

**COMUNICAR**

**E AUMENTAR**

**A VISIBILIDADE DA UE**

**GUIA PARA  
AS AÇÕES EXTERNAS**



**JULHO DE 2022**

# CONTEÚDO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	3	<b>3. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA</b> .....	10	<b>4. ASPETOS LEGAIS E CONTRATUAIS</b> .....	20	<b>5. INFORMAÇÃO SOBRE A UNIÃO EUROPEIA</b> .....	24
<b>2. VISIBILIDADE DA UE</b> .....	4	3.1 Narrativa.....	11	4.1 Titularidade dos direitos.....	20	5.1 Declaração geral .....	24
2.1 Emblema da UE .....	5	3.2 Objetivos .....	11	4.2 O direito de utilização pela UE de materiais de comunicação.....	21	5.2 Definições .....	24
2.2 Declaração de financiamento ...	5	3.3 Públicos .....	11	4.3 Direitos de imagem e gravações sonoras .....	22	5.3 Ligações Internet.....	24
2.3 Exemplos de emblema e declaração de financiamento ..	6	3.4 Abordagem.....	12	4.4 Avis de droit d'auteur .....	22	<b>6. ASPETOS PRÁTICOS</b> .....	25
2.4 Associação de marcas .....	8	3.5 Atividades .....	12	4.5 Publicação na Biblioteca Audiovisual da CE .....	22		
2.5 Derrogação em situações excecionais .....	9	3.6 Medição do impacto .....	19	4.6 Exoneração de responsabilidade .....	23		
2.6 Visibilidade após a conclusão da fase financiada pela UE ....	9	3.7 Riscos .....	19	4.7 Não-conformidade .....	23		
2.7 Orçamento .....	9	3.8 Orçamento .....	19	4.8 Monitorização Divulgação..	23		

# 1. INTRODUÇÃO

[para o índice >](#)

De acordo com [Orçamento da UE de longo prazo para 2021-2027](#), a comunicação estratégica e a visibilidade são partes importantes de todos os programas da UE que implementam as prioridades políticas da UE. As orientações fornecidas neste documento complementam as [Exigências Corporativas](#) fornecidas pela Direção-Geral de Comunicações da Comissão Europeia. Destina-se a parceiros que implementem ações externas financiadas pela UE no âmbito da rubrica «Regiões Vizinhas e o Mundo» do orçamento da UE para 2021-2027. No caso de operações de ajuda humanitária e de proteção civil financiadas pela UE fora da Europa, podem aplicar-se [orientações específicas](#). As presentes orientações não prejudicam qualquer acordo específico incluído nos Acordos de Parceria do Quadro Financeiro.

As «Comunicação e aumento da visibilidade da UE: Orientações para ações externas» (doravante as Orientações) substituem a «Comunicação e Visibilidade em ações externas financiadas pela UE de 2018: Requisitos aplicáveis aos parceiros de execução». Os contratos e acordos celebrados antes da publicação das presentes Orientações devem ser conformes a estas últimas, na medida em que tal seja permitido pelas disposições contratuais correspondentes.

Nem a Comissão Europeia nem qualquer pessoa agindo em seu nome pode ser responsável pela utilização que possa ser feita das informações contidas neste documento.

Estas Orientações refletem uma mudança de orçamentos e atividades de comunicação e visibilidade em projetos/programas individuais para uma abordagem mais estratégica nos casos em que a UE tenha acordado que os parceiros implementem atividades de comunicação e visibilidade.

## O QUE ESTÁ COBERTO POR ESTAS ORIENTAÇÕES?

### VISIBILIDADE

A garantia de uma visibilidade adequada do apoio financeiro da UE proporciona responsabilidade e transparência na utilização dos fundos da UE aos contribuintes e aos cidadãos dos países parceiros. O emblema da UE deve ser sempre utilizado com uma simples declaração de financiamento mencionando o apoio da UE. Ver secção 2 para detalhes completos.

### COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A comunicação estratégica desempenha um papel fundamental no reforço do papel da UE no mundo, promovendo o debate democrático e aumentando a credibilidade da UE, ao demonstrar o valor acrescentado do apoio da UE. Excepcionalmente, a UE pode, portanto, decidir financiar ações de comunicação sobre prioridades políticas selecionadas como parte de programas e/ou projetos específicos.

Estas atividades de comunicação devem centrar-se não só no que é a ação, mas também na razão pela qual é necessária, incluindo através da ênfase em valores, interesses e impacto partilhados. Ao fazê-lo, estes ajudarão a assegurar que a consciência, compreensão e perceção da UE e do seu papel no mundo, tanto na UE como nos países e regiões parceiros, está à altura da escala, âmbito e ambição do seu compromisso sustentado. Ver secção 3 para detalhes completos.

## 2. VISIBILIDADE DA UE

Todos os beneficiários de financiamento da UE têm a obrigação geral de reconhecer a origem e de garantir a visibilidade de qualquer financiamento da UE recebido, tal como indicado no [Regulamento Financeiro de 2018](#), em [Europa Global: Instrumento de Vizinhança, de Cooperação para o Desenvolvimento e de Cooperação Internacional](#), o [Instrumento de Assistência de Pré-Adesão III](#), o [Instrumento Europeu de Cooperação Internacional em matéria de Segurança Nuclear](#) e a [Decisão relativa à Associação Ultramarina \(incluindo a Gronelândia\)](#).

As obrigações de visibilidade aplicam-se de igual modo, sem qualquer garantia de que as ações em questão sejam implementadas pela Comissão Europeia, através de subvenções e contratos públicos, ou por parceiros através de gestão indireta.

A referência a beneficiários ou parceiros (de execução) nestas Orientações refere-se a beneficiários de subvenções, contratantes, organizações, títulos ou pessoas que executam ações externas, quer em gestão direta ou indireta, que são parcial ou totalmente financiados pela UE.



## 2.1 EMBLEMA DA UE

O emblema da UE é o sinal visual mais importante utilizada para reconhecer a origem e assegurar a visibilidade do financiamento da UE. Para além do emblema, nenhuma outra identidade visual ou logótipo pode ser criada ou utilizada para destacar o apoio da UE, a menos que previamente acordado com a Comissão Europeia.

Todos os beneficiários de financiamento da UE devem, portanto, utilizar o emblema da UE na sua comunicação para reconhecer o apoio recebido ao abrigo de programas da UE e contribuir para a visibilidade da UE no terreno. O emblema da UE deve aparecer de forma correta e bem visível.

Quando a UE é a única entidade doadora, o emblema da UE deve aparecer na placa em lugar de destaque. Quando existem vários doadores, o emblema da UE deve ter, no mínimo, o mesmo destaque do que os emblemas dos outros parceiros financeiros, sendo que o posicionamento dos emblemas na placa deve ser determinado de comum acordo entre todos os doadores.

O emblema da UE, quando é reproduzido em qualquer representação gráfica, deve ser utilizado na íntegra, sem quaisquer alterações ou acréscimos. A exibição ou reprodução do emblema não pode incorporar qualquer bandeira ou símbolo de outro país, doador, agência ou organização. A representação gráfica de quaisquer desses parceiros deve ser exibida separadamente.

O emblema da UE e outros elementos visuais podem ser encontrados no [Download Centre for Visual Elements](#) (Centro de transferência de elementos visuais). Por favor consulte «[A utilização do emblema da UE no contexto dos programas da UE 2021-2027: Orientações operacionais para os beneficiários de financiamento da EU](#)» para orientações detalhadas sobre a utilização do emblema da UE.

## 2.2 DECLARAÇÃO DE FINANCIAMENTO

O emblema da UE deve ser acompanhado por uma declaração de financiamento mencionando o apoio da UE. A menção «Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia» deve figurar sempre por extenso na língua operacional do programa da UE e na(s) língua(s) local(is) relevante(s) e junto ao emblema.

Para os parceiros que implementam a visibilidade no terreno da Ajuda Humanitária na secção 12.1.A do Formulário Único deve ser utilizado o emblema da UE acompanhado de «Financiado/Cofinanciado pela Ajuda Humanitária da UE». Esta derrogação para a visibilidade no terreno é necessária por razões de segurança e proteção.

Tanto o emblema da UE como a declaração de financiamento são essenciais para reconhecer o apoio da UE. Em regra, andam sempre de mãos dadas e não devem ser separados.



**Financiado pela  
União Europeia**



**Financiado pela  
União Europeia**



**Cofinanciado pela  
União Europeia**



**Cofinanciado pela  
União Europeia**

## 2.3 EXEMPLOS DE EMBLEMA E DECLARAÇÃO DE FINANCIAMENTO

### 2.3.1 Painéis de visualização

Os painéis de visualização devem identificar os principais resultados a alcançar e as estruturas de gestão do projeto das ações financiadas pela UE a que se referem. Devem estar bem visíveis para que os transeuntes consigam lê-los e compreender a natureza da ação e o papel da UE enquanto entidade doadora. Os painéis de visualização devem ser colocados junto a estradas de acesso ao local onde a ação está a decorrer e devem aí permanecer desde o início da ação até seis meses após a sua conclusão. Os parceiros também devem produzir painéis de visualização para quando promovem ações financiadas pela UE em exposições ou eventos, nas entradas dos centros de formação, nas receções dos gabinetes, etc.

### 2.3.2 Placas comemorativas

Os contributos da UE para a construção de estruturas permanentes, tais como habitações, clínicas, fábricas, instituições, centros de formação, estradas e pontes, devem ser reconhecidos por placas comemorativas permanentes. Estas placas devem ser colocadas, por exemplo durante a cerimónia de abertura, na parte mais visível da estrutura, como é o caso da entrada principal ou da frente do edifício. A placa deve incluir o emblema da UE e ser inscrita com a respetiva declaração de financiamento («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia»).

### 2.3.3 Veículos, materiais e equipamentos

Todos os veículos, fornecimentos e equipamento utilizados ou entregues ao abrigo de ações financiadas pela UE devem ser claramente identificados, e ostentar visivelmente o emblema da UE e a declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia»).

### 2.3.4 Faixas

Para faixas produzidas como pano de fundo para eventos especiais tais como inaugurações e conferências, o emblema da UE e a declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia») devem aparecer na faixa onde será mais proeminentemente visível.

### 2.3.5 Publicações

O emblema da UE e a declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia») devem ser incluídos em relatórios, brochuras, panfletos, folhetos, cartazes, boletins informativos e outras publicações, impressos ou eletrónicos, diretamente relacionados com projetos financiados pela UE.

Sempre que possível, quando a própria publicação de um parceiro apresenta um pro-

jeto financiado pela UE, mas não está exclusivamente relacionado com o mesmo (por exemplo, relatórios anuais, etc.), este facto deve ser reconhecido

com a declaração relevante «Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia» como parte da referência visual ou escrita ao projeto. Deve ser utilizada uma declaração de exoneração de responsabilidade apropriada, tal como estabelecido na secção 4.6.

### 2.3.6 Bens digitais

Entende-se por bem digital qualquer produto que seja armazenado digitalmente e identificável de forma única que as organizações possam utilizar para promover as suas ações. Exemplos de bens digitais incluem páginas web, material visual, infográfico e vídeos. O emblema da UE e a declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia») devem ser incluídos em bens digitais diretamente relacionados com projetos financiados pela UE. Sempre que possível, quando um bem digital integra um projeto financiado pela UE mas não está exclusivamente relacionado com o mesmo (por exemplo, sítios web gerais, etc.), este facto deve ser identificado com a declaração relevante «Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia», juntamente com a referência visual ou escrita do projeto.

### 2.3.7 Artigos de papelaria, cartões profissionais, cabeçalhos, etc.

Quando o título de uma ação financiada pela UE é mencionado em artigos de papelaria (por exemplo, em cabeçalhos, linhas de assunto na correspondência, folhas de rosto num fax, cartões profissionais e assinaturas de correio eletrónico) utilizados pelo parceiro de execução, esse título deve ser acompanhado pela declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia»). O emblema da UE não pode, em circunstância alguma, ser utilizado nos cartões profissionais, nos artigos de papelaria ou na correspondência (seja via postal ou correio eletrónico) dos parceiros.

### 2.3.8 Outros tipos de produção

Em relação a produções e ações tradicionais e de baixo cariz tecnológico, produzidas com fundos da UE (tais como teatro, mímica, griots, arautos e artistas de rua), as opções de promoção da visibilidade da UE devem ser determinadas caso a caso no acordo celebrado com a União Europeia.



## 2.4 ASSOCIAÇÃO DE MARCAS

Quando exibido em associação com outro(s) emblema(s)/logótipo(s) (por exemplo, de cofinanciadores ou patrocinadores), o emblema da UE deve ser exibido pelo menos de forma tão proeminente e visível como o(s) outro(s) emblema(s)/logótipo(s) e ter pelo menos o mesmo tamanho que o maior desses outros emblemas/logótipos. A utilização do emblema da UE em todo o material de comunicação, tais como produtos impressos ou digitais ou sítios web e a sua versão móvel, destinados ao público ou aos participantes, em conjunto com outro emblema/logotipo ou título, deve seguir as orientações detalhadas estabelecidas em [«A utilização do emblema da UE no contexto dos programas da UE 2021-2027: Orientações operacionais para os beneficiários de financiamento da UE»](#).



## 2.5 DERROGAÇÃO EM SITUAÇÕES EXCECIONAIS

A derrogação das obrigações de visibilidade contratual só é permitida em situações excepcionais. Por exemplo, pode ser preferível ou necessário, por questões de segurança ou de sensibilidade política local, limitar as atividades de visibilidade em determinados países ou zonas (tais como zonas de crise ou conflito) ou durante determinados períodos (tais como eleições). Nestes casos, o público-alvo e os instrumentos, produtos e canais de visibilidade a utilizar para promover uma dada ação serão determinados caso a caso, consultando e chegando a acordo com a UE antes de limitar a visibilidade da UE. Quando tais derrogações são aceites, o beneficiário do financiamento da UE deve propor proactivamente disposições alternativas para assegurar a visibilidade da UE. A necessidade de intervenção rápida em resposta a uma crise súbita não é considerada uma situação excepcional que justifique uma derrogação às obrigações de visibilidade contratual. Nesses casos, a visibilidade da UE deve ser assegurada desde o início.

## 2.6 VISIBILIDADE APÓS A CONCLUSÃO DA FASE FINANCIADA PELA UE

Quando as ações continuam após a conclusão da fase financiada pela UE, o emblema da UE não pode ser incluído em quaisquer novas atividades de comunicação que acompanhem a ação, uma vez decorridos seis meses após a conclusão da fase financiada pela UE. As únicas exceções são placas comemorativas e painéis de exposição.

Contudo, o material de comunicação emitido para a ação após o período de seis meses deve incluir a seguinte frase: «Uma fase anterior deste projeto/programa foi financiada/cofinanciada pela União Europeia». Esta frase deve ser tão proeminente como a visibilidade dada à contribuição da UE na fase financiada pela UE.

Quando a doação a uma entidade específica de um veículo ou veículos utilizados na execução de um projeto financiado pela UE constitui especificamente um dos resultados da ação, os parceiros de execução são obrigados a remover o emblema da UE e outras marcas de visibilidade da UE ao transferir a propriedade dos veículos após a conclusão da ação.

## 2.7 ORÇAMENTO

Em princípio, os projetos/programas individuais não devem incluir um orçamento dedicado à visibilidade. Em vez disso, quaisquer custos necessários para garantir o cumprimento dos requisitos de visibilidade contratual devem ser incluídos no orçamento previsto para os objetivos e atividades relevantes da ação.

# 3. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A comunicação estratégica desempenha um papel fundamental na sensibilização para as prioridades políticas da UE e na demonstração da contribuição positiva da UE para a vida das pessoas. Isto permite à UE demonstrar a sua oferta positiva aos países parceiros e contribui para posicionar a UE como um parceiro de referência. A UE pretende centrar o seu esforço de comunicação nas prioridades e atividades políticas fundamentais que demonstrem escala e impacto.

Como regra geral, os parceiros de implementação deixam de estar obrigados a incluir um orçamento e um plano de comunicação específicos para cada projeto/programa. Excepcionalmente e com o acordo prévio da UE, as atividades de comunicação para projetos/programas específicos podem ser financiadas como parte da ação. Nestes casos limitados, aplicam-se as seguintes orientações sobre comunicação estratégica.

Sempre que solicitado pela UE, os beneficiários de financiamento da UE devem apoiar as próprias ações de comunicação da UE (por exemplo, fornecendo conteúdo ou apoiando o acesso a projetos, para campanhas ou ações mediáticas geridas pela UE).



[para o índice >](#)

## PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

Nos casos em que a comunicação estratégica específica do projeto/programa tenha sido aprovada pela UE, os parceiros de execução devem produzir um **Plano Estratégico de Comunicação** e obter a aprovação da UE até ao início da execução das atividades operacionais, salvo acordo explícito em contrário com a UE. Os parceiros de execução devem consultar os homólogos da UE na preparação e execução do seu Plano Estratégico de Comunicação.

Este plano deve basear-se em análises sólidas, sequenciação adequada e um orçamento adequado, assegurando a escala e o foco necessários para alcançar o impacto. No mínimo, deve abranger os elementos indicados na secção 3.1-3.8 destas Orientações.

Em relação aos Acordos de Contribuição e Acordos de Contribuição para Instrumentos Financeiros, quaisquer atividades de comunicação acordadas devem ser incluídas no Anexo I (Descrição da Ação).

### 3.1 NARRATIVA

A narrativa deve centrar-se não só no que é a ação, mas também na razão pela qual é necessária, incluindo através da ênfase em valores, interesses e impacto partilhados. O envio eficaz de mensagens requer a investigação de como o público alvo pensa e sente, e porquê. Implica a compreensão das suas necessidades, esperanças e medos. Ao enquadrar as mensagens de uma forma que ressoe com os valores, interesses e motivações do público-alvo, é mais provável que ele se lembre e aja em conformidade. As mensagens devem ser testadas e refinadas conforme necessário, na medida do possível e do apropriado.

A obtenção deste direito demonstrará o valor acrescentado da ação e garantirá que a sensibilização, compreensão e perceção das ações externas da UE são proporcionais à escala, âmbito e ambição do nosso envolvimento conjunto.

### 3.2 OBJETIVOS

Devem ser estabelecidos objetivos de comunicação específicos e mensuráveis que sejam ambiciosos, mas atingíveis, alinhados com os objetivos globais da ação. Só devem ser incluídos objetivos que sejam relevantes para alcançar a meta global. Seja a curto ou a longo prazo, especifique o prazo para atingir o objetivo.

### 3.3 PÚBLICOS

Identificar e segmentar adequadamente o público-alvo é fundamental para o êxito da comunicação. Cada objetivo pode ter múltiplos públicos-alvo, e o Plano Estratégico de Comunicação deve assegurar que as mensagens e táticas para atingir cada um deles sejam definidas em conformidade. Recomenda-se a pesquisa do público para melhor compreender os seus valores e motivações, ou seja, as mensagens são enquadradas e comunicadas de uma forma que tem ressonância com os mesmos.

Com ênfase variável em função do contexto geoestratégico, as atividades de comunicação estratégica devem visar principalmente dois tipos complementares de público:

- Público mais vasto, incluindo membros comuns do público (particularmente na faixa etária 18-35 anos) que não estão envolvidos em políticas, advocacia ou relações internacionais, e que podem não ter conhecimento da UE.
- Públicos especializados, incluindo os principais líderes políticos e de opinião, a comunidade diplomática em geral, grupos de reflexão, comunidade empresarial e setor privado, ativistas e outros multiplicadores relevantes.

## 3.4 ABORDAGEM

O Plano Estratégico de Comunicação deve delinear a abordagem que será adotada para alcançar os objetivos. A abordagem dependerá do público visado.

- **Canais:** qual é o melhor canal para chegar ao seu público? Isto pode variar muito dependendo do país, região, cultura, etc. Diferentes públicos consomem conteúdos através de diferentes canais e a comunicação eficaz depende de saber onde estará o público alvo. Exemplos de canais são os meios de comunicação escritos, a televisão, as redes sociais vídeos, etc.
- **Conteúdo:** tal como os diferentes públicos são alcançados através de diferentes canais, o conteúdo necessário para alcançar e ter uma ressonância junto destes varia igualmente de acordo com o público e o canal. O conhecimento do público e do canal permite a adaptação do conteúdo em conformidade com estes. Os exemplos de conteúdos são imagens, vídeos, publicações, etc.

- **Redes e multiplicadores:** identificar os parceiros - meios de comunicação social, sociedade civil, academia, empresas, Estados Membros, parceiros da Equipa Europa (Team Europe), etc. - que podem aumentar o alcance, a credibilidade e o impacto.
- **Influenciadores:** os influenciadores são vozes reconhecidas que podem não só amplificar o alcance do conteúdo, mas que também se podem relacionar e envolver o público alvo. Estes podem incluir celebridades locais/nacionais, campeões, embaixadores, etc.

## 3.5 ATIVIDADES

As diferentes fases do ciclo do projeto podem requerer diferentes atividades de comunicação, e não existe um modelo único para todas. As atividades de comunicação devem ser sempre concebidas para se adequarem aos objetivos e públicos alvo, tal como acima delineados, com base no projeto/programa a que se referem. O elemento mais importante é assegurar que as atividades sejam discutidas e acordadas previamente com a UE, de modo a assegurar o benefício mútuo e o máximo impacto.

Os parceiros de execução devem produzir todo o material chave gerado pela ação (fotografias, vídeos, etc.) disponíveis para a UE num formato adequado durante toda a execução da ação.

Canais de comunicação específicos do projeto/programa - websites, contas nos meios de comunicação social, boletins informativos, etc. - não são em princípio permitidos, a menos que haja uma justificação específica e convincente para a sua criação ou manutenção. Estas exceções devem ser discutidas com a UE e decididas caso a caso, de acordo com a necessidade e o impacto demonstrados. Quando tais casos são aprovados, deve igualmente ser desenvolvida e incorporada no plano, desde o início, uma estratégia de saída apropriada.

### 3.5.1 Envolvimento da imprensa e dos meios de comunicação social

#### Comunicados de imprensa

É habitual emitir-se um comunicado de imprensa no lançamento de uma ação para dar a conhecer os seus objetivos, beneficiários e orçamento e a parceria da UE com o país ou a região em causa, bem como no final da ação para publicitar os resultados alcançados e o que a ação conseguiu realizar.

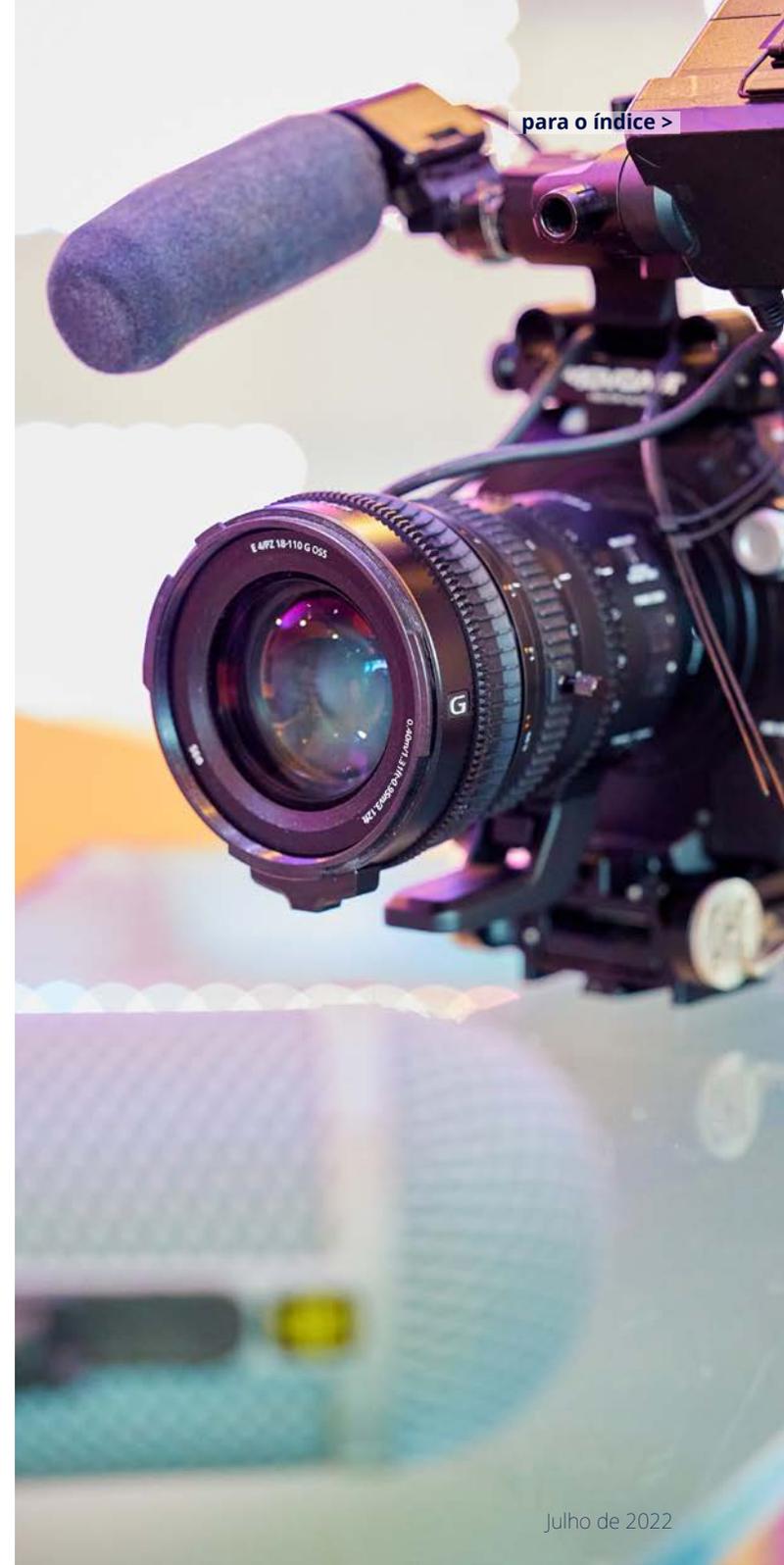
Os parceiros que pretendam emitir comunicados de imprensa ou fazer declarações públicas relacionadas com a ação financiada pela UE devem primeiro garantir a aprovação do texto por parte da UE. Deve ser incluída uma citação do respetivo representante de alto nível da Comissão Europeia ou do respetivo Embaixador/Chefe da Delegação da UE. A UE pode solicitar que o anúncio seja feito numa abordagem da Equipa Europa (Team Europe). Quando o comunicado de imprensa é emitido pela União, o parceiro de execução em causa deve fornecer, mediante pedido, todas as informações técnicas e os antecedentes necessários. Os parceiros são também convidados a incluir o texto fornecido na Secção 5.1 que descreve a UE no final dos comunicados de imprensa conjuntos.

#### Conferências de imprensa

As conferências de imprensa realizadas no contexto de uma ação financiada pela UE devem ser sempre organizadas em cooperação com a Delegação/Gabinete da UE no terreno. Na conferência de imprensa propriamente dita, a bandeira da UE deve ser exibida se forem exibidas outras bandeiras ou emblemas.

#### Visitas de jornalistas

Os parceiros de execução devem solicitar autorização da UE antes de qualquer visita dos meios de comunicação social a projetos financiados pela UE. Para todas as visitas dos meios de comunicação organizadas no âmbito de um projeto financiado pela UE, os parceiros devem assegurar-se de que a UE é informada com bastante antecedência para permitir uma inserção e um planeamento eficiente e eficaz, incluindo no que diz respeito à data e ao foco provável. Os parceiros são encorajados a partilhar recortes de imprensa relevantes com a UE.



### 3.5.2 Comunicação em linha

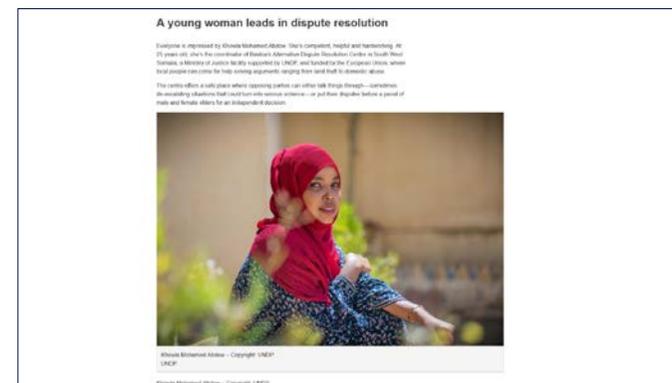
A informação sobre ações externas financiadas pela UE é divulgada através dos sítios web oficiais, plataformas da web e contas dos meios de comunicação social da UE. A pedido da UE, os parceiros de execução são obrigados a fornecer conteúdos e visuais devidamente formatados para publicação nos sítios web relevantes da UE e nas contas das redes sociais.

#### Comunicação Web

Os parceiros de execução são encorajados a exibir informação sobre os projetos financiados pela UE em curso no seu sítio web. Podem também ser obrigados a fornecer conteúdos para as páginas do programa de domínios Europa. O conteúdo específico do projeto/programa da web deve fornecer contexto e resultados para mostrar o valor acrescentado da ação e o impacto alcançado, ilustrado com factos e números. Deve ser factual, mas envolvente, evitando o jargão.

As histórias de interesse humano são uma das melhores formas de ligação com as pessoas. As histórias devem demonstrar a agência de indivíduos e comunidades como participantes ativos no processo de desenvolvimento, desde o nível individual ao global. Ao identificar histórias a partilhar, considerar quais as que demonstram a mudança mais significativa nos indivíduos ou comunidades. Fazer perguntas para identificar o que é a mudança, como ela surgiu, e quando ocorreu.

A criação de sítios web específicos de projetos/programas não é permitida, salvo acordo prévio em contrário da UE.

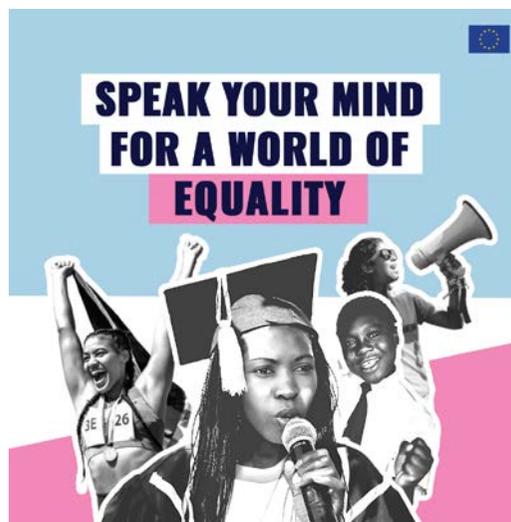


### Meios de comunicação social

A comunicação social é uma forma de alto impacto para criar visibilidade junto do público em geral e públicos-alvo específicos. Os parceiros devem elaborar um conteúdo e uma cópia que corte o ruído para inspirar a ação e o envolvimento. O conteúdo visual poderoso é uma das formas mais eficazes de comunicar informação e assegurar que as mensagens são retidas.

Espera-se que os parceiros de execução façam pleno uso do seu próprio panorama dos meios de comunicação social e incorporem cargos relacionados com projetos/programas ao longo de toda a duração da ação. Os parceiros são encorajados a contactar o homólogo relevante da UE para propor atividades conjuntas nos meios de comunicação social, a fim de maximizar o alcance e o impacto. A criação de contas de meios de comunicação social específicas de projetos/programas não é permitida, salvo acordo prévio em contrário da UE.

O conteúdo dos meios de comunicação social deve satisfazer os requisitos de visibilidade acima expostos, mencionando claramente o apoio da UE ao projeto. Os parceiros devem mencionar e etiquetar a instituição ou agência relevante da UE em qualquer posto.



### 3.5.3 Eventos

Os eventos públicos podem ser um canal útil para a comunicação sobre o impacto de um projeto/programa específico. Isto pode significar a organização de eventos dedicados ou a participação em eventos organizados por outros que sejam relevantes para os objetivos de comunicação propostos. Deve ser dada a devida atenção à audiência, ao resultado desejado e ao conteúdo para garantir que o evento tenha o maior impacto possível.

Tais eventos devem ser coordenados com a UE, quer o evento seja organizado diretamente pelo parceiro de execução ou não. Os parceiros de execução devem convidar igualmente um representante da UE para fazer parte do evento. O material promocional e o material exposto no próprio evento (faixas, cartazes, etc.) deve cumprir os requisitos de visibilidade delineados na Seção 2 supra.



### 3.5.4 Fotografias

A fotografia é uma ferramenta poderosa para ajudar a contar uma história. Seja através de um único disparo ou de uma série de fotografias, pode captar a atenção das pessoas e invocar a emoção no espectador. Como parte da sua comunicação estratégica, os parceiros de execução são encorajados a planear e orçamentar a produção e divulgação de fotografias de alta qualidade do projeto/programa com um claro reconhecimento do apoio da UE ao projeto/programa, tal como delineado na Secção 2 supra. Em exposições fotográficas, a UE deve ser claramente identificada como doador em todos os anúncios, programas, convites, sítios web, blogues, brochuras, folhetos, etc., em linha e no local do evento.



### 3.5.5 Video

As pessoas são seres visuais, e o vídeo continua a ter uma importância crescente como meio de comunicação. Os espectadores retêm mais da mensagem quando a veem num vídeo, em comparação com quando a leem num texto, o que significa que o vídeo desempenha um papel importante na comunicação tanto da intenção como do impacto. Quer sejam centrados no ser humano ou orientados para a informação, os vídeos devem conduzir com valores e emoção à captação da atenção do espectador. Para os vídeos feitos para as redes sociais, o formato, a duração e a edição devem estar em conformidade com os atuais padrões de divulgação das redes sociais e as melhores práticas.

Os vídeos produzidos pelas ações externas financiadas pela UE devem ser aprovados pela UE antes de serem exibidos, difundidos ou distribuídos. A fim de maximizar o alcance e o impacto, assegure-se que a UE está plenamente envolvida na conceção, produção e divulgação do vídeo. Isto significa:

- Antes da produção: apresentar uma nota concetual que inclua um projeto de guião e de esboço sequencial juntamente com a

estratégia de divulgação proposta, incluindo o público alvo e estimativas de alcance potencial.

- Durante a produção: apresentar um esboço do vídeo num ponto em que ainda é possível fazer alterações com base nos comentários da UE.
- Após a conclusão: A UE deve ser informada da distribuição efetiva do vídeo e fornecer toda a informação e documentação legal necessária especificada na Secção 4.2 infra.

Os vídeos devem apresentar o emblema da UE no início e/ou no fim da produção, acompanhado pela declaração de financiamento relevante («Financiado pela União Europeia» ou «Cofinanciado pela União Europeia»). As declarações de exoneração de responsabilidade devem ser incluídas da forma indicada na secção 4.6.

Os parceiros de execução devem assegurar que todas as produções de vídeo cumprem todos os requisitos legais.



## CÓDIGO DE CONDUTA

Assegurar sempre que o(s) sujeito(s) compreende(m) plenamente e consente(m) livremente em ser filmado(s) / fotografado(s), incluindo como a(s) sua(s) imagem(s) pode(m) ser utilizada(s).

Ver [Secção 4](#) para mais detalhes sobre o modelo do formulário de lançamento a ser assinado.

Os princípios básicos a seguir são:

- Os vídeos/fotografias devem sempre demonstrar respeito, centrando-se na dignidade e agência do(s) sujeito(s).
- Os vídeos/fotografias não devem retratar o(s) sujeito(s) como vítimas passivas ou indefesas.
- Os vídeos/fotografias não devem estereotipar, fazer sensação ou induzir em erro.
- Estar ciente dos direitos de propriedade intelectual que podem aplicar-se a edifícios, obras de arte, etc.
- Se houver crianças no vídeo/fotografia, os pais/responsáveis devem assinar o formulário de lançamento do modelo.

### 3.6 MEDIÇÃO DO IMPACTO

A monitorização é um processo contínuo e sistemático de recolha de dados sobre uma atividade. A adoção de indicadores-chave de desempenho claramente definidos é essencial para medir o sucesso da atividade no cumprimento dos objetivos estabelecidos, melhorando igualmente desta forma a transparência e a responsabilização das despesas em comunicação. Os indicadores-chave de desempenho podem ser quantitativos ou qualitativos. Os indicadores quantitativos definem informação mensurável e são matematicamente verificáveis, enquanto os indicadores qualitativos refletem razões, opiniões e atitudes pessoais, e assim por diante. Num bom sistema de monitorização, os dois tipos de indicadores complementam-se mutuamente. Quando se trata de escolher indicadores, mais não é necessariamente melhor. Um punhado de indicadores «RACER» (Relevant, Accepted, Credible, Easy to monitor and Robust - Relevantes, Aceites, Credíveis, Fáceis de monitorizar e Robustos) é normalmente suficiente.

### 3.7 RISCOS

Ao planear atividades de comunicação, considerar previamente se existem quaisquer riscos associados às atividades planeadas, de acordo com o contexto e a experiência anterior. Estes riscos podem significar que as atividades não têm êxito, são mal interpretadas, ou não atingem os públicos visados. Estes podem estar ligados à situação política ou de segurança no país ou região, ou a outros fatores relacionados com os recursos humanos e financeiros disponíveis, por exemplo. Para cada risco identificado, avaliar a sua probabilidade, impacto e as medidas de mitigação que devem ser postas em prática para minimizar o risco tanto quanto possível.

Caso qualquer risco, previsto ou imprevisto, torne necessário limitar ou modificar de outra forma as atividades de comunicação estratégica previamente acordadas, por exemplo, questões de segurança ou sensibilidades políticas locais, tal será acordado caso a caso com a UE antes de limitar ou modificar as referidas atividades.

### 3.8 ORÇAMENTO

O Plano Estratégico de Comunicação deve ser dotado de recursos adequados. O orçamento previsto deve ser proporcional à escala, contexto e natureza das atividades propostas. Como orientação geral, quando aprovado pela UE, recomenda-se aos parceiros de execução que atribuam aproximadamente 30% do orçamento de comunicação para a produção de conteúdos e os restantes 70% para a divulgação através dos canais relevantes.

# 4. ASPETOS LEGAIS E CONTRATUAIS

A UE tem o direito de utilizar material de comunicação e visibilidade produzido e propriedade dos beneficiários de financiamento da UE. A propriedade do material permanece com os beneficiários do financiamento da UE, salvo disposição em contrário nas condições contratuais (por exemplo, contratos de prestação de serviços).

Todos os modelos oficiais da UE para Licenciamento e Direitos de Imagem, incluindo os formulários de lançamento de modelos, podem ser encontrados através da [Biblioteca Audiovisual da CE](#).

## 4.1 TITULARIDADE DOS DIREITOS

Salvo se acordado especificamente em contrário antes do lançamento de uma dada ação, os parceiros de execução conservam a total propriedade, bem como a titularidade dos direitos de propriedade industrial e intelectual, de todos os materiais e produtos («resultados») de comunicação e visibilidade desenvolvidos para apoiar as ações externas financiadas pela UE abrangidas pelas presentes Orientações.



## 4.2 O DIREITO DA UE DE UTILIZAR MATERIAL DE COMUNICAÇÃO

Em todos os programas e modos de gestão, a UE/autoridade concedente tem o direito de utilizar materiais de comunicação e visibilidade produzidos pelo parceiro de execução. Este direito é concedido sob a forma de uma licença livre de direitos, não exclusiva e irrevogável e concedida exclusivamente à autoridade que concede o direito. O parceiro de execução permanece o proprietário do material de comunicação e visibilidade e é inteiramente responsável pela autorização de todas as licenças e autorizações necessárias para o efeito.

A licença cobre o direito de utilizar informações não sensíveis relacionadas com a ação e material e documentos recebidos dos parceiros para fins de informação, comunicação e publicidade durante a ação ou posteriormente.

Os modos de exploração supramencionados podem ser mais desenvolvidos, pormenorizados e especificados em acordos de subvenção ou contratos específicos, que podem prever mais direitos deste tipo à UE:

- a. Utilização interna: a UE tem o direito de disponibilizar estes resultados às instituições e agências da UE e dos Estados-Membros da UE, bem como aos respetivos funcionários, e para o efeito copiar e reproduzir os resultados na íntegra ou parcialmente numa quantidade ilimitada de cópias
- b. Reprodução: a UE tem o direito de reproduzir os materiais de comunicação e visibilidade por qualquer meio e sob qualquer forma, no todo ou em parte;

- c. Comunicação: a UE tem o direito de comunicar os materiais de comunicação e visibilidade ao público, utilizando todo e qualquer meio de comunicação;
- d. Distribuição: a UE tem o direito de autorizar toda e qualquer forma de distribuição dos materiais de comunicação e visibilidade (ou cópias dos mesmos), ao público;
- e. Adaptação: a UE tem o direito de autorizar qualquer edição ou reformulação dos materiais de comunicação e visibilidade (incluindo encurtar, resumir, inserir outros elementos (por exemplo, metadados, legendas, outros elementos gráficos, visuais, áudio ou texto), extrair partes (por exemplo, ficheiros áudio ou vídeo), dividir em partes, utilizar numa compilação)
- f. Tradução: a UE tem o direito de autorizar toda e qualquer tradução, adaptação e disposição, a criação de obras derivadas e qualquer outra alteração destes os materiais de comunicação e visibilidade, desde que os direitos morais dos autores sejam respeitados, quando aplicável
- g. Sublicenciamento: a UE tem o direito de autorizar terceiros a agir em seu nome ou sublicenciar a terceiros os modos de exploração estabelecidos nas alíneas (b) a (f), se necessário para a atividade de informação, comunicação e publicidade da autoridade concedente;
- h. Armazenamento e arquivo: a UE tem o direito de armazenar (em papel, formato eletrónico ou sob outra forma) e arquivar os materiais de comunicação e visibilidade em conformidade com as suas regras in-

ternas de gestão documental;

- i. Reutilização dos documentos: quando os resultados assumem a forma de documentos, a UE tem o direito de autorizar a sua reutilização em conformidade com a Decisão 2011/833/UE da Comissão, de 12 de dezembro de 2011, relativa à reutilização de documentos da Comissão, caso a decisão seja aplicável e se os documentos em causa estiverem abrangidos pelo âmbito de aplicação da decisão e não forem excluídos por qualquer das suas disposições. Para efeitos da presente disposição, a aceção dos termos «reutilização» e «documento» é a mesma do que a aceção que consta da Decisão [2011/833/EU: Decisão da Comissão de 12 de Dezembro de 2011 relativa à reutilização de Documentos da Comissão.](#)

Os direitos de utilização são concedidos para toda a duração dos direitos industriais ou intelectuais em causa. Se os materiais ou documentos estiverem sujeitos a direitos morais ou direitos de terceiros (incluindo direitos de propriedade intelectual e/ou direitos das pessoas singulares em relação à sua imagem e voz - ver secção 4.3), os beneficiários de financiamento da UE devem obter, e garantir que obtiveram, todas as autorizações necessárias para terem direito a licenciar os direitos acima mencionados dos titulares dos direitos em questão.

Quando aplicável, a Comissão Europeia inserirá a notificação de direitos de autor na secção 4.4 infra.

### 4.3 DIREITOS DE IMAGEM E GRAVAÇÕES SONORAS

Se quaisquer dados pessoais (tais como imagens de pessoas singulares, a sua voz ou quaisquer outros atributos pessoais privados) forem apresentados de forma reconhecível nos materiais de comunicação e visibilidade de uma ação externa financiada pela UE, os parceiros de execução devem obter o consentimento formal através de declarações das pessoas em causa (ou, no caso de menores, das pessoas que exercem a autoridade parental) dando o seu consentimento para a utilização especificada da sua imagem, voz ou qualquer outro atributo pessoal privado e, mediante pedido, apresentar cópias dessas declarações à UE. Os parceiros devem tomar as medidas necessárias para obter tal consentimento em conformidade com as disposições legais aplicáveis.

Direitos de propriedade intelectual de edifícios e as obras de arte devem ser autorizadas junto dos detentores dos direitos antes de serem reproduzidas em qualquer material de comunicação.

### 4.4 AVISO DE DIREITOS DE AUTOR

Quando aplicável, a autoridade que concede o subsídio inserirá as seguintes informações: «© - [ano] - [nome do titular dos direitos de autor]. Todos os direitos reservados. Licenciado a [nome da autoridade concedente] sob condições»

### 4.5 PUBLICAÇÃO NA BIBLIOTECA AUDIOVISUAL DA CE

A publicação de materiais de comunicação, incluindo vídeos e fotografias de projetos/ programas financiados pela UE, na [Biblioteca Audiovisual Central da Comissão Europeia](#) é obrigatória para todos os departamentos da Comissão Europeia.

É da responsabilidade do parceiro de execução em causa entregar o material de comunicação financiado pela UE para publicação na Biblioteca Audiovisual. As orientações para o depósito de material audiovisual podem ser encontradas [em linha através do Serviço Audiovisual](#).

Os parceiros de execução devem cumprir as regras de proteção de dados no processamento de dados pessoais, tendo em vista a criação de conteúdos a publicar na Biblioteca Audiovisual da CE.

## 4.6 EXONERAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

A UE não é responsável pelos conteúdos dos materiais de comunicação preparados pelos parceiros de execução, devendo todos eles incluir uma declaração de exoneração de responsabilidade normalizada, traduzida para a(s) língua(s) local(is) quando adequado.

### PARA PUBLICAÇÕES IMPRESSAS OU EM FORMATO ELETRÓNICO:

«Esta publicação foi financiada/cofinanciada pela União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

### PARA SÍTIOS WEB E CONTAS NAS REDES SOCIAIS:

«Esta <sítio web/conta> foi financiada/cofinanciada pela União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

### PARA VÍDEOS E OUTROS MATERIAIS AUDIOVISUAIS:

«Este <vídeo/filme/gravação> foi financiado/cofinanciado pela União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

## 4.7 NÃO-CONFORMIDADE

A UE atuará de forma apropriada e atempada quando os beneficiários de financiamento da UE violarem as suas obrigações de visibilidade e/ou de comunicação estratégica, como acontece com qualquer outra violação de obrigações contractuais. Nesses casos, os beneficiários de financiamento da UE podem ser sujeitos a uma suspensão do pagamento ou a uma redução da contribuição financeira da UE, em conformidade com as Condições Gerais ou quaisquer outras disposições do contrato ou do acordo.

## 4.8 MONITORIZAÇÃO E RELATÓRIOS

Os parceiros devem assegurar que os seus relatórios contratuais contenham uma descrição detalhada da implementação da visibilidade da ação e, quando relevante, das medidas estratégicas de comunicação. Isto deve incluir uma avaliação do impacto das medidas de comunicação realizadas em apoio da ação, de acordo com os KPIs acordados.

Os relatórios devem ser ilustrados com os produtos relevantes desenvolvidos de acordo com a estratégia acordada. Em consonância com a Secção 4.4, os parceiros devem também assegurar que os direitos de autor relativos a todos os materiais utilizados para efeitos de ilustração são respeitados aquando da apresentação dos relatórios.

# 5. INFORMAÇÃO SOBRE A UNIÃO EUROPEIA

Quando fornecem informações acerca da UE, as suas instituições ou as suas políticas em comunicações escritas, os parceiros devem assegurar que as informações veiculadas são rigorosas e corretas. Qualquer uma das seguintes declarações utilizadas pelos parceiros deve ser feita na língua operacional da UE da ação em questão e na(s) língua(s) local(is) relevante(s).

## 5.1. DECLARAÇÃO GERAL

Os parceiros ou contratantes que pretendam incluir uma declaração geral acerca da UE numa comunicação escrita podem utilizar a seguinte declaração geral normalizada:  
A União Europeia é uma união económica e política de 27 países europeus. Baseia-se nos valores de respeito pela dignidade humana, liberdade, democracia, igualdade, Estado de direito e respeito pelos direitos humanos, incluindo os direitos das pessoas pertencentes a minorias. Atua globalmente para promover o desenvolvimento sustentável das sociedades, ambiente e economias, para que todos possam beneficiar.

## 5.2 DEFINIÇÕES

Os parceiros que pretendam incluir informações mais pormenorizadas acerca da UE nos seus materiais de comunicação devem utilizar declarações aprovadas pela União Europeia e pelas suas instituições, salvo instruções explícitas em contrário por parte da União.

## 5.3 LIGAÇÕES INTERNET

Para mais informações acerca das instituições e políticas da UE, as ligações Internet nas publicações produzidas pelos parceiros de execução devem remeter para fontes oficiais da UE, em particular [europa.eu](http://europa.eu) e/ou o sítio web pertinente da delegação da UE.

[para o índice >](#)



# 6. ASPETOS PRÁTICOS

[para o índice >](#)

## **CONTACTO PARA PERGUNTAS:**

Direção-Geral das Parcerias Internacionais

[INTPA-COMMS-&-VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu](mailto:INTPA-COMMS-&-VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu)

Direção-Geral da Política de Vizinhança e das Negociações de Alargamento

[NEAR-COMM-VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu](mailto:NEAR-COMM-VISIBILITY-SUPPORT@ec.europa.eu)

Direção-Geral da Proteção Civil e das Operações de Ajuda Humanitária

[Europeas dgecho-partners-helpdesk.eu/helpdesk](https://europeas.dgecho-partners-helpdesk.eu/helpdesk)

Serviço dos Instrumentos de Política

[FPI-INFO@ec.europa.eu](mailto:FPI-INFO@ec.europa.eu)

## **DIRETRIZES DE CONTEÚDO:**

[Orientações de produção de conteúdos digitais](#)

[Comunicação e aumento da visibilidade da UE](#)

[Operações Humanitárias - Manual de Comunicação e Visibilidade](#)

[Proteção Civil - Manual de Comunicação e Visibilidade](#)

## **ORIENTATIONS VISUELLES :**

[Identificação visual CE](#)

[Guia gráfico do emblema da UE](#)

[Regras do emblema da UE](#)

[Centro de transferência de elementos visuais](#)

## **REGRAS DE DIREITOS DE AUTOR :**

[Serviço audiovisual](#)

## **REGULAMENTOS E DECISÕES**

[2011/833/UE relativa à reutilização de documentos da Comissão](#)

[2018/1046 relativo às disposições financeiras aplicáveis ao orçamento geral da União](#)

[2020/2093 que estabelece o quadro financeiro plurianual para o período 2021 a 2027](#)

[2021/947 que cria o Instrumento de Vizinhança, de Cooperação para o Desenvolvimento e de Cooperação Internacional - Europa Global](#)

[2021/948 que cria o Instrumento Europeu de Cooperação Internacional em matéria de Segurança Nuclear](#)

[2021/1529 que cria o Instrumento de Assistência de Pré-Adesão \(IPA III\)](#)

[2021/1764 relativa à Associação Ultramarina, incluindo a Gronelândia](#)

## **DIREITOS DE AUTOR UTILIZADOS NAS PRESENTES ORIENTAÇÕES:**

A reutilização é autorizada desde que a fonte seja mencionada. A política de reutilização de documentos da Comissão Europeia é regulada pela Decisão 2011/833/UE (JO L 330 de 14.12.2011, p. 39). Para qualquer utilização ou reprodução de fotografias ou outro material que não esteja sob os direitos de autor da União Europeia, deve ser pedida autorização diretamente ao detentor dos direitos de autor.