

COMUNICAR Y DAR

MÁS VISIBILIDAD

A LA UE

**DIRECTRICES PARA LAS
ACCIONES EXTERIORES**



JULIO DE 2022

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3	3. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	10	4. ASPECTOS JURÍDICOS Y CONTRACTUALES	20	5. EXPLICANDO LA UNIÓN EUROPEA	24
2 LA VISIBILIDAD DE LA UE	4	3.1 Narrativa	11	4.1 Titularidad de los derechos	20	5.1 Declaración general	24
2.1 El emblema de la UE	5	3.2 Objetivos	11	4.2 Derechos de la UE a utilizar el material de comunicación	21	5.2 Definiciones	24
2.2 La declaración de financiación	5	3.3 Público destinatario	11	4.3 Derechos de imagen y grabaciones de sonido	22	5.3 Enlaces a Internet	24
2.3 Ejemplos de utilización del emblema y la declaración de financiación	6	3.4 Enfoque	12	4.4 Declaraciones de derechos de autor	22	6. INFORMACIONES PRÁCTICAS	25
2.4 Marca compartida	6	3.5 Actividades	12	4.5 Publicación en la Biblioteca Audiovisual de la CE	22		
2.5 Situaciones excepcionales	8	3.6 Medición del impacto	19	4.6 Cláusulas de exención de responsabilidad	23		
2.6 Visibilidad de la UE tras finalizar la fase financiada por ella	9	3.7 Riesgos	19	4.7 Incumplimiento	23		
2.7 Presupuesto	9	3.8 Presupuesto	19	4.8 Monitorización y elaboración de informes ...	23		

1. INTRODUCTION

[ir a l'índice >](#)

En el marco del [presupuesto a largo plazo de la UE para 2021-2027](#), la comunicación estratégica y la visibilidad son una parte importante de todos los programas de la Unión Europea destinados a aplicar las prioridades políticas de la UE. Las directrices que figuran en este documento complementan los [requisitos corporativos](#) proporcionados por la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea. Están destinadas a los socios que ejecutan acciones exteriores financiadas por la UE bajo la rúbrica «Vecindad y resto del mundo» del presupuesto de la UE para 2021-2027. En el caso de la ayuda humanitaria y de las operaciones de protección civil fuera de Europa financiadas por la UE, pueden aplicarse [directrices específicas](#). Las presentes directrices se entenderán sin perjuicio de las disposiciones específicas recogidas en los Acuerdos Marco de Asociación Financiera.

El documento titulado «Comunicar y dar más visibilidad a la UE: directrices para las acciones exteriores» (en adelante, las «directrices») sustituyen el documento de 2018 titulado «Comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE: requisitos para los socios encargados de la ejecución». Los contratos y acuerdos concluidos antes de la publicación de las presentes directrices de-

berán ajustarse a estas en la medida en que lo permitan las correspondientes disposiciones contractuales.

Ni la Comisión Europea ni ninguna persona que actúe en su nombre podrán ser consideradas responsables del uso que pueda hacerse de la información contenida en este documento.

Estas directrices suponen un cambio de enfoque en los presupuestos y actividades en materia de comunicación y visibilidad de los proyectos y programas individuales, pasando a un enfoque más estratégico en aquellos casos en los que la UE ha acordado que los socios realicen actividades de comunicación.

¿QUÉ CUESTIONES ABORDAN ESTAS DIRECTRICES?

VISIBILIDAD

Garantizar la visibilidad adecuada de la ayuda financiera de la UE permite dar cuenta de la utilización de fondos y asegurar transparencia a los contribuyentes y a los ciudadanos de los países socios. El emblema de la UE debe utilizarse siempre junto a una simple declaración de financiación que mencione la ayuda proporcionada por la Unión Europea. Véase la sección 2 para consultar todos los detalles.

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

La comunicación estratégica tiene una función fundamental a la hora de reforzar el papel de la UE en el mundo, fomentar el debate democrático y aumentar la credibilidad de la UE al demostrar el valor añadido que genera su apoyo. Por tanto, y con carácter excepcional, la UE puede optar por financiar acciones de comunicación sobre determinadas prioridades políticas en el marco de programas y/o proyectos específicos.

Estas actividades de comunicación no solo deben centrarse en la acción en sí, sino en las razones que la hacen necesaria, incluso haciendo énfasis en los valores compartidos, los intereses y el impacto. De este modo, dichas actividades contribuirán a garantizar que el conocimiento, la comprensión y la percepción de la UE y del papel que desempeña en el mundo (tanto en los países de la Unión como en las regiones y países asociados) están a la altura del alcance, la magnitud y la ambición de su compromiso permanente. Véase la [sección 3](#) para consultar todos los detalles.

2. LA VISIBILIDAD DE LA UE

Todos los beneficiarios de la financiación de la Unión Europea tienen la obligación general de reconocer el origen de los fondos y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE recibida, tal y como se indica en el [Reglamento Financiero de 2018](#), en el [Instrumento de Vecindad, Cooperación al Desarrollo y Cooperación Internacional - Europa Global](#), en el [Instrumento de Ayuda de Preadhesión III](#), en el [Instrumento Europeo de Cooperación Internacional en materia de Seguridad Nuclear](#) y en la [Decisión de Asociación Ultramar, incluida Groenlandia](#).

Las obligaciones de visibilidad se aplican por igual, independientemente de que las acciones en cuestión sean implementadas por la Comisión Europea, por medio de contratos de subvención y contratos públicos o por los socios a través de una gestión indirecta.

En estas directrices, las menciones a los beneficiarios o socios (ejecutores) se refieren a los beneficiarios de las subvenciones, contratistas, organizaciones, entidades o personas que ejecutan las acciones externas, ya sea por medio de una gestión directa o indirecta, financiadas total o parcialmente por la UE.

Comunicar y dar más visibilidad a la UE



2.1 EL EMBLEMA DE LA UE

El emblema de la UE es la marca visual más importante que se utiliza para reconocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE. Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual ni logotipo para destacar el apoyo de la UE, salvo que se acuerde previamente lo contrario con la Comisión Europea.

Todos los beneficiarios de la financiación de la UE deben utilizar el emblema europeo en sus comunicaciones para dejar constancia del apoyo recibido en el marco de los programas de la UE, así como para contribuir a la visibilidad de la UE sobre el terreno. El emblema de la UE debe figurar de forma correcta y en un lugar destacado.

Cuando la UE es el único donante, el emblema debe aparecer en el lugar más visible. Cuando existen varias entidades donantes, el emblema de la UE debe aparecer al menos de manera tan destacada como los emblemas del resto de socios financieros. Además, la colocación de los emblemas deberá determinarse de acuerdo con todas las entidades donantes.

Cuando el emblema de la UE se reproduce en cualquier representación gráfica, debe utilizarse en su totalidad, sin ninguna modificación ni añadido. La representación o reproducción del emblema no puede incorporar ninguna bandera o símbolo de otro país, entidad donante, agencia u organización. La representación gráfica de cualquier socio debe aparecer de manera separada.

El emblema de la UE y otros elementos visuales están disponibles en el [Centro de Descargas de Elementos Visuales](#). Por favor, consulte el documento titulado «[El uso del emblema europeo en el contexto de los programas de la UE 2021-2027: orientaciones operativas para los beneficiarios de la financiación de la UE](#)» para obtener directrices detalladas acerca del uso del emblema de la Unión Europea.

2.2 LA DECLARACIÓN DE FINANCIACIÓN

El emblema de la UE debe utilizarse junto a una declaración de financiación que mencione la ayuda de la UE. La declaración de financiación «Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea» (según el caso) se colocará junto al emblema y deberá figurar siempre íntegramente en la lengua operativa del programa de la UE y en la lengua o lenguas locales pertinentes.

Los socios que ejecuten acciones de visibilidad sobre el terreno para la ayuda humanitaria conforme a la sección 12.1.A del Formulario Único deberán utilizar el emblema de la UE junto a la mención «Financiado/Cofinanciado por la ayuda humanitaria de la UE». Esta excepción para la visibilidad sobre el terreno es necesaria por razones de seguridad y protección.

Tanto el emblema de la UE como la declaración de financiación son esenciales para reconocer el apoyo proporcionado por la UE. Como norma, siempre van de la mano y no deben separarse. *ne doivent pas être séparés.*



**Financiado por
la Unión Europea**



**Financiado por
la Unión Europea**



**Cofinanciado por
la Unión Europea**



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

2.3 EJEMPLOS DE UTILIZACIÓN DEL EMBLEMA Y LA DECLARACIÓN DE FINANCIACIÓN

2.3.1 Paneles divulgativos

Los paneles divulgativos deben identificar los principales objetivos a alcanzar y las estructuras de gestión de proyecto de las acciones financiadas por la UE a las que se refieren. Deben ser claramente visibles para que los transeúntes puedan leerlos y comprender la naturaleza de la acción y el papel de la UE como donante. Los paneles divulgativos deben instalarse junto a las vías de acceso al lugar donde esté teniendo lugar la acción y deben permanecer allí desde el inicio de la acción hasta seis meses después de su finalización. Los socios también deben mostrar paneles al promocionar las acciones financiadas por la UE en exposiciones o eventos, así como en las entradas de los centros de formación, en las recepciones de oficinas, etc.

2.3.2 Placas conmemorativas

Las contribuciones de la UE a la construcción de estructuras permanentes como viviendas, clínicas, fábricas, instituciones, centros de formación, carreteras y puentes deben ser reconocidas mediante placas conmemorativas permanentes. Estas placas deben colocarse, por ejemplo, durante las ceremonias de inauguración, en el lugar más visible de la estructura, como la entrada principal o delante del edificio. La placa debe mostrar el emblema de la UE y debe llevar grabada la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la

Unión Europea»).

2.3.3 Vehículos, suministros y equipos

Todos los vehículos, suministros y equipos utilizados o entregados en el marco de las acciones financiadas por la UE deben estar claramente identificados y deben mostrar de forma visible el emblema de la UE y la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea»).

2.3.4 Bannières

Respecto a las pancartas elaboradas como telón de fondo para eventos especiales como inauguraciones o conferencias, el emblema de la UE y la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea») deben aparecer sobre la pancarta en el lugar más visible.

2.3.5 Publicaciones

El emblema de la UE y la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea») deben figurar en los informes, folletos, desplegados, posters, boletines informativos y otras publicaciones impresas o electrónicas que estén directamente relacionadas con los proyectos financiados por la UE.

Siempre que sea posible, cuando alguna publicación de un socio incluya un proyecto

financiado por la UE, aunque no esté relacionado exclusivamente con él (por ejemplo, informes anuales, etc.), debe quedar reflejado claramente este hecho incluyendo la declaración de financiación pertinente («Financiado por la Unión Europea» o «Co-financiado por la Unión Europea») en el marco de la referencia visual o escrita del proyecto. Se debe utilizar la cláusula de exención de responsabilidad apropiada, como se establece en la sección 4.6.

2.3.6 Activos digitales

Se entiende por “activos digitales” cualquier producto almacenado digitalmente y que se pueda identificar de forma única, que las organizaciones puedan usar para promover sus acciones. Algunos ejemplos de activos digitales son las páginas web, los elementos visuales, las infografías y los vídeos. El emblema de la UE y la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea») deberán figurar en todos los activos digitales que estén directamente relacionados con los proyectos financiados por la UE. Siempre que sea posible, cuando en un activo digital aparezca un proyecto financiado por la UE, aunque no esté relacionado exclusivamente con él (por ejemplo, sitios web generales, etc.), debe quedar reflejado claramente este hecho incluyendo la declaración de financiación pertinente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea») junto a la referencia visual o escrita a dicho proyecto.

2.3.7 Artículos de papelería, tarjetas de visita, membretes, etc.

Cuando el título de un proyecto financiado por la UE se mencione en artículos de papelería (por ejemplo, en membretes, líneas de asunto de correspondencia, hojas de portada de faxes, tarjetas de visita y firmas de correos electrónicos) utilizados por el socio encargado de la ejecución, debe ir acompañado de la declaración de financiación correspondiente («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea»). El emblema de la UE no podrá utilizarse en ningún caso en las tarjetas de visita, artículos de papelería o correspondencia de los socios (ya sea por correo postal o electrónico).

2.3.8 Otros tipos de producciones

En lo relacionado con las producciones y acciones de bajo contenido tecnológico elaboradas con la financiación de la UE (como teatro, mímica, griots, heraldos y artistas callejeros), las opciones para promocionar la visibilidad de la UE deberán determinarse caso por caso de acuerdo con la Unión.



2.4 MARCA COMPARTIDA

Cuando se muestre en asociación con otro(s) emblema(s) o logotipo(s) (por ejemplo, los de cofinanciadores o patrocinadores), el emblema de la UE deberá figurar, al menos, de forma tan destacada y visible como el/los otro(s) emblema(s) y logotipo(s) y deberá tener, como mínimo, el mismo tamaño que el mayor de los otros emblemas o logotipos. El uso del emblema de la UE en todos los materiales de comunicación (como los productos impresos o digitales, o los sitios web y sus versiones móviles) que estén destinados al público o a los participantes, junto con otro emblema/logotipo o título, debe seguir las directrices detalladas establecidas en el documento titulado [«El uso del emblema europeo en el contexto de los programas de la UE 2021-2027: orientaciones operativas para los beneficiarios de financiación de la UE»](#).



2.5 SITUACIONES EXCEPCIONALES

La excepción de las obligaciones contractuales en materia de visibilidad solo está permitida en circunstancias excepcionales. Por ejemplo, por cuestiones de seguridad o susceptibilidades políticas a nivel local, puede ser preferible o necesario limitar las actividades de visibilidad en determinados países o zonas (como en zonas de crisis o conflicto) o durante determinados períodos (como durante las elecciones). En estos casos, las herramientas, productos y canales de visibilidad que deben utilizarse para promocionar una acción concreta se determinarán caso por caso, en consulta con la UE y de acuerdo con esta, antes de limitar la visibilidad de la Unión Europea. Cuando se acepten dichas excepciones, el beneficiario de la financiación de la UE deberá proponer de forma proactiva acuerdos alternativos para garantizar la visibilidad de la Unión Europea. La necesidad de una intervención rápida para dar respuesta a una crisis repentina no se considera una situación excepcional que justifique una excepción de las obligaciones contractuales de visibilidad. En dichos casos, la visibilidad de la UE debe estar garantizada desde el inicio.

2.6 VISIBILIDAD TRAS FINALIZAR LA FASE FINANCIADA POR LA UE

Cuando las acciones continúan tras la finalización de la fase financiada por la UE, el emblema de la UE podrá dejar de incluirse en las nuevas actividades de comunicación que acompañen la acción una vez hayan transcurrido seis meses desde la finalización de la fase financiada por la Unión Europea. Las únicas excepciones son las placas conmemorativas y los paneles divulgativos.

Sin embargo, los materiales de comunicación publicados en el marco de la acción una vez haya transcurrido el periodo de seis meses mencionado deben incluir la siguiente mención: «Una fase anterior de este proyecto/programa ha sido financiada/cofinanciada por la Unión Europea». Esta mención deberá mostrarse de forma tan destacada y con la misma visibilidad que se le dio a la contribución de la UE en la fase financiada por la UE.

Cuando la donación de uno o varios vehículos utilizados en la ejecución de un proyecto financiado por la UE a un organismo determinado constituya específicamente uno de los productos finales de la acción, los socios encargados de la ejecución deberán eliminar el emblema y las otras marcas de visibilidad de la UE al transferir la titularidad de los vehículos una vez finalizada la acción.

2.7 PRESUPUESTO

En principio, los proyectos/programas individuales no deberían incluir un presupuesto específico de visibilidad. En cambio, los costes necesarios para garantizar el cumplimiento de los requisitos contractuales de visibilidad deberán incluirse en el presupuesto previsto para los objetivos y actividades pertinentes de la acción.

3. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La comunicación estratégica desempeña un papel fundamental a la hora de dar a conocer las prioridades políticas de la UE y demostrar cómo la Unión contribuye de forma positiva a la vida de los ciudadanos. Esto permite que la UE pueda demostrar su oferta positiva a los países socios y ayuda a posicionar a la Unión Europea como socio de referencia. La UE pretende centrar sus esfuerzos de comunicación en las prioridades políticas clave y en las actividades que demuestren alcance e impacto.

Por norma general, los socios encargados de la ejecución ya no están obligados a incluir un presupuesto y un plan de comunicación específicos para cada proyecto/programa. Excepcionalmente, y con el acuerdo previo de la UE, las actividades de comunicación para proyectos/programas específicos podrán financiarse como parte de la acción. En estos casos limitados, se aplicarán las siguientes directrices en materia de comunicación estratégica.

Siempre que la UE lo solicite, los beneficiarios de la financiación de la UE deberán apoyar las acciones de comunicación de la Unión Europea (por ejemplo, proporcionando contenidos o apoyando el acceso a los proyectos, así como en campañas o acciones en los medios de comunicación gestionadas por la UE).



[ir a l'índice >](#)

PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

En aquellos casos en los que la UE haya aprobado la comunicación estratégica para un proyecto o programa, los socios encargados de la ejecución deberán elaborar un **Plan de Comunicación Estratégica** y obtener la aprobación de la UE antes de que se inicie la ejecución de las actividades operativas, salvo que se acuerde expresamente lo contrario con la UE. Los socios encargados de la ejecución deberán consultar a sus homólogos de la UE en lo relacionado con la preparación y la aplicación de su Plan de Comunicación Estratégica.

Dicho plan debe fundamentarse en un riguroso análisis, una secuenciación adecuada y un presupuesto apropiado con el fin de garantizar el alcance y el enfoque necesarios para lograr el impacto. Como mínimo, deberán abarcar los elementos que figuran en las secciones 3.1 a 3.8 de estas directrices.

Para los Convenios de Contribución y los Convenios de Contribución para Instrumentos Financieros, todas las actividades de comunicación acordadas deberán incluirse en el Anexo I (Descripción de la acción).

3.1 NARRATIVA

La narrativa no solo debe centrarse en la acción en sí, sino en las razones que la hacen necesaria, incluso haciendo énfasis en los valores, los intereses compartidos y el impacto. Para transmitir un mensaje eficaz, es necesario investigar cómo piensa y cómo siente el público destinatario y por qué. Implica comprender cuáles son sus necesidades, esperanzas y temores. Al dar forma a los mensajes de tal manera que resuenen con los valores, intereses y motivaciones de los destinatarios, es más probable que estos lo recuerden y actúen en consecuencia. Los mensajes deben ser puestos a prueba y perfeccionados según sea necesario y en la medida en que resulte posible y adecuado.

El éxito de este proceso permitirá demostrar el valor añadido de la acción y garantizará que el conocimiento, la comprensión y la percepción de las acciones exteriores de la UE están a la altura del alcance, la magnitud y la ambición de nuestro compromiso conjunto.

3.2 OBJETIVOS

Deben establecerse unos objetivos de comunicación que sean específicos y mensurables, ambiciosos pero alcanzables, y que estén alineados con los objetivos generales de la acción. Solo deberán incluirse aquellos objetivos que sean relevantes para la consecución del objetivo general. Es necesario especificar el plazo para alcanzar cada objetivo, ya sea a corto o a largo plazo.

3.3 PÚBLICO DESTINATARIO

Identificar y segmentar adecuadamente al público destinatario es clave para el éxito de la comunicación. Cada objetivo puede tener varios destinatarios, y el Plan de Comunicación Estratégica debe garantizar que los mensajes y las tácticas para llegar a cada uno de ellos sean definidos en consecuencia. Se recomienda llevar a cabo un estudio del público destinatario para entender mejor cuáles son sus valores y motivaciones y así enmarcar y comunicar los mensajes de tal manera que se identifiquen con ellos.

En función del contexto geoestratégico, las actividades de comunicación estratégica deben dirigirse principalmente a dos tipos de público complementarios:

- Un público más amplio, compuesto por ciudadanos de a pie (especialmente, en el rango de edad entre 18 y 35 años) que no están involucrados en política, en actividades de cabildeo ni en las relaciones internacionales y que pueden no estar informados sobre la UE.
- Una audiencia especializada que incluye a los principales líderes políticos y de opinión, la comunidad diplomática en general, los grupos de reflexión, la comunidad empresarial y del sector privado, los activistas y otros multiplicadores relevantes.

3.4 ENFOQUE

El Plan de Comunicación Estratégica debe describir el enfoque que se adoptará para alcanzar los objetivos. Dicho enfoque dependerá del público destinatario.

- **Canales:** ¿cuál es el mejor canal para llegar al público destinatario? Este aspecto puede variar mucho en función del país, de la región, de la cultura, etc. Las distintas audiencias consumen contenidos a través de canales diferentes, y una comunicación eficaz se basa en saber dónde se encontrará el público destinatario. Algunos ejemplos de canales son los medios de comunicación escritos, la televisión, las redes sociales, los eventos, etc.
- **Contenido:** al igual que se llega a diferentes audiencias a través de canales distintos, el contenido necesario para llegar a los destinatarios y provocar un impacto en ellos también varía en función de la audiencia y el canal. Si sabemos cuál es el público destinatario y el canal, podremos adaptar el contenido en consecuencia. Algunos ejemplos de contenido son las imágenes, los vídeos, las publicaciones, etc.

- **Redes y multiplicadores:** es necesario identificar a los socios (medios de comunicación, sociedad civil, mundo académico, mundo empresarial, Estados miembros, socios del Equipo Europa, etc.) que pueden aumentar el alcance, la credibilidad y el impacto.
- **Influencers:** los influencers son voces reconocidas que no solo son capaces de amplificar el alcance del contenido, sino que también pueden conectar con el público destinatario y atraerlo. Pueden ser personalidades locales o nacionales, defensores, embajadores, etc.

3.5 ACTIVIDADES

Las diferentes etapas del ciclo del proyecto pueden requerir diferentes actividades de comunicación, y no hay un modelo único que valga para todos. Las actividades de comunicación siempre deben diseñarse en función de los objetivos y del público destinatario, tal y como se ha indicado anteriormente, además de en función del proyecto/programa al que se refieren. El aspecto más importante es garantizar que las actividades se debatan y se acuerden de antemano con la UE para asegurar el beneficio mutuo y el máximo nivel de impacto.

Los deben poner a disposición de la UE todo el material clave generado por la acción (fotografías, vídeos, etc.) en un formato adecuado durante toda su ejecución.

En principio, los canales de comunicación específicos para un proyecto o programa (sitios web, perfiles en redes sociales, boletines informativos, etc.) no están permitidos, a menos que exista una justificación específica y convincente para crearlos o mantenerlos. Estas excepciones deben ser discutidas con la UE y se decidirán caso por caso en función de la necesidad y el impacto demostrados. Cuando se apruebe este tipo de casos, se deberá elaborar además una estrategia de salida adecuada que deberá estar incorporada en el plan desde el principio.

3.5.1 Prensa y medios de comunicación

Comunicados de prensa

Se puede publicar un comunicado de prensa, por ejemplo, al inicio de una acción con el fin de destacar sus objetivos, beneficiarios y presupuesto, así como la asociación de la UE con el país o la región en cuestión, y al final de dicha acción para divulgar los resultados y los logros.

En primer lugar, los socios encargados de la ejecución que deseen publicar comunicados de prensa o hacer declaraciones públicas que estén directamente relacionadas con una acción financiada por la UE que estén llevando a cabo deben asegurarse de que el texto haya sido aprobado por la UE. Se deberá incluir una cita del correspondiente representante de alto nivel de la Comisión Europea o del correspondiente Embajador/jefe de la Delegación de la Unión Europea. La UE puede pedir que se aplique un enfoque de Equipo Europa al comunicado. Cuando la UE publique un comunicado de prensa, el socio encargado de la ejecución en cuestión deberá proporcionar toda la información y documentación técnica que se le solicite. Asimismo, se invita a los socios a incluir el texto descriptivo de la UE indicado en la sección 5.1 al final de los comunicados de prensa conjuntos.

Ruedas de prensa

Las ruedas de prensa celebradas en el contexto de una acción financiada por la UE siempre deben organizarse en colaboración con la Delegación u Oficina de la UE sobre el terreno. En las propias ruedas de prensa, deberá mostrarse la bandera de la UE si aparecen otras banderas o emblemas.

Visitas de prensa

Los socios encargados de la ejecución deben solicitar la autorización de la UE antes de que se realice cualquier visita de prensa a un proyecto financiado por la UE. En todas las visitas de medios de comunicación que se organicen en el marco de un proyecto financiado por la UE, los socios deben asegurarse de que la Unión está informada con suficiente antelación para poder hacer aportaciones y permitir una planificación eficiente y efectiva, incluso en lo relacionado con la fecha y el posible enfoque. Se anima a los socios a que compartan sus resúmenes de prensa con la UE.



3.5.2 Communication en ligne

La información sobre las acciones exteriores financiadas por la UE se difunde a través de los sitios web oficiales, las plataformas web y los perfiles en redes sociales de la Unión. A petición de la UE, los socios encargados de la ejecución deben proporcionar los contenidos y elementos visuales con un formato adecuado para su publicación en los sitios web y los perfiles en redes sociales de la UE pertinentes.

Comunicación web

Se anima a los socios encargados de la ejecución a destacar en sus sitios web información relacionada con los proyectos financiados por la UE que estén en ejecución. También se les puede pedir que proporcionen contenidos para las páginas del programa bajo el dominio Europa. El contenido web específico del proyecto/programa debe proporcionar el contexto y los resultados para mostrar el valor añadido de la acción y el impacto logrado, ilustrándolos con hechos y cifras. Debe ser objetivo y atractivo al mismo tiempo, y se debe evitar el uso de jerga.

Las historias de interés humano son uno de los mejores modos de conectar con las personas. Las historias deben ilustrar la capacidad de acción de las personas y las comunidades como participantes activos en el proceso de desarrollo, desde el nivel individual hasta el nivel global. A la hora de identificar las historias que se van a compartir, es importante considerar cuáles son las que ilustran los cambios más significativos en los individuos o en las comunidades. Para ello, se pueden plantear preguntas para identificar cuál es el cambio, cómo se produjo y cuándo se produjo.

La creación de sitios web específicos para los proyectos/programas no está permitida, salvo que se acuerde lo contrario de antemano con la UE.



Redes sociales

La comunicación en redes sociales es un medio eficaz para crear visibilidad, tanto ante el público en general como ante públicos destinatarios específicos. Los socios deben elaborar textos y contenidos que destaquen del resto para inspirar la acción y el compromiso. Los contenidos visuales impactantes son uno de los modos más eficaces de comunicar la información y garantizar que se retengan los mensajes.

Los socios encargados de la ejecución deben hacer un uso completo de sus propias redes sociales e incorporar publicaciones relacionadas con el proyecto/programa a lo largo de la acción. Se anima a los socios a que contacten con su correspondiente homólogo europeo para proponer actividades conjuntas en redes sociales con el fin de maximizar el alcance y el impacto. La creación de cuentas en redes sociales específicas para los proyectos o programas no está permitida, salvo que se acuerde lo contrario de antemano con la UE.

El contenido de las redes sociales debe cumplir los requisitos de visibilidad anteriormente expuestos y debe mencionar claramente el apoyo que la UE brinda al proyecto. Los socios deben mencionar y etiquetar a la correspondiente institución o agencia de la UE en cualquier publicación.



3.5.3 Eventos

Los eventos públicos son un canal muy útil para comunicar el impacto de un proyecto/ programa concreto. Esto puede implicar organizar eventos específicos o participar en eventos organizados por otras entidades que sean relevantes para los objetivos de comunicación propuestos. Es necesario prestar atención al público destinatario, a los resultados deseados y al contenido para garantizar que el acto tenga un impacto óptimo.

Los eventos deben coordinarse con la UE, tanto si los organiza directamente el socio encargado de la ejecución como si no. Además, los socios encargados de la ejecución deberán invitar a un representante de la UE para que asista al evento. El material promocional y el material que se exponga en el propio evento (pancartas, carteles, etc.) debe cumplir con los requisitos de visibilidad indicados en la sección 2 anterior.



3.5.4 Fotografía

La fotografía es una poderosa herramienta que ayuda a contar historias. Ya sea a través de una sola instantánea o mediante una serie de fotos, la fotografía tiene el poder de captar la atención y emocionar a los espectadores. En el marco de su comunicación estratégica, se anima a los socios encargados de la ejecución a planificar y presupuestar la producción y la difusión de fotografías de alta calidad sobre el proyecto o programa con un claro reconocimiento a la ayuda que la UE le proporciona, tal y como se indica en la sección 2 anterior. En las exposiciones de fotografía, la UE debe estar claramente identificada como entidad donante en todos los anuncios, programas, invitaciones, sitios web, blogs, folletos, etc., tanto en línea como en el lugar del evento.



3.5.5 Vídeo

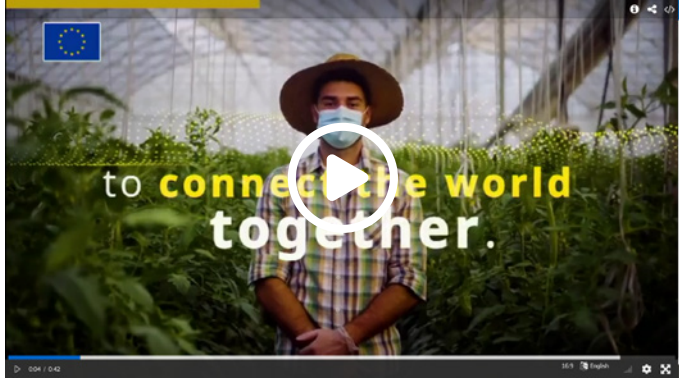
Las personas somos seres visuales y los vídeos son un medio de comunicación cada vez más importante. Los espectadores retienen mejor los mensajes cuando los visualizan en un vídeo, en comparación con la lectura de un texto. Esto quiere decir que el vídeo desempeña una función importante a la hora de comunicar tanto la intención como el impacto. Tanto si se centran en el ser humano como si se basan en la información, los vídeos deben apoyarse en los valores y las emociones con el fin de captar la atención del espectador. En el caso de los vídeos realizados para las redes sociales, el formato, la duración y la edición de los vídeos deben estar en consonancia con las normas y mejores prácticas actuales en materia de difusión en redes sociales.

Los vídeos producidos en el marco de las acciones exteriores financiadas por la UE deben ser aprobados por ésta antes de ser proyectados, emitidos o distribuidos. Es necesario garantizar que la UE participa plenamente en la concepción, la producción y la difusión de los vídeos con el fin de maximizar el alcance y la repercusión. Esto quiere decir:

- Avant la production : soumettre une note conceptuelle qui comprend un projet de scénario et de storyboard ainsi que la stratégie de diffusion proposée, en incluant le public cible et la portée potentielle. potentielle.
- Pendant la production : soumettre une ébauche de la vidéo à temps pour permettre des modifications sur la base des commentaires de l'UE.
- Une fois la production terminée : l'UE doit être informée de la distribution effective de la vidéo et recevoir toutes les informations et documents légaux nécessaires spécifiés dans la section 4.2 ci-dessous.

El emblema de la UE debe aparecer al principio y/o al final de la producción y debe ir acompañado de la correspondiente declaración de financiación («Financiado por la Unión Europea» o «Cofinanciado por la Unión Europea»). Se deben incluir cláusulas de exención de responsabilidad según consta en la sección 4.6.

Los socios encargados de la ejecución deben asegurarse de que todas las producciones cumplen con todos los requisitos legales.



CÓDIGO DE CONDUCTA

Es necesario asegurarse siempre de que los sujetos entienden y consienten libremente que se les grabe o fotografíe, incluyendo la forma en la que su imagen puede ser utilizada. Véase la sección 4 para consultar más detalles sobre el formulario de cesión de derechos de imagen que debe firmarse.

Los principios básicos que se deben seguir son los siguientes:

- Los vídeos y las fotografías deben ser siempre respetuosos y deben centrarse en la dignidad y la capacidad de acción de los sujetos.
- Los vídeos y las fotografías no deben mostrar a los sujetos como víctimas pasivas o indefensas.
- Los vídeos y las fotografías no deben fijar estereotipos y no deben ser sensacionalistas ni engañosos.
- Es necesario conocer los derechos de propiedad intelectual que pueden aplicarse a los edificios, las obras de arte, etc.
- Si aparecen niños en el vídeo o la fotografía, los padres o tutores del menor deberán firmar el formulario de cesión de derechos de imagen.

3.6 MEDICIÓN DEL IMPACTO

La monitorización es un proceso continuo y sistemático de recopilación de datos sobre una actividad. Adoptar unos indicadores clave de rendimiento claramente definidos es esencial para poder medir el éxito de una actividad respecto al cumplimiento de los objetivos que se han marcado y, además, mejora la transparencia y la responsabilidad en lo relacionado con el gasto en comunicación. Los indicadores clave de rendimiento pueden ser cualitativos o cuantitativos. Los indicadores cuantitativos definen información mensurable y se pueden verificar matemáticamente, mientras que los indicadores cualitativos reflejan razonamientos, opiniones personales, actitudes, etc. En un buen sistema de monitorización, ambos tipos de indicadores se complementan mutuamente. Cuando se trata de elegir indicadores, la cantidad no prima necesariamente sobre la calidad. Contar con unos cuantos indicadores «RACER» (es decir, pertinentes [relevant], aceptados [accepted], creíbles [credible], fáciles de controlar [easy to monitor] y robustos [robust]) suele ser suficiente.

3.7 RIESGOS

A la hora de planificar las actividades de comunicación, es importante considerar de antemano si existen riesgos asociados a las actividades previstas en función del contexto y la experiencia previa. Estos riesgos pueden implicar que las actividades no tengan éxito, sean malinterpretadas o no lleguen al público destinatario. Por ejemplo, los riesgos pueden estar relacionados con la situación política o de seguridad del país o la región en cuestión, o con otros factores relacionados con los recursos humanos y financieros disponibles. Para cada riesgo identificado, es necesario evaluar la probabilidad, el impacto y las medidas de mitigación que se deberían poner en marcha para minimizarlo en la medida de lo posible.

En caso de que algún riesgo previsto o imprevisto implique la necesidad de limitar o modificar las actividades de comunicación estratégica previamente acordadas debido a, por ejemplo, problemas de seguridad o sensibilidades políticas a nivel local, la limitación o modificación de dichas actividades deberá acordarse previamente y caso por caso con la UE.

3.8 PRESUPUESTO

El Plan de Comunicación Estratégica debe contar con un nivel adecuado de recursos. El presupuesto previsto debe estar en consonancia con el alcance, el contexto y la naturaleza de las actividades propuestas. Como norma general y a condición de que la UE así lo apruebe, se recomienda a los socios a cargo de la ejecución que destinen aproximadamente el 30 % del presupuesto de comunicación a la producción de contenidos y el 70 % restante a la difusión a través de los canales pertinentes.

4. ASPECTOS JURÍDICOS Y CONTRACTUALES

La UE tiene derecho a utilizar el material de comunicación y visibilidad producido y que es propiedad de los beneficiarios de la financiación de la UE. La titularidad del material continuará perteneciendo a los beneficiarios de la financiación de la UE, salvo que se especifique lo contrario en las condiciones contractuales (por ejemplo, en los contratos de servicios).

Todas las plantillas oficiales de la UE sobre licencias y derechos de imagen, incluidos los formularios de cesión de derechos de imagen, están disponibles en la Biblioteca Audiovisual de la Comisión.

4.1 TITULARIDAD DE LOS DERECHOS

Salvo que se especifique lo contrario en las condiciones contractuales antes del inicio de una acción determinada, los socios encargados de la ejecución conservarán la plena titularidad, así como los derechos de propiedad industrial e intelectual, de todos los materiales de comunicación y visibilidad producidos en el marco de las acciones exteriores financiadas por la UE a las que se refieren estas directrices.



4.2 DERECHO DE LA UE A UTILIZAR EL MATERIAL DE COMUNICACIÓN

En todos los programas y modelos de gestión, la UE o la autoridad otorgante tendrán el derecho a utilizar los materiales de comunicación y visibilidad que hayan sido producidos por el socio encargado de la ejecución. Este derecho se concede en forma de una licencia de uso libre de cánones, no exclusiva e irrevocable que se le concede únicamente a la autoridad otorgante. El socio encargado de la ejecución continuará siendo el propietario del material de comunicación y visibilidad y será plenamente responsable de obtener todas las licencias y autorizaciones necesarias para sus fines.

La licencia comprende el derecho a utilizar toda la información no sensible relativa a la acción, así como el material y los documentos recibidos por parte de los socios con fines informativos, comunicativos y publicitarios durante la acción o posteriormente.

Los siguientes modos de explotación podrán desarrollarse, detallarse o especificarse más a fondo en acuerdos o contratos de subvención específicos que pueden contemplar otros derechos de la UE de este tipo:

- a. Uso interno: la UE tiene derecho a facilitar el material de comunicación y visibilidad a sus instituciones y agencias, a las autoridades de los Estados miembros y a sus empleados, y, a tal efecto, podrá copiar y reproducir el material total o parcialmente y en un número ilimitado de copias;
- b. Reproducción: la UE tiene el derecho de reproducir el material de comunicación y visibilidad por cualquier medio y en cualquier formato, tanto total como parcialmente;

- c. Comunicación: la UE tiene derecho de difundir públicamente el material de comunicación y visibilidad utilizando para ello cualquier medio de transmisión;
- d. Distribución: la UE tiene derecho de autorizar cualquier forma de distribución de los materiales de comunicación y visibilidad (o copias de estos) al público;
- e. Adaptación: la UE tiene derecho a autorizar cualquier edición o modificación de los materiales de comunicación y visibilidad (incluyendo el acortamiento, el resumen, la inserción de otros elementos [por ejemplo, metadatos, leyendas, otros elementos gráficos, visuales, de audio o de texto], la extracción de segmentos [por ejemplo, archivos de audio o de vídeo], la división en partes o el uso en una compilación);
- f. Traducción: la UE tiene derecho a autorizar cualquier traducción, adaptación o arreglo, la creación de obras derivadas, así como cualquier otra alteración de los materiales de comunicación y visibilidad, siempre que se respeten los derechos morales de los autores, cuando proceda;
- g. Sublicencias: la UE tiene derecho a autorizar a terceros para que intervengan en su nombre o a sublicenciar a terceros los modos de explotación señalados en los apartados (b) a (f), si fuera necesario para las actividades de información, comunicación y publicidad de la autoridad otorgante;
- h. Almacenamiento y archivo: la UE tiene derecho a almacenar y archivar (en papel, en formato electrónico o en otro formato) los materiales de comunicación y visibilidad de

conformidad con sus normas internas de gestión de documentos.

- i. Reutilización de documentos: cuando los materiales de comunicación y visibilidad adoptan la forma de documentos, la UE tiene derecho a autorizar su reutilización de conformidad con la Decisión 2011/833/UE de la Comisión, de 12 de diciembre de 2011, relativa a la reutilización de los documentos de la Comisión, en caso de que sea aplicable, y si los documentos en cuestión entran en su ámbito de aplicación y no están excluidos por ninguna de sus disposiciones. A efectos de esta disposición, los términos «reutilización» y «documento» tienen el significado que se les asigna en la [Decisión de la Comisión 2011/833/UE, de 12 de diciembre de 2011](#), relativa a la reutilización de los documentos de la Comisión.

Los derechos de uso se concederán por todo el período de vigencia de los correspondientes derechos de propiedad industrial o intelectual. Si los materiales o documentos están sujetos a derechos morales o a derechos de terceros (incluyendo los derechos de propiedad intelectual y/o los derechos de imagen y voz de las personas físicas, véase la sección 4.3), los beneficiarios de la financiación de la UE deben obtener y garantizar que han obtenido todas las autorizaciones necesarias por parte de los titulares de los derechos anteriormente mencionados para poder conceder licencias sobre estos.

Cuando proceda, la Comisión Europea insertará una declaración de derechos de autor que figura en la sección 4.4 a continuación.

4.3 DERECHOS DE IMAGEN Y GRABACIONES DE SONIDO

Si cualquier dato personal (como imágenes de personas físicas, sus voces o cualquier otro atributo personal privado) aparece de tal forma que sea reconocible en los materiales de comunicación y visibilidad de una acción exterior financiada por la UE, los socios encargados de la ejecución deben obtener el consentimiento formal de las personas afectadas (o, en el caso de menores, de las personas que ejerzan la autoridad o tutela parental) en el que den su consentimiento para la utilización especificada de su imagen, voz u otro atributo personal privado y, cuando se les solicite, deben presentar copias de dichas declaraciones a la Unión Europea. Los socios deben tomar las medidas oportunas para obtener tal consentimiento de conformidad con las disposiciones legales aplicables.

Los derechos de propiedad intelectual de los edificios y obras de arte deben aclararse con sus titulares antes de reproducirlos en cualquier material de comunicación.

4.4 DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cuando proceda, la autoridad otorgante insertará la siguiente mención: «© – [año] – [nombre del titular de los derechos de autor]. Todos los derechos reservados. [Nombre de la autoridad otorgante] cuenta con licencia bajo determinadas condiciones».

4.5 PUBLICACIÓN EN LA BIBLIOTECA AUDIOVISUAL DE LA CE

La publicación de los materiales de comunicación en la Biblioteca Audiovisual central de la Comisión Europea, incluidos los vídeos y las fotografías de los proyectos o programas financiados por la UE, es obligatoria para todos los departamentos de la Comisión Europea.

El socio encargado de la ejecución en cuestión se responsabilizará de entregar el material de comunicación financiado por la UE para su publicación en la Biblioteca Audiovisual. Las directrices para depositar el material audiovisual están disponibles en línea a través del Servicio Audiovisual.

Los socios encargados de la ejecución deben cumplir con las normas de protección de datos aplicables cuando traten datos personales con vistas a crear contenidos que se publicarán en la Biblioteca Audiovisual de la CE.

4.6 CLÁUSULAS DE EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

La Unión Europea no es responsable del contenido de los materiales de comunicación elaborados por los socios encargados de la ejecución en el marco de las acciones financiadas o cofinanciadas por la UE. Dichos materiales deben incluir una cláusula de exención de responsabilidad estándar, traducida a la lengua o lenguas locales, según proceda.

PARA LAS PUBLICACIONES EN PAPEL O EN FORMATO ELECTRÓNICO:

«La presente publicación ha sido financiada/cofinanciada por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».

PARA LOS SITIOS WEB Y LAS CUENTAS EN REDES SOCIALES:

«Este/a <sitio web/cuenta> ha sido financiado/a / cofinanciado/a por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».

PARA VÍDEOS Y OTRO MATERIAL AUDIOVISUAL:

«Este/a <vídeo/película/grabación> ha sido financiado/a / cofinanciado/a por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».

4.7 INCUMPLIMIENTO

La Unión Europea actuará de manera adecuada y oportuna cuando los beneficiarios de la financiación de la UE incumplan sus obligaciones en materia de visibilidad y/o, si procede, de comunicación estratégica, al igual que ocurre con cualquier otro incumplimiento de las obligaciones contractuales. En tales casos, los beneficiarios de la financiación de la UE podrán ser objeto de una suspensión de los pagos o de una reducción de la contribución financiera de la UE, de conformidad con las Condiciones Generales o cualquier otra disposición del contrato o acuerdo.

4.8 SUPERVISIÓN Y ELABORACIÓN DE INFORMES

Los socios deben asegurarse de que sus informes contractuales contienen una descripción detallada de la ejecución de las medidas de visibilidad de la acción y, si procede, de las medidas de comunicación estratégica. Esta descripción debe incluir una evaluación del impacto de las medidas de comunicación llevadas a cabo para apoyar la acción, de conformidad con los indicadores clave de rendimiento acordados.

Los informes deben ilustrarse con los productos pertinentes que hayan sido desarrollados según la estrategia acordada. Además, de conformidad con lo dispuesto en la sección 4.4, los socios deben garantizar que se respetan los derechos de autor en todos los materiales que se utilicen con fines ilustrativos en sus informes.

5. EXPLICANDO LA UNIÓN EUROPEA

Al proporcionar información sobre la UE, sus instituciones o sus políticas en las comunicaciones escritas, los socios deben garantizar que la información facilitada es exacta y correcta. Cualquiera de las declaraciones siguientes cuando sea utilizada por los socios debe estar escrita en la lengua operativa de la UE de la acción en cuestión y en la lengua o lenguas locales pertinentes.

5.1. DECLARACIÓN GENERAL

Los socios que deseen incluir una declaración general sobre la UE en una comunicación escrita pueden utilizar la siguiente declaración general estándar:

«La Unión Europea es una unión económica y política de 27 países europeos. Se fundamenta en los valores del respeto de la dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el Estado de Derecho y el respeto de los derechos humanos, incluidos los derechos de las personas pertenecientes a minorías. La Unión Europea actúa a nivel mundial para promover el desarrollo sostenible de las sociedades, el medio ambiente y las economías en beneficio de todas las personas».

5.2 DEFINICIONES

Los socios que deseen incluir información más detallada sobre la UE en sus materiales de comunicación deben utilizar las declaraciones aprobadas por la Unión Europea y sus instituciones, a menos que la UE proporcione expresamente otras instrucciones.

5.3 ENLACES A INTERNET

Para proporcionar información adicional sobre las instituciones y políticas de la UE, los enlaces a internet de las publicaciones elaboradas por los socios encargados de la ejecución deben referirse a fuentes oficiales de la UE, como europa.eu y/o el sitio web de la delegación de la UE pertinente.



6. INFORMACIONES PRÁCTICAS

[ir a l'índice >](#)

CONTACTO PARA CONSULTAS:

Dirección General de Asociaciones Internacionales
INTPA-COMMS-&VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu
Dirección General de Política de Vecindad y Negociaciones de Ampliación
NEAR-COMM-VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu
Dirección General de Protección Civil y Operaciones de Ayuda Humanitaria Europeas
dgecho-partners-helpdesk.eu/helpdesk
Servicio de Instrumentos de Política Exterior
FPI-INFO@ec.europa.eu

DIRECTRICES SOBRE CONTENIDOS:

[Directrices para la producción de contenido digital](#)
[«Comunicar y dar más visibilidad a la UE»](#)
[Operaciones humanitarias: manual de comunicación y visibilidad](#)
[Protección civil: manual de comunicación y visibilidad](#)

DIRECTRICES PARA CONTENIDOS VISUALES:

[Identidad visual de la CE](#)
[Guía gráfica sobre el emblema de la UE](#)
[Normas de uso del emblema de la UE](#)
[Centro de descargas de elementos visuales](#)

NORMAS SOBRE DERECHOS DE AUTOR:

[Servicio Audiovisual](#)

REGLAMENTOS Y DECISIONES

[Decisión 2011/833/UE relativa a la reutilización de los documentos de la Comisión](#)
[Reglamento 2018/1046 sobre las normas financieras aplicables al presupuesto general de la Unión](#)
[Reglamento 2020/2093 por el que se establece el marco financiero plurianual para el período 2021-2027](#)
[Reglamento 2021/947 por el que se establece el Instrumento de Vecindad, Cooperación al Desarrollo y Cooperación Internacional - Europa Global](#)
[Reglamento 2021/948 por el que se establece un Instrumento Europeo de Cooperación Internacional en materia de Seguridad Nuclear](#)
[Reglamento 2021/1529 por el que se establece el Instrumento de Ayuda de Preadhesión \(IAP III\)](#)
[Decisión 2021/1764 relativa a la Asociación Ultramar, incluida Groenlandia](#)

DERECHOS DE AUTOR RELACIONADOS CON ESTAS DIRECTRICES:

La reutilización está autorizada siempre que se cite la fuente. La política de reutilización de los documentos de la Comisión Europea está regulada por la Decisión 2011/833/UE (DOUE L 330, 14.12.2011, pág. 39). Para cualquier uso o reproducción de fotografías u otro material que no esté sujeto a los derechos de autor de la Unión Europea, deberá solicitarse permiso directamente al titular de los derechos de autor.