

Se presenta como buena práctica de comunicación la llevada a cabo por el Ayuntamiento de Palma consistente en "La comunicación de las operaciones red de alcantarillado en Palma de Mallorca"

Las acciones de comunicación se han planteado con el objetivo de comunicar a los ciudadanos de Palma y a los visitantes la ejecución y los resultados de cuatro proyectos que han de permitir la renovación de la red de alcantarillado de la ciudad para reestructurar y modernizar un trazado que databa de principios del siglo XX y solventar problemas históricos de inexistencia, deterioro e insuficiencias en la red.

La renovación de la red de alcantarillado se lleva a cabo a partir de las siguientes operaciones que son cofinanciadas por la Unión Europea a través del Programa Operativo Fondo de Cohesión FEDER 2007-2013. Son los siguientes:

- Solución de insuficiencias de alcantarillado en la zona poniente de Palma.
- Solución de insuficiencias de alcantarillado en la zona centro-norte de Palma.
- Solución de insuficiencias de alcantarillado en la zona levante de Palma.
- Solución de insuficiencia de alcantarillado en la zona del Eixample, la Llotja y galerías de la calle Unió y Passeig del Born.

Estos proyectos benefician a los más de 400.000 habitantes de la ciudad de Palma. El computo total de metros lineales renovados asciende a 11.440; se han cambiado 823 acometidas y se han repuesto, según normativa municipal, 53.450 m² de pavimento. Se trata, pues, de proyectos de gran impacto en los ciudadanos y visitantes de Palma.

Se consideró necesario prestar especial atención a la comunicación de la ejecución de los proyectos y, sobre todo, de sus resultados puesto que, al tratarse de mejoras que se realizan en el subsuelo de la ciudad, la visualización de los mismos no es tan directa como en aquellas obras que son más evidentes para el conjunto de la ciudadanía.

Se consideran una buena práctica de comunicación por considerarse especialmente relevantes o distintivas. En concreto, se trata de las acciones siguientes:

- *Letreros definitivos en atriles*: la colocación de carteles definitivos presentaba dificultades debido a que las obras se realizaban en el subsuelo de la ciudad. Para dos de los proyectos se optó finalmente por la solución de informar a los ciudadanos de las obras realizadas

mediante carteles en forma de atriles colocados en distintos puntos del recorrido del alcantarillado renovado.



Atril con letrero definitivo correspondiente al proyecto de la zona centro-norte.



Atril con letrero definitivo correspondiente al proyecto de la zona levante.

- *Tapas de alcantarillado como letreros definitivos:* en el caso del último de los proyectos, se ha optado por utilizar como cartel definitivo las propias tapas de alcantarillado que se están colocando a lo largo de todo el trazado del proyecto. En total, se prevé la colocación de más de 100 tapas de alcantarillado que incluyen, como se puede apreciar en la fotografía, el emblema de la Unión Europea.

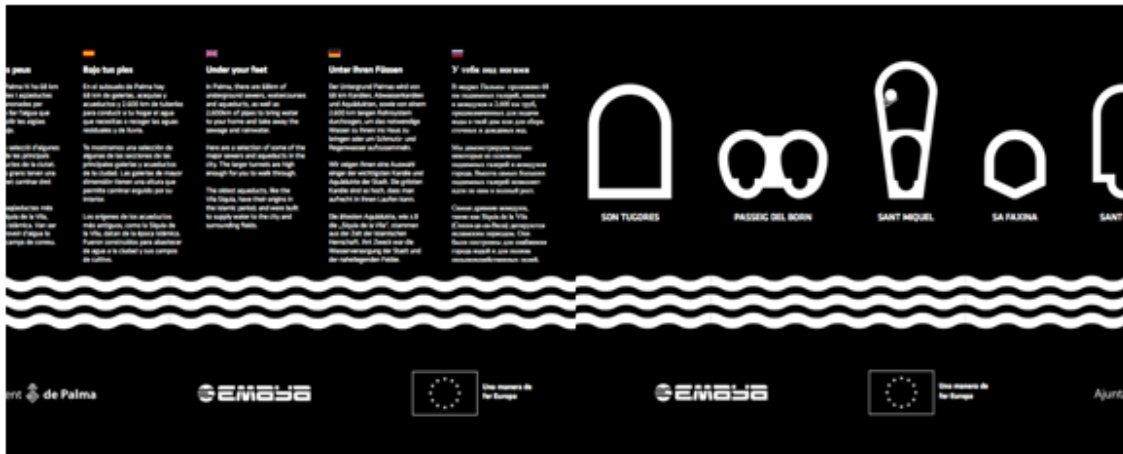


Tapa de alcantarillado y detalle de la misma donde se puede leer la información sobre la cofinanciación de la Unión Europea.

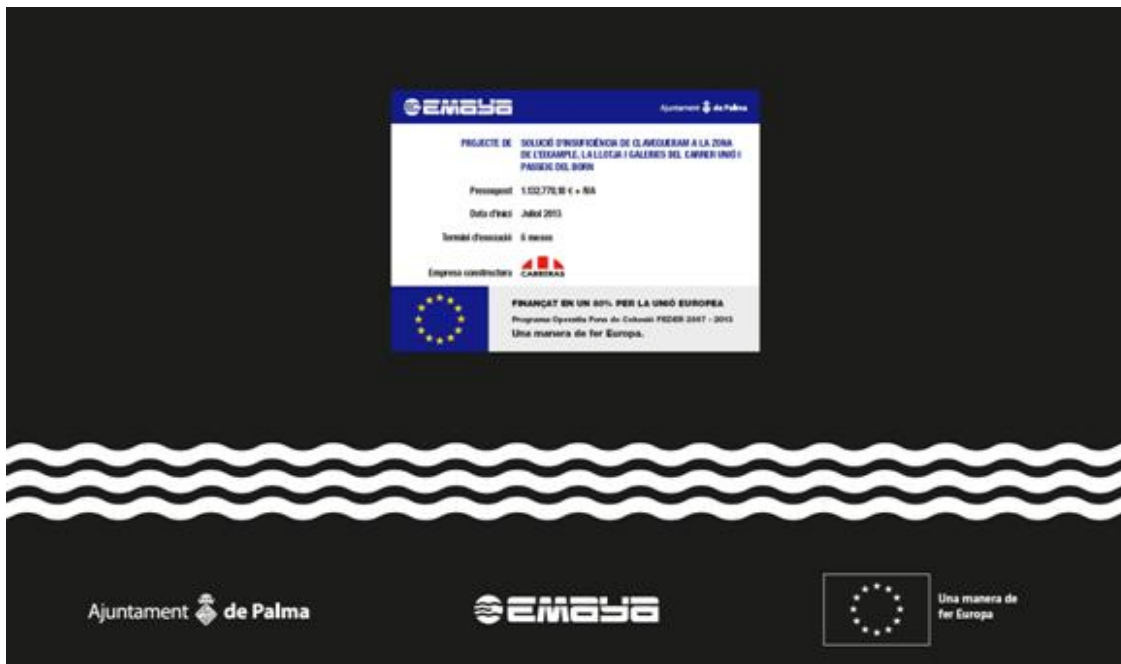
El proyecto del Eixample, la Llotja y galerías de la calle Unió y Passeig del Born afecta a una de las zonas más céntricas y turísticas de la ciudad de Palma. Su ejecución implica la apertura de zanjas y esto supone molestias a los visitantes y ciudadanos de Palma y también a los comercios de la zona. Por este motivo, se planificaron dos acciones de comunicación orientadas a minimizar el impacto de las obras y a informar sobre ellas a turistas, comerciantes y vecinos:

- *Lonas de tapamiento de las obras:* se ha aprovechado el cierre de seguridad de las obras como soporte informativo. Se han diseñado unas lonas para cubrir las vallas que, además de incorporar información relativa a la ejecución de la obra y a su financiación, contienen información sobre el alcantarillado de la ciudad de Palma en diferentes idiomas. De esta manera, además de reducirse el impacto visual de las

tradicionales vallas de cierre de obra, ciudadanos y turistas que pasean por la zona, pueden conocer los objetivos de los trabajos que se están llevando a cabo.



Diseño de una de las partes de la lona de cierre.



- *Flyers informativos*: antes de iniciarse las obras en cada uno de los tramos, se reparten flyers informativos a vecinos y comerciantes de la zona con el fin de informarles del inicio de las mismas, así como de los objetivos del proyecto y la cofinanciación por parte de la Unión Europea.



Flyer informativo.

- *Vídeo divulgativo:* se ha producido y difundido un vídeo divulgativo que aglutina las mejoras que se han producido en la ciudad gracias a los cuatro proyectos de renovación de alcantarillado que, aunque de ejecución independiente, están relacionados y se pueden comunicar de manera conjunta, resaltando el impacto global que han tenido en la gestión de aguas residuales en la ciudad.

Para visualizar las diferentes versiones del vídeo, se pueden seguir los siguientes enlaces:

- Catalán: <http://youtu.be/Nuzf0K1wctw>
- Castellano (subtítulos en inglés): <http://youtu.be/1aoES1baz-M>

En concreto, estas acciones se consideran como un ejemplo de buenas prácticas en materia de comunicación por el cumplimiento de los criterios que se detallan a continuación:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo

Las acciones de comunicación que se citan en este informe presentan (o son en sí mismas) elementos innovadores.

Para dar respuesta a la necesidades de comunicación de los proyectos una vez finalizados, se ha optado por los carteles en atriles y, en el último de los proyectos, por el uso de las propias tapas como letrero definitivo, en detrimento de los carteles que se utilizan habitualmente. Se considera que esta forma de presentar la información será más eficaz y a la vez más duradera.

Asimismo, el vídeo se considera una forma innovadora de comunicar a los ciudadanos los resultados de los proyectos, ya que se aleja de las habituales inserciones en prensa (puntuales y, por tanto, con menor impacto). Para la producción del vídeo se han utilizado tecnologías avanzadas en la grabación, que han permitido que el resultado sea un audiovisual en alta definición adaptable a cualquier plataforma de difusión.

Se ha publicado el vídeo tanto en la página web de la empresa municipal EMAYA, como en la plataforma Youtube, el servicio líder en streaming en Internet.

Aprovechar el cierre de seguridad de la obra como herramienta comunicativa también es una solución innovadora, así como informar a través de flyers a comerciantes, vecinos y turistas de la zona de la ejecución de las obras.

Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

El objetivo principal que se pretende conseguir con las diferentes acciones de comunicación es: dar a conocer a los ciudadanos y a los visitantes la participación de la Unión Europea mediante el Programa Operativo Fondo de Cohesión – FEDER dentro del periodo 2007-2013 en la financiación de los cuatro proyectos de renovación de alcantarillado llevados a cabo en EMAYA, la inversión realizada, y el porcentaje de cofinanciación europea.

Las acciones de comunicación recogidas en este informe contienen una descripción de las actuaciones que se han realizado, resaltando especialmente los beneficios que se derivan de ellas para que todos los ciudadanos comprendan el valor de los proyectos ejecutados. Del mismo modo, se hace referencia específica a la inversión realizada en cada uno de los proyectos, así como al porcentaje de financiación europea.



Detalle del vídeo en que se resumen las actuaciones realizadas y su inversión.

Por tanto, podemos afirmar que se cumplen adecuadamente los objetivos planteados.

Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades

En las diferentes acciones de comunicación, se han tenido en cuenta de manera rigurosa los criterios de igualdad de oportunidades, evitando el uso de un lenguaje sexista, la discriminación y teniendo presente tanto a la población masculina como a la femenina, siendo ambos los colectivos destinatarios de las acciones de comunicación.

Además, todos los elementos citados (letreros, tapas, cierre de seguridad, flyers y vídeo) son accesibles para todos los ciudadanos, sin restricción alguna por motivo de sexo, creencias u otras características personales.

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

Todo el conjunto de acciones de comunicación se adecúa con el objetivo general de difusión de los fondos europeos, puesto que en todos los elementos de comunicación detallados en este informe se menciona que las actuaciones han sido cofinanciadas por la Unión Europea, en el marco del Programa operativo Fondo de Cohesión - FEDER.

Todos los soportes de comunicación que se han utilizado durante la ejecución de las obras y una vez finalizadas, cumplen con los requisitos exigidos: emblemas de la Unión Europea, referencia al fondo en cuestión y declaración elegida por la autoridad de gestión, etc.

La locución del vídeo también destaca la importancia que ha tenido la Unión Europea en la materialización de los diferentes proyectos que se han llevado a cabo en EMAYA en el marco del Programa Operativo de Fondo de Cohesión – FEDER.

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación

Se considera que el conjunto de todas las acciones de comunicación realizadas asegura un alto grado de cobertura sobre la población objetivo.

Los letreros definitivos de las obras que se han utilizado (atriles y tapas de alcantarillado) son elementos muy accesibles a ciudadanos y visitantes, que pueden leer la información sobre los proyectos y su financiación en sus paseos o desplazamientos habituales por la ciudad.



Imágenes que muestran la integración de los atriles en la ciudad.

Asimismo, mediante el reparto de flyers se refuerza la difusión de los objetivos y la ejecución de las obras.



Entrega de flyer informativo a una ciudadana.

El vídeo se ha difundido principalmente a través de internet, utilizando la página web de la empresa municipal EMAYA y la plataforma Youtube. Se considera que de esta manera se asegura un alto grado de cobertura, ya que se encuentra accesible de manera permanente para toda la ciudadanía de Palma (que es la población objetivo de la acción de comunicación) y de igual modo para cualquier usuario de Internet a nivel global.

Además, en los canales de comunicación, página web de EMAYA y Youtube, el vídeo está disponible en catalán, en castellano y con subtítulos en inglés.



Inserción en la plataforma Youtube.



Detalle de la inserción del video en la página de inicio de la web de EMAYA.

Evidencia de un alto grado de calidad

Todos los soportes y elementos utilizados en las distintas acciones de comunicación tienen un alto grado de calidad y durabilidad. Asimismo, consideramos que se ha conseguido un alto grado de calidad en la producción audiovisual. Tanto en su diseño narrativo como en aspectos técnicos.

Uso de nuevas tecnologías de la información

El cumplimiento de este criterio atañe a la producción y divulgación del vídeo. Para la producción de la pieza se han utilizado las últimas tecnologías a nivel audiovisual, tanto en imagen como en sonido. El resultado es un video que puede ser reproducido en cualquier plataforma, tanto a alta calidad como adaptando la calidad de imagen y sonido a las necesidades de las plataformas de visualización.

Cabe destacar, sobre todo, que se han tenido muy en cuenta las nuevas tecnologías como herramienta para la difusión. Se ha utilizado la plataforma de visualización de vídeos en internet que tiene un mayor número de usuarios por considerar que era la forma más eficiente de llegar al máximo de personas que eran objetivo de la acción de comunicación, ya que su visualización puede realizarse desde cualquier dispositivo con conexión a Internet.