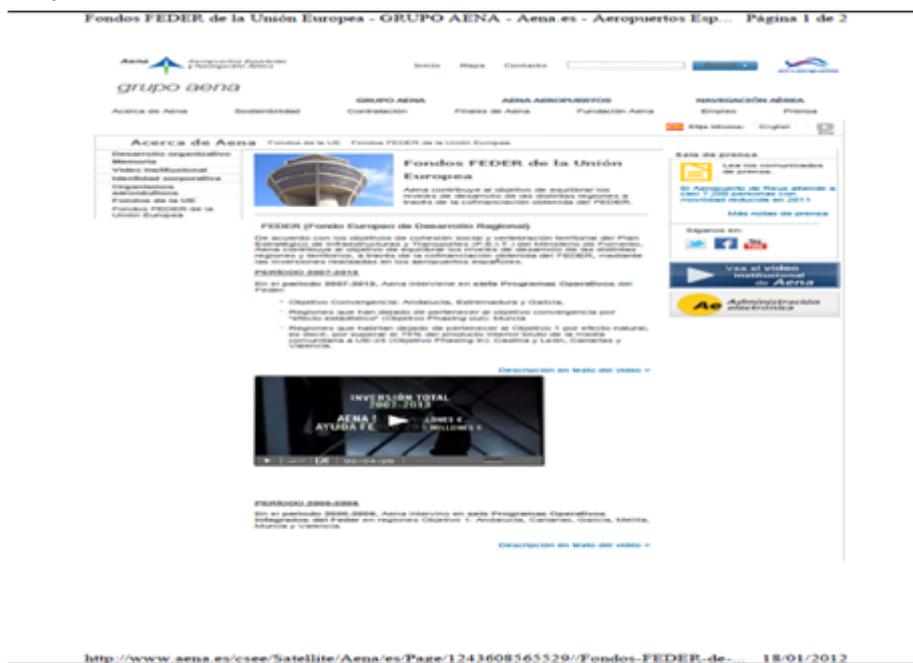
Se considera una **Buena Práctica** porque cumple los siguientes criterios

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo de la acción publicitaria. Coordinar a la División de diseño web de AENA con la Comunicación del FEDER y la División encargada de la gestión de ayudas de la Unión Europea, es un recurso innovador tanto en la organización, pues se considera que con esta acción cuyo coste es reducido, se aprecia un gran efecto multiplicador en la comunicación, como en la presentación, pues la difusión del DVD en Youtube se ve completada por

primera vez, en este Canal de AENA, con la mención a las inversiones cofinanciadas. E innovación en cuanto al desarrollo futuro de la acción que se presenta, pues la vocación de esta acción es la permanencia en el tiempo.

La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad. Se puede hablar de “comunicación innovadora” ya que es la primera vez que en AENA se lleva a cabo una distribución por el canal Youtube de un vídeo sobre el papel del FEDER y la Unión Europea en Canarias. Por tanto, se ha hecho uso de un instrumento nuevo para la comunicación institucional, cuya organización y desarrollo ha tenido en cuenta las prioridades de información y las necesidades de los grupos destinatarios.

Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos. El mensaje que se da a través del video abarca una dimensión significativa del alcance de la política de cohesión: I+D+i, fomento empresarial, medio ambiente, energías renovables, transporte sostenible, entre otros ámbitos de intervención. El contenido del DVD alojado en Youtube, se adecúa también, al objetivo de difusión al público, de la cofinanciación.



Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades. La incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades, se consiguió con el uso de un lenguaje no sexista y con el acceso no excluyente inherente al canal Youtube.

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos. Se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se mejora la comprensión de la opinión pública de la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER en el bienestar y el progreso.

El contenido del DVD incluido en Youtube, responde al objetivo de difusión de la cofinanciación del Feder a los visitantes de la página web. Esta publicación contribuye a fomentar que las actuaciones incluidas en el Programa Operativo se desarrollen con un elevado grado de difusión y transparencia (explicando en detalle los programas y proyectos que se desarrollan con la financiación del Feder), permite difundir la información necesaria acerca de la utilización y destino de los recursos financieros comunitarios (comunicando los principales avances experimentados en la ejecución del Programa) e informa a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea a favor de las actuaciones contempladas en el Programa Operativo (mostrando proyectos y buenas prácticas específicas desarrolladas con el apoyo del Feder).

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación. Por estar alojada en la web pública de Aena, con 27,4 millones de visitas en 2012 y 121,12 millones de páginas vistas. Estimando que las visitas a la web de los Fondos de la Unión Europea, donde se alojan contenidos correspondientes al Feder puede ser de 100.000 visitas al año. Además, el canal Youtube goza de una gran popularidad entre la población usuaria de la red. Se consigue llegar a colectivos, jóvenes fundamentalmente, que de otra manera sería más complicado poder llegar.

Evidencia de un alto grado de calidad. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la política regional europea al conjunto de la población canaria en particular y española en general. La página web Youtube, goza de un gran prestigio entre los usuarios de este tipo de páginas web.

Uso de nuevas tecnologías de la información. El uso del Canal Youtube constituye un canal efectivo como soporte de retransmisión de imagen animada + sonido, y compatible para su difusión por internet. Se trata de un medio de comunicación de reconocida innovación tecnológica.