

BUENA PRÁCTICA POAT 2021

<p>Nombre del Proyecto/ Actuación cofinanciada</p>	<p>CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL FSE A LA CIUDADANÍA CON MOTIVO DE LA CONMEMORACIÓN DEL DÍA DE EUROPA:</p> <p>“Homenaje a una ciudadanía heroica. El FSE te respalda”</p>
<p>Breve descripción (Máximo 1.500 caracteres con espacios)</p>	<p>La Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE) ha celebrado, en mayo de 2021, como acto anual de Comunicación, una Campaña de difusión sobre el Fondo Social Europeo con motivo de la conmemoración del día de Europa, bajo el lema: “Homenaje a una ciudadanía heroica. El FSE te respalda”.</p> <p>La campaña se realizó a través de dos elementos: un vídeo de divulgación y un plató virtual, o evento FSE de presentación de la campaña, que sirvió para dar difusión al vídeo y voz a las entidades del universo FSE. Puso el foco en las personas en las que invierte el FSE y resaltó la presencia y el respaldo del FSE. Contó con la participación de la ciudadanía, que pudo seguir los actos de la campaña de manera virtual a través de internet; así como de numerosos organismos intermedios y beneficiarios de los PO.</p> <p>Con este acto se ofrecieron testimonios tanto de responsables del FSE a nivel europeo y nacional como de personas beneficiarias de proyectos que coincidieron en señalar la importancia del Fondo Social Europeo en la situación impuesta por la pandemia del COVID-19.</p>

<p>Área de actividad: (seleccionar una o varias áreas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Acceso al empleo para la población activa e inactiva <input type="checkbox"/> Igualdad de género y conciliación de la vida personal y familiar con el trabajo <input type="checkbox"/> Movilidad <input type="checkbox"/> Integración sostenible de las personas NINIs (Jóvenes) <input type="checkbox"/> Personas emprendedoras y creación de empresas <input type="checkbox"/> Adaptación a los cambios para empresas <input type="checkbox"/> Adaptación a los cambios para personas empleadas <input type="checkbox"/> Envejecimiento activo <input type="checkbox"/> Reducción del ausentismo escolar y mejora del acceso a una educación primaria y secundaria de calidad <input type="checkbox"/> Mejora de la educación terciaria, consecución y acceso <input type="checkbox"/> Aprendizaje continuado <input type="checkbox"/> Integración de las comunidades marginales
--	--

	<input type="checkbox"/> Promoción de la empresa social <input type="checkbox"/> Estrategias de desarrollo impulsadas por la comunidad <input type="checkbox"/> Mejor acceso a los servicios sociales <input type="checkbox"/> Inclusión activa <input type="checkbox"/> Lucha contra la discriminación <input type="checkbox"/> Modernización de las instituciones laborales y la movilidad transnacional <input checked="" type="checkbox"/> Capacidad institucional y eficiencia de las administraciones y servicios públicos <input type="checkbox"/> Creación de competencias para las partes interesadas <input type="checkbox"/> Pactos sectoriales y territoriales que se movilizan por la reforma <input type="checkbox"/> Economía baja en carbono <input type="checkbox"/> Agenda digital <input type="checkbox"/> Investigación y desarrollo <input type="checkbox"/> Competitividad de las PYMEs
Objetivo específico en el que se enmarca el proyecto	
Fecha realización/ Duración	Mayo de 2021
Contribución del FSE	
Presupuesto Total	17.980,60 €
Participantes	Responsables de la Unidad Administradora del FSE, del Ministerio de Trabajo y Economía Social; de la Comisión Europea y de organismos intermedios y beneficiarios que se encargan de la gestión del FSE en España, a través de los diferentes Programas Operativos regionales y nacionales; personas beneficiarias de programas y ayudas FSE y ciudadanía en general. Concretamente participaron de una manera más directa: Fundación Acción contra el hambre, AREI - Asociación Aragonesa de Empresas de Inserción; Ayuntamiento de Xátiva; Cáritas; Cruz Roja; Dirección General de la Mujer. Junta de Castilla y León; F. EOI; FESBAL; Fundación Biodiversidad: Inserta Fundación Once; Red Acoge.
País	España

Organización	Unidad Administradora del FSE.
Web	https://www.mites.gob.es/uafse/es/noticias/dia-europa-2021/index.htm
Redes Sociales	
Vídeo/s	https://www.mites.gob.es/uafse/videos/VIDEO_FSE_MAIN.mp4
Detalles de Contacto	https://www.mites.gob.es/uafse/es/quees/contacto/index.htm

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE BUENAS PRÁCTICAS:

1-Elevada difusión entre los beneficiarios y el público en general

La comunicación de la campaña se ha realizado, para sus dos componentes (vídeo FSE y plató FSE) a través de dos vías.

1. Comunicación por vía directa:

La UAFSE comunica a su partenariado y a las administraciones nacionales y europeas el lanzamiento del vídeo por un lado y la celebración y el posterior acceso al vídeo del evento FSE. Además, a través de una nota de prensa y noticia publicada en su web, informa igualmente de estos contenidos.

En la foto de pantalla siguiente se presenta la noticia publicada en la web de la UAFSE (<https://www.mites.gob.es/uafse/es/noticias/dia-europa-2021/index.htm>)

[Inicio](#) > [Noticias](#) > [Día de Europa 2021](#)

DÍA DE EUROPA 2021

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL FSE CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE EUROPA

Con motivo de la **conmemoración del Día de Europa**, la UAFSE ha organizado una **campana de difusión del Fondo Social Europeo** bajo el lema: **"Homenaje a una ciudadanía heroica. El FSE te respalda"** mediante un vídeo documental con testimonios de personas y representantes de diversas organizaciones y un plató virtual en el que se presentará el vídeo y se abordarán otros contenidos.

El objetivo de esta campaña es rendir homenaje a la ciudadanía y a las entidades del entorno del Fondo Social Europeo que han tenido que adaptarse a los cambios producidos en el ámbito laboral y educativo derivados por la actual pandemia, así como poner en valor la importante contribución del FSE para paliar los efectos de la actual crisis económica y social causadas por el Covid-19.

Acceso al evento virtual de la campaña: <https://youtu.be/v11zb83I08s>

[Programa](#)  del evento

Video Día de Europa -Mayo 2021

Versión en español  

Subtítulos en inglés  

Subtítulos en español  

Web cofinanciada por



La información recabada sobre el número de visitas realizadas a esta página desde el lanzamiento de la campaña hasta el 31 de mayo, facilitada por la SGTIC del Ministerio de Trabajo y Economía Social, figuran en la imagen de la pantalla siguiente:

Página	Número de visitas a página	Número de páginas vistas	Usuarios	Resultados
/uafse/index.htm	2270	1654	1000	2314
/uafse/es/properativos/index.htm	653	322	221	661
/uafse/es/noticias/dia-europa-2021	477	362	302	482
/uafse/es/index.htm	474	259	197	451
/uafse/es/po-completo/poej/index.h	376	287	255	378
/uafse/es/po-completo/index.htm	325	192	163	325
/uafse/es/properativos/poej/index.h	289	180	152	291
/uafse/es/comunicacion/index.htm	282	164	131	283
/uafse/es/portal-unico/index.htm	279	181	137	284
/uafse/es/po-completo/poises/index	226	157	141	227
/uafse/es/listado-operaciones/index	219	176	152	220
/uafse/es/legislacion/index.htm	178	110	96	180
/uafse/es/instrucciones-orientacion	177	85	65	177
/uafse/es/evaluaciones/index.htm	171	96	83	172
/uafse/es/po-completo/poefe/index	157	115	107	159
/uafse/es/simplificacion/index.htm	156	102	84	159
/uafse/es/properativos/poises/index	144	90	81	145
/uafse/es/quees/contacto/index.htm	127	100	94	127

Por otra parte, No Gaps, la empresa que diseña esta campaña, ha creado en su canal de YouTube un apartado específico para la misma en la que ha alojado las dos versiones (principal y Teaser) del vídeo FSE, así como posteriormente el vídeo del plató FSE, tal como se recoge en la imagen de pantalla siguiente:

no gaps No Gaps Project

INICIO VÍDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES MÁS

Subidas ▶ REPRODUCIR TODO

Video Title	Visualizaciones	Tiempo
Evento Fondo Social Europeo - Día de Europa - 1...	223 visualizaciones · hace 1 semana	1:27:11
HOMENAJE A UNA CIUDADANÍA HEROICA. EL...	1063 visualizaciones · hace 3 semanas	5:24
HOMENAJE A UNA CIUDADANÍA HEROICA. EL...	135 visualizaciones · hace 3 semanas	0:55

Como puede comprobarse, la máxima difusión, por inmediatez y facilidad de acceso, sin duda se ha conseguido a través del canal de YouTube, cuyos enlaces se facilitaron a toda la red de contactos de la UAFSE, de No Gaps y de las propias entidades. En total, los materiales suman unas 2.500 visualizaciones.

2. Comunicación por vía indirecta

Las entidades del universo FSE que reciben esta comunicación a su vez difunden entre sus redes de contactos ambos contenidos y, en particular, los enlaces tanto a la web del Ministerio como del canal de YouTube. Algunas de ellas incluyen dichos enlaces y una reseña en sus propias webs. A continuación, se presenta, a modo de ejemplo, algunos de los sitios web en los que se recoge una reseña o noticia relacionada con la campaña del FSE.

- <https://www.incyde.org/noticia/la-fundacin-incyde-apoya-la-conmemoracion-del-dia-de-europa>
- <https://www--sepe--es.insuit.net/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/noticias/detalle-noticia.html?folder=/2021/Mayo/&detail=Dia-de-Europa-Homenaje-a-una-ciudadana-heroica--el-FSE-te-respalda>
- <https://www.observatorioigualdadyempleo.es/homenaje-a-una-ciudadana-heroica-el-fse-te-respalda/>
- <https://blog.fundaciononce.es/articulo/2021-05-09/el-fondo-social-europeo-nuestro-lado-en-la-pandemia>
- <https://accesible-fondosestructurales.castillalamancha.es/>
- <https://serveiocupacio.gencat.cat/es/detall/noticia/El-Dia-dEuropa-9-de-maig>
- <http://soriaenigualdad.es/wp-content/uploads/2021/05/Boletin-informativo-mujer-4-Direccion-General-de-la-Mujer-JCYL.pdf>
- <http://caritasalmeria.es/agradecimiento-al-fse-por-su-respaldo-economico-a-caritas-con-motivo-de-la-conmemoracion-del-dia-de-europa/>
- <https://twitter.com/CruzRojaEsp/status/1393482324482854915>



Valoraciones de la campaña

La campaña ha sido en términos muy mayoritarios excelentemente recibida por el público y por las entidades del universo FSE, tanto las que han participado directamente como las que han sido en cierto modo representadas a través de éstas, tal como se les hizo saber a través de la UAFSE. Lo mismo cabe decir de las administraciones públicas a nivel nacional y regional, así como de las instituciones europeas. Aunque no se han realizado encuestas de valoración, sí existen algunos datos y testimonios que respaldan la afirmación anterior, basada en el feedback recibido oralmente o por escrito y en los datos de “likes” en YouTube. Más que el porcentaje de “Me gusta” con relación a las visualizaciones (no todo el mundo puede acceder al botón de “Me gusta” cuando visualiza el vídeo), queremos señalar que no ha habido ni una sola valoración negativa (todos estos materiales están abiertos al público).

Subidas	En directo						
Filtrar							
<input type="checkbox"/> Vídeo	Visibilidad	Restricciones	Fecha ↓	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta (vs. No me gust...)	
<input type="checkbox"/>	 Evento Fondo Social Europeo - Día de Europa -14 de mayo de 20...	 Público	Ninguna	24 may 2021 Fecha de estreno	233	0	100,0 % 11 Me gusta
<input type="checkbox"/>	 HOMENAJE A UNA CIUDADANÍA HEROICA. EL FSE TE RESPALDA	 Público	Ninguna	7 may 2021 Fecha de estreno	1.065	0	100,0 % 145 Me gusta
<input type="checkbox"/>	 HOMENAJE A UNA CIUDADANÍA HEROICA. EL FSE TE RESPALD...	 Público	Ninguna	7 may 2021 Fecha de estreno	136	0	100,0 % 4 Me gusta

Filas por página: 30 1 - 3 de 3 < >

Se han recogido valoraciones bien directamente dirigidas a la UAFSE bien a través de las cuentas de Whatsapp de No Gaps o de personas de la propia UAFSE. Nos ha llamado especialmente la atención, además del reconocimiento de todas las personas que, desde su trabajo, están en contacto diario con los contenidos del FSE, los testimonios de personas del público en general que, desconociendo o conociendo poco del FSE, han sentido interés y curiosidad por esta herramienta de la Unión Europea y han declarado querer saber más.

A continuación, y preservando el anonimato de los mensajes por protección de datos, señalamos algunos ejemplos:

“Finalmente, aprovecho para darte las gracias por la información con respecto a la campaña de difusión del FSE, creo que habéis dado en el clavo con el eslogan 😊”.

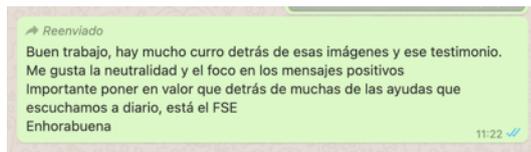
Reenviado
Muy bueno el vídeo María José, buen trabajo 🍌
Aún se pone la piel de gallina escuchándolo y viendo todo lo que hemos pasado en tan poco tiempo y a la vez lo largo que se está haciendo. Ojalá esos fondos sirvan para ayudar a tanta gente que lo necesita.
Gracias por compartirlo 🍌
10:53

Reenviado
El vídeo está muy bien, no lo había visto. A veces estas ayudas pasan desapercibidas entre tanto ruido mediático. Me parece muy buena idea ponerlas en valor, la política de la hormiguita, en lugar de los vociferantes inoperantes 🍌
14:21

Reenviado
🍌🍌🍌 Enhorabuena Magali. Estupendo trabajo. Veo que con el dinero del fondo social europeo se han dado oportunidades de formación y reciclaje a las personas. Y ayudas a autónomos y emprendedores. La verdad que yo no me había enterado y personas que conozco tampoco. Voy a difundir esto entre todos mis contactos.
Muchas gracias y un abrazo 🍌
20:55

Reenviado
Me parece veraz, que transmite la realidad que vivimos. 18:48
Reenviado
Enhorabuena está genial todo 🍌🍌🍌 18:48
Vamos!!!! 🍌 18:49

Reenviado
Esta genial !!! Habéis hecho muy buen trabajo y si que ha tenido que ser complicado el montaje 🍌🍌
18:47



Además, la campaña fue presentada por la responsable de comunicación de la Unidad Administradora del FSE en la reunión del Equipo País que se celebró en el marco de la reunión Plenaria de la RED INFORM, el 9 de junio de 2021. Véase el siguiente enlace:

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/communication/inform-network/0806-virtual

2.-Incorporación de elementos innovadores.

La campaña contiene elementos innovadores en cuanto al formato, que combina la realización de entrevistas que se utilizan para dar contenido a la posterior edición de un vídeo y su difusión por diferentes vías, incluyendo la celebración de un plató virtual cuya estructura sigue la de los contenidos del vídeo documental.

La realización y edición del vídeo y la configuración y emisión del plató virtual se hace con el apoyo de profesionales de la comunicación y las técnicas de streaming.

Dada la actual situación derivada de la pandemia, la campaña se ha diseñado teniendo en cuenta la exigencia de no realizar acciones que pudieran comprometer la seguridad sanitaria; por lo tanto, se han evitado actuaciones presenciales y se han aportado soluciones innovadoras y eficientes que han implicado el uso de las TIC y de plataformas digitales de difusión.

La campaña comienza a diseñarse el 29 de marzo de 2021.

La narrativa de la campaña es un tributo del FSE a la resiliencia de la ciudadanía en este año de una dureza sin precedentes en su historia. A través del relato de lo vivido, se teje la visibilización del FSE.





La campaña parte **del contexto diferencial de la pandemia del COVID-19**, reconociendo hasta qué punto “el mundo del trabajo” se está viendo afectado por la pandemia, y ello a través de los testimonios de las personas que, desde distintos ámbitos sociales, económicos y geográficos, representan en nuestra sociedad ese mundo del trabajo.

La **estrategia** de la campaña ha consistido en poner el **foco en las personas**, en las que invierte el FSE: sus vivencias, sus testimonios, sus temores, su rabia, su resiliencia, su recuperación... todo ello ha tejido el mensaje de la presencia y el respaldo del FSE.



La campaña se materializa a través de dos elementos:

1. Un **vídeo de divulgación** de 5'25" de duración, dinámico e impactante, con fragmentos de entrevistas a cuatro personas seleccionadas para dar su testimonio en vídeo y con imágenes que reconstruyen el año de pandemia acompañadas de testimonios en off de quienes lo han vivido, que hablan sobre las realidades vividas vinculadas al trabajo, al empleo, a la educación, a los riesgos de exclusión social, de pobreza, a la investigación.



El vídeo se difunde dos días antes del 9 de mayo y queda accesible al público.



2. Un **plató virtual, o evento FSE** de presentación de la campaña, emitido en streaming e igualmente grabado en vídeo para su difusión, que se celebra en la semana posterior al 9 de mayo (el viernes 14 de mayo) para dar difusión al vídeo y voz a las entidades del universo FSE que han colaborado en darle contenido a través de sus testimonios. La grabación del evento queda accesible al público.



Las **claves de la actuación** para la campaña de difusión sobre el FSE han sido las siguientes:

- Se pone el foco de manera intencionada y relevante en el contexto diferencial de la pandemia del COVID-19, tanto en relación a sus aspectos narrativos como a la tipología de acciones que se han llevado a cabo.
- En lo narrativo, la campaña ha impulsado un mensaje que visibiliza la presencia y el respaldo del FSE a las personas ante las situaciones extremas causadas por la pandemia, al tiempo que rinde tributo a la resiliencia de la ciudadanía a lo largo de este periodo.
- El foco de toda la campaña lo han constituido las personas, en las que invierte el FSE. El mensaje se ha tejido a partir de sus testimonios, sus narrativas y sus vivencias de esta experiencia sin precedentes en Europa desde que existe el FSE, así como en los testimonios y la contextualización de personas representantes de las organizaciones beneficiarias y de las instituciones vinculadas al FSE y de la propia UAFSE. En este sentido, se ha generado una sensación de cocreación participativa del mensaje.

3.-Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.

La Campaña se organizó con el fin de dar a conocer a la ciudadanía la contribución del FSE y su efecto en las personas.

La adecuación de los resultados que se obtuvieron con respecto a los objetivos que se perseguían pueden conocerse a través de las diferentes fases de ejecución de la Campaña:

Fase 0: Validación de la propuesta aprobada y puesta a punto del proceso

Descripción

Tras la presentación y aprobación de la propuesta, validación de los componentes de la propuesta aprobada (narrativa, estrategia, medios y contenidos) y revisión del conjunto de acciones, procedimientos y plazos.

Resultados alcanzados al término de esta fase

- Quedan explicados y validados los distintos elementos de la campaña: “vídeo FSE”, “teaser del vídeo FSE”, “evento FSE en *streaming*” y “grabación del evento FSE”, así como sus canales de difusión.
- Se redacta y comparte un cronograma detallado con plazos y fechas de ejecución y entrega.
- Se define y valida el procedimiento de colaboración entre la Asistencia técnica y la UAFSE: interlocución, tipología y frecuencia de reuniones, vinculación al cronograma, etc.

Finalización

5 de abril de 2021

Fase 1: Preparación y validación de la intervención - vídeo FSE y plató FSE

Descripción

Durante esta fase, quedan preparadas y validadas todas las partes necesarias para los dos productos clave de la campaña: el vídeo y el plató.

No Gaps prepara una propuesta detallada con opciones de lemas para la campaña e ideas fuerza del mensaje. Desarrolla el guion del vídeo y de las entrevistas y propone una tipología de participantes y contenidos documentales. Prepara una descripción de tecnologías para el plató virtual y una agenda para el mismo. La UAFSE revisa y valida los contenidos.

Resultados alcanzados al término de esta fase

- Queda confirmado el “lema” definitivo de la campaña: **“Homenaje a una ciudadanía heroica. El FSE te respalda”**.
- Quedan validadas las ideas fuerza y los bloques constructivos del mensaje que se desarrolla en el vídeo, y consecuentemente señalado el perfil de las personas a entrevistar y algunos ejemplos de buenas prácticas.
- Queda validado el guion del vídeo y sus contenidos y mensajes.
- Queda definida la tipología de participantes y organizaciones beneficiarias FSE para el vídeo.
- Se identifican potenciales personas que intervendrán en el vídeo, tanto solo en voz como en vídeo y voz.
- Se redactan y aprueban los guiones de las entrevistas tanto a personas individuales como a representantes de entidades y representantes del propio FSE.
- Quedan seleccionadas las fuentes documentales del vídeo (imágenes).
- Se gestiona y obtiene con RTVE los correspondientes permisos de uso de las fuentes documentales, dirigiendo la UAFSE un escrito de solicitud al ente público en este sentido.
- Queda seleccionada y validada la plataforma y los contenidos del plató o evento FSE.
- Queda definida la participación en el evento.
- Se inician las pruebas técnicas que durarán hasta el mismo día del evento.

Finalización

Vídeo: 16 de abril de 2021

Plató: 14 de mayo de 2021

Fase 2: Realización del vídeo FSE y difusión

Descripción

No Gaps realiza el vídeo, primero en fase de maqueta y, una vez validado por la UAFSE, en su versión definitiva. El proceso incluye:

- la redacción del guion de las entrevistas,
- el envío del guion a las personas seleccionadas,
- el envío del formulario de consentimiento para la grabación y utilización de testimonios en audiovisuales para su firma por parte de las personas entrevistadas,
- la realización y grabación de las entrevistas,
- la selección de 4 personas para el rodaje del vídeo,
- el rodaje de entrevistas a estas 4 personas en un estudio profesional.
- la selección de fragmentos de las entrevistas como testimonios de voz en off para el vídeo,
- la redacción y grabación de la voz narrativa,
- la selección de fuentes de imágenes y la música,
- la preparación de los elementos gráficos del vídeo
- la realización del vídeo a partir de todos estos elementos

Por otra parte, se diseña el plan de difusión del vídeo y se redactan los mails de comunicación de la publicación del vídeo FSE, que se pone a disposición a través de:

- Canal de YouTube de No Gaps creado a este fin,
- Página Web de la UAFSE.

Resultados alcanzados al término de esta fase:

- Quedan realizadas 47 entrevistas, 2 a representantes del FSE, incluida una en vídeo a Emma Toledano-Laredo, Jefa de Unidad de la DG de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea, 34 a personas a título particular y 11 a personas representantes de entidades del universo FSE. Las entrevistas tienen una duración media de 20 minutos, lo que representa más de 15 horas de material de entrevista.
- A la hora de seleccionar a las personas a las que se ha hecho la entrevista, se ha puesto el foco en conseguir una representación lo más amplia y equilibrada posible tanto de los públicos objetivo a los que se dirigen los Programas cofinanciados por el FSE como de las entidades que los desarrollan. Ese trabajo se realizó a su vez buscando testimonios que pudieran encajar con las ideas fuerza extraídas del análisis de la actuación del FSE a lo largo del periodo de pandemia, desde su inicio en 2020 hasta finales de abril de 2021.
- Quedan preseleccionados los fragmentos de cada una de las entrevistas para incluir en el vídeo FSE. La duración total de los fragmentos preseleccionados es de unas 2 horas.
- Se realiza un vídeo de 5'24" de duración que se entrega en Máster de alta calidad a 1920 x 1080 (HD) en Apple prores 422(HQ) y en Versión web 1920 x 1080 (HD) en .mp4/h264.
- Se realiza y entrega una versión resumida del vídeo o *teaser* (55") en los mismos formatos.

- Se lleva a cabo el plan de difusión del vídeo el 7 de mayo entre las personas participantes y el partenariado del FSE para que lo conozcan y difundan antes de la emisión del plató virtual.

Finalización

6 de mayo de 2021: entrega del vídeo

7 de mayo de 2021: lanzamiento

Fase 3: Realización del Plató virtual y postproducción/difusión

Descripción

No Gaps propone y la UAFSE valida la plataforma, el software, la estructura y los contenidos del plató. Se seleccionan las entidades y personas participantes en el plató, que serán las mismas que han participado en las entrevistas para el vídeo y se les informa de los contenidos.

Se realizan pruebas técnicas previas con los distintos elementos que se incluirán en la emisión en *streaming*. Se redactan las piezas de presentación y conducción del evento. El 14 de mayo a las 11:30 y hasta las 13:00 horas se celebra el evento FSE emitido en *streaming* por YouTube.

A partir del 28 de mayo, la UAFSE difunde el vídeo del evento FSE a través de su web y se sube también al canal de YouTube de No Gaps. Se realiza el seguimiento del impacto de la campaña.



Resultados alcanzados al término de esta fase

- Se celebra el evento FSE con la participación de representantes de entidades y del FSE y emitido en *streaming*. Enlace al vídeo del evento FSE (Plató virtual) en YouTube <https://youtu.be/v11zb83l08s>
- El evento comprende los siguientes contenidos:
 - Presentación a cargo del Subdirector General de la UAFSE

- Saludo de la Jefa de Unidad del FSE – Comisión Europea
- Emisión del vídeo FSE
- Videoforum con intervenciones de 9 personas representantes de sus respectivas entidades del universo FSE (una de ellas a través de un vídeo)
- Vídeo de la entrevista a la Jefa de Unidad del FSE – Comisión Europea
- Vídeo de representante del ámbito local (Ayuntamiento de Xátiva)
- Vídeos “Voces de la pandemia”, realizados para el fin específico del Plató con una selección adicional de testimonios extraídos de los fragmentos de entrevista, dando así cabida a un mayor número de voces que representan los públicos del FSE.
- A partir de la grabación del evento se produce un vídeo del mismo que incluye todos los contenidos anteriores: las intervenciones específicas de las dos personas representantes del FSE, el vídeo de la entrevista a Emma Toledano, los vídeos “Voces de la Pandemia”, los vídeos que encarnan la participación del nivel local y de una entidad que no ha podido estar presente en el evento.
- Se redacta y distribuye una nota de prensa y se realiza el seguimiento del impacto de la difusión de los contenidos de la campaña a través de los medios y canales previstos (véase apartado siguiente).

Finalización

14 de mayo de 2021 (evento)

4 de junio: registro de difusión

4.-Contribuye a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución.

Debido a la complejidad de la gestión del FSE, por las numerosas actuaciones que hay que desarrollar relacionadas la mayoría de las veces con la Programación, la Gestión, la Certificación y la Auditoría, las actuaciones propias de comunicación quedan relegadas a un segundo plano por haber siempre “otras prioridades” que se sobreponen a la divulgación de las actuaciones que se ponen en marcha.

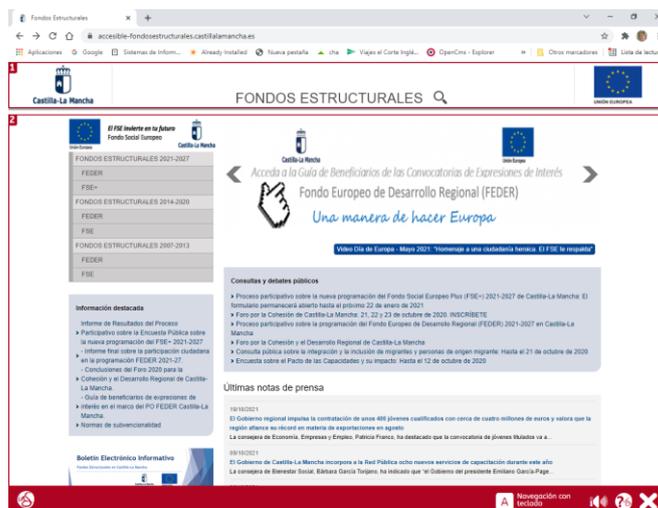
Por eso, la celebración de esta Campaña de difusión refuerza la comunicación y sirve de impulso para el planteamiento de otras nuevas actuaciones de comunicación que complementen y enriquezcan el resto de actuaciones relacionadas con la Gestión del FSE.

Además, en numerosas evaluaciones relacionadas con las estrategias de Comunicación de los programas, se había advertido de la necesidad de reforzar las actuaciones de comunicación, por lo que con esta Campaña se da cumplimiento a esta necesidad.

5.- Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.

La Campaña contó con la participación de responsables de la Unidad Administradora del FSE, del Ministerio de Trabajo y de la Comisión Europea, y reunió a representantes de organismos intermedios y beneficiarios que se encargan de la gestión del FSE en España, a través de los diferentes Programas Operativos regionales y nacionales. Además, participó la ciudadanía a través de los canales habilitados a tal fin, tanto

mediante las diferentes Web de la UAFSE y de los organismos intermedios y beneficiarios del FSE como del canal de YouTube donde se difundió la campaña.



También, la propia Comisión Europea dio a conocer los resultados de dicha Campaña a diferentes organismos expertos en Comunicación como la Red INFORM IO, donde fue seleccionada como una buena práctica para ser presentada en la reunión del Equipo País del 9 de junio de 2021; o la propia DG COM.

6.-Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

Se han tenido en cuenta estos criterios a la hora de organizar la Campaña de difusión, tanto en cuanto a las personas participantes, como en los contenidos de las presentaciones realizadas. También ha habido una numerosa participación de mujeres ponentes tanto entre las personas representantes de los organismos gestores como de las autoridades del Ministerio de Trabajo o de la Comisión Europea.

En cuanto al porcentaje de participación desagregado por sexo ha sido mayoritaria la participación de mujeres frente a la de hombres. Entre las personas entrevistadas de la ciudadanía, destacan 16 mujeres frente a 14 hombres y también entre las personas entrevistadas que participaron en el plato virtual, representantes de entidades FSE, el porcentaje de participación de mujeres fue mayor, siendo 12 mujeres frente a 5 hombres.

A la hora de realizar actividades de comunicación, la UAFSE tiene en cuenta las recomendaciones de la Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los fondos estructurales y de inversión europeos (2014-2020) realizada en el marco de la Red de Políticas de Igualdad entre mujeres y hombres en los Fondos Comunitarios:

https://www.igualdadgenerofondoscomunitarios.es/Documentos/herramientas/2014_20/Guia_comunicacion_2014_2020.pdf

Con respecto a la sostenibilidad ambiental, se ha intentado evitar la impresión de numerosos documentos como el programa, los formularios de inscripción, las presentaciones, etc. remitiendo la información de interés por correo electrónico o

difundiéndolo a través de la web. Al tratarse de una campaña que ha utilizado las tecnologías y se ha realizado telemáticamente, no ha requerido la movilización de personas ni la utilización de recursos innecesarios.

7.- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

La celebración de esta campaña se realiza en el marco del Programa Operativo de Asistencia Técnica y en el de su correspondiente Estrategia de Comunicación, que a su vez responde a las obligaciones reglamentarias de la Unión Europea y a los acuerdos adoptados en la Redes GERIP, INIO e INFORM y en las recomendaciones de la DG Empleo y de la DG Comunicación de la Comisión Europea.