

**COMUNICAR E AUMENTAR A**

**VISIBILIDADE DA UE:**

**PERGUNTAS FREQUENTES**



**COMUNICAR E AUMENTAR A VISIBILIDADE DA UE:**

**ORIENTAÇÕES PARA AS AÇÕES EXTERNAS (EUROPA.EU)**

# CONTEÚDO

|                              |   |
|------------------------------|---|
| INTRODUÇÃO .....             | 3 |
| VISIBILIDADE DA UE .....     | 4 |
| COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA..... | 8 |

Este documento responde às perguntas mais frequentes sobre as [orientações para Comunicar e Aumentar a Visibilidade](#) de julho de 2022. Serão acrescentadas mais perguntas e respostas conforme necessário.

# INTRODUÇÃO

## **QUAL É A MAIOR MUDANÇA EM RELAÇÃO AOS REQUISITOS DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE DE 2018?**

A nova abordagem empresarial à comunicação implica uma mudança de atividades de comunicação implementadas pelos parceiros em cada projeto para uma abordagem mais coordenada focada em prioridades específicas. A maior mudança em relação aos requisitos de 2018 é então que os parceiros já não terão de incluir um orçamento específico e um plano de comunicação como parte do projeto (a menos que tenha sido previamente acordado com a UE). Mantém-se o requisito de assegurar a visibilidade da UE (emblema e declaração sobre o financiamento) em qualquer material diretamente relacionado com o projeto – por exemplo, assegurar que o emblema da UE e declaração sobre o financiamento estão presentes nos cartazes, publicações, meios digitais, materiais, etc. Os custos associados com assegurar a visibilidade da UE são elegíveis e podem ser incluídos no orçamento do projeto.

## **QUE REGRAS DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE SÃO APLICADAS SE UM PARCEIRO DE EXECUÇÃO ASSINOU UM ACORDO-QUADRO DE PARCERIA FINANCEIRA (FFPA) COM A UE?**

Os Acordos-Quadro de Parceria Financeira formam a base legal da cooperação da EU com algumas organizações. Tipicamente incluem artigos sobre comunicação e visibilidade. As provisões do FFPA assumem precedência sobre as Orientações de 2022. No entanto, em princípio as provisões do FFPA são suficientemente amplas para permitir a aplicação das orientações de 2022 sobre comunicação e visibilidade. Em alguns casos, é possível que algumas exceções ou variações tenham sido acordadas no FFPA. Os Acordos-Quadro relevantes devem assim ser sempre consultados, e é possível que especificações adicionais sejam aplicadas nas condições especiais do contrato.

## **OS PLANOS DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE DE PROJETOS EM CURSO DEVEM SER REVISTOS DE ACORDO COM AS NOVAS ORIENTAÇÕES?**

O requisito para aplicar as novas orientações não é retroativo. Os projetos em curso podem continuar a implementar os seus planos de comunicação e visibilidade conforme acordado previamente; não há qualquer requisito para atualizar planos de comunicação e visibilidade previamente aprovados. Contudo, os parceiros e Delegações da UE são encorajados a alinhar as atividades de comunicação e visibilidade dos projetos em curso com as recomendações indicadas na secção 3 das Orientações de 2022 na medida do possível. Os parceiros de execução devem consultar os seus homólogos da UE na preparação e implementação das atividades previstas de comunicação e visibilidade para garantir benefícios mútuos e um impacto máximo. O requisito de assegurar a visibilidade da UE (emblema e declaração sobre o financiamento) mantém-se.

## **SE UM PROJETO EM CURSO TEM UM WEBSITE E/OU CONTAS NAS REDES SOCIAIS, DEVEM SER ENCERRADOS?**

Websites e/ou contas nas redes sociais e outros canais já criados como parte de um projeto em curso financiado anteriormente à publicação das orientações atualizadas podem continuar a existir. Não há aplicação retroativa para contratos assinados previamente. Contudo, os parceiros são aconselhados a seguir os princípios gerais indicados na secção 3 das Orientações de 2022 para assegurar que a comunicação através daqueles canais é tão efetiva e impactante quanto possível. Os parceiros também devem assegurar uma estratégia de saída adequada para o momento em que o projeto/financiamento da UE termine. Enquanto as contas estiverem ativas, os parceiros devem assegurar que elas cumprem os requisitos quanto à visibilidade da UE (incluindo declarações relevantes de exoneração de responsabilidade).

# VISIBILIDADE DA UE

## O QUE IMPLICA ASSEGURAR A VISIBILIDADE DA UE?

Os destinatários de financiamento da UE devem reconhecer a origem dos fundos e assegurar a visibilidade do financiamento da UE, sobretudo ao promover e reportar as ações e os seus resultados, realçando de forma visível o apoio recebido da UE nos materiais de comunicação relacionados com as ações apoiadas sob o Instrumento. Isto significa assegurar que o emblema da UE e a declaração adequada de financiamento são exibidos de forma correta e proeminente.

## QUAIS OS EVENTOS/ATIVIDADES QUE OS PARCEIROS DEVEM IMPLEMENTAR PARA ASSEGURAR A VISIBILIDADE DA UE?

Os parceiros de execução não têm a obrigação de implementar atividades específicas criadas apenas com a intenção de promover a visibilidade da UE (conferências de imprensa, lançamentos etc.). Contudo, se for organizado um evento/atividade com propósitos de comunicação estratégica (acordados previamente com a UE), o parceiro deve assegurar a visibilidade da UE em qualquer material de comunicação produzido (ex. painéis, placas, cartazes, etc). Os parceiros de execução não devem criar canais dedicados como websites e contas de redes sociais.

## QUE INFORMAÇÃO SOBRE O APOIO FINANCEIRO DA UE DEVE SER EXIBIDA NOS CANAIS DOS PARCEIROS DE EXECUÇÃO, COMO WEBSITES? SERÁ FORNECIDO UM ORÇAMENTO PARA ESTE REQUISITO?

Os parceiros de execução são encorajados a fornecer informação no seu próprio website sobre projetos em curso financiados pela UE. Ao comunicar sobre uma ação financiada pela UE como parte das suas atividades, os parceiros de execução devem reconhecer o facto que a ação é financiada pela UE. A criação de websites específicos para o projeto/programa não é permitida a menos que seja previamente acordada com a UE.

## AINDA SE PODEM USAR LOGÓTIPOS ESPECÍFICOS DE PROGRAMAS/PROJETOS COMO IDENTIDADE VISUAL PRINCIPAL?

O emblema da UE é a marca visual mais importante para reconhecer a origem e assegurar a visibilidade do financiamento da UE. Além do emblema, nenhuma outra identidade visual ou logótipo podem ser criados ou usados para indicar apoio da UE, a menos que tenha sido previamente acordado com a UE. Todos os programas/projetos Global Gateway devem aplicar a identidade visual e logótipo Global Gateway.

## **O QUE SIGNIFICA 'ARTIGOS DE PAPELARIA'? BLOCOS DE NOTAS, MODELOS DE DOCUMENTOS, E OUTROS MATERIAIS SEMELHANTES NÃO DEVEM INCLUIR A BANDEIRA DA UE JUNTO À DECLARAÇÃO DE FINANCIAMENTO?**

Deve ser realçado que a nova abordagem pretende deixar de produzir canetas/blocos/"gadgets" como prática habitual para projetos individuais. Aqueles objetos não devem ser produzidos em todos os casos. Se forem produzidos materiais no âmbito do projeto, a visibilidade da UE (emblema e declaração de financiamento) deve ser assegurada.

## **QUEM SE ENCARREGA DE RETIRAR OS PAINÉIS INDICADORES 6 MESES APÓS A CONCLUSÃO DO PROJETO?**

Os parceiros de execução são responsáveis por cumprir com os requisitos.

## **ONDE PODEM OS PARCEIROS DE EXECUÇÃO PARTILHAR CONTEÚDO SOBRE UM PROJETO SE A CRIAÇÃO DE WEBSITES E CONTAS DE REDES SOCIAIS NÃO É PERMITIDA?**

As novas orientações pretendem reduzir a proliferação de canais de comunicação específicos para cada projeto (websites, contas de redes sociais, newsletters, etc). Em vez de criar canais autónomos, que podem ter um impacto negligenciável, os parceiros devem antes explorar canais existentes – por exemplo os canais próprios dos parceiros, contas da UE e das suas Delegações, etc.

## **ALGUNS PROJETOS EXIGEM UMA FERRAMENTA DE GESTÃO DE CONHECIMENTOS. É POSSÍVEL CRIAR WEBSITES PRÓPRIOS COM ESTE PROPÓSITO?**

Se for necessária uma plataforma para gestão e partilha de conhecimento, os parceiros de execução devem utilizar as soluções empresariais fornecidas pela Comissão Europeia antes de criar um website externo. A Comissão está disponível para discutir as necessidades dos parceiros de execução em matéria de gestão de conhecimento e para aconselhar sobre as soluções disponíveis. Estas ferramentas vêm acrescentar à presença do website do programa, oferecida no domínio Europa por via da DG INTPA.

Com as novas orientações de comunicação, websites de projetos só serão permitidos em casos excecionais e quando fizerem parte de um plano de comunicação estratégica previamente acordado.

## **COMO DEVE SER A ESTRATÉGIA DE SAÍDA PARA UM PROJETO CUJO FINANCIAMENTO DA UE ESTÁ A TERMINAR E QUE TEM UM WEBSITE DEDICADO E CONTAS DE REDES SOCIAIS?**

A estratégia de saída a pôr em prática depende da continuação do projeto após a fase financiada pela UE. Para qualquer pergunta relacionada com websites, contactar [INTPA-WEB@ec.europa.eu](mailto:INTPA-WEB@ec.europa.eu).

## **ONDE DEVEM OS PARCEIROS INCLUIR OS CUSTOS DA VISIBILIDADE SE ESTES NÃO TÊM UMA LINHA ORÇAMENTAL DEDICADA?**

Os custos associados com assegurar a visibilidade da UE são elegíveis e podem ser orçamentados. Contudo, em vez de serem incluídos numa linha orçamental dedicada à visibilidade, estes custos devem ser tidos em conta no orçamento sob a atividade relevante em que se inserem. Por exemplo, os custos com a impressão de autocolantes para colocar em materiais devem ser tidos em conta na atividade relacionada com a distribuição daqueles materiais.

## **UMA AÇÃO FINANCIADA PELA UE VAI CONTRIBUIR PARA A CONSTRUÇÃO DE UM EDIFÍCIO ESCOLAR. O QUE FAZER COM AS PLACAS COMEMORATIVAS E SINAIS? PODEMOS INCLUIR OS CUSTOS NO ORÇAMENTO DO PROJETO? E UMA CONFERÊNCIA DE IMPRENSA PARA PROMOVER O PROJETO?**

Sim, os custos para os requisitos específicos de visibilidades relevantes para uma ação podem ser incluídos no orçamento do projeto. Placas comemorativas, sinais e outros itens semelhantes relacionados com a visibilidade devem sempre exibir o emblema da UE e a declaração de financiamento. Os parceiros não têm de organizar eventos/atividades como conferências de imprensa para promover a visibilidade da UE. Contudo, se um parceiro decidir organizar uma conferência de imprensa sobre uma ação financiada pela UE utilizando os seus recursos próprios, a visibilidade da UE deve ser assegurada através da inclusão do emblema da UE e da declaração de financiamento em qualquer material referente à ação financiada pela UE.

## **COMO PODEM OS PARCEIROS DE EXECUÇÃO TIRAR FOTOS/VÍDEOS DA EXECUÇÃO DO PROJETO SEM UM ORÇAMENTO PARA A COMUNICAÇÃO?**

A menos que esteja previsto enquanto parte das atividades de comunicação do projeto, os custos de um fotógrafo profissional/cineasta não devem ser incluídos no orçamento. Os parceiros de execução podem produzir o seu próprio material.

## **COMO VAI O PÚBLICO SABER SOBRE UM PROJETO SE NÃO HÁ ORÇAMENTO PARA A COMUNICAÇÃO?**

O objetivo da nova abordagem estratégica é assegurar uma comunicação mais coerente, efetiva e impactante, focada nas prioridades-chave da UE. Os parceiros podem continuar a promover os seus próprios projetos para cumprir os seus objetivos (por exemplo por via dos seus próprios canais nas redes sociais, websites, publicações, etc) se assim pretenderem. Nesses casos, a visibilidade da UE deve ver assegurada conforme os requisitos.

## **O QUE DEVE ACONTECER COM O HABITUAL EVENTO DE ASSINATURA, INÍCIO E CONCLUSÃO DO PROJETO?**

Sob as novas orientações, não se espera que sejam organizados eventos para a assinatura, início e conclusão do projeto em todos os casos. Se um evento de assinatura/início/conclusão é considerado relevante e impactante para um determinado projeto ou não, deve ser determinado em linha com as próprias prioridades e objetivos de comunicação da Delegação.

## **COMO DEVEM OS PROJETOS SEM ESPECIALISTAS EM COMUNICAÇÃO OU UM ORÇAMENTO ESPECÍFICO FORNECER CONTEÚDO E MATERIAIS VISUAIS SE ASSIM FOR PEDIDO PELA UE?**

Se existir conteúdo relacionado com uma ação financiada pela UE, os parceiros devem fornecê-lo à UE a pedido desta. Se não existir conteúdo, os parceiros de execução devem encetar esforços no sentido de fornecer conteúdo, ou apoiar a sua produção, em projetos sem um orçamento dedicado à comunicação se/ quando lhes for pedido - isto deve ser discutido previamente com a Delegação da UE ou serviço relevante da Comissão.

## **COMO PODEMOS TIRAR FOTOS DA IMPLEMENTAÇÃO DO NOSSO PROJETO SE NÃO TEMOS ORÇAMENTO PARA UM FOTÓGRAFO PROFISSIONAL?**

A menos que esteja especificamente previsto na atividade de comunicação do projeto, os custos de um fotógrafo profissional não devem ser incluídos no orçamento.

# COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

## O QUE SIGNIFICA “COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA”?

Esta nova abordagem pretende afastar-se da comunicação fragmentada específica para cada projeto e implementada pelos parceiros. O financiamento da comunicação estratégica será consolidado ao nível de uma Delegação da UE para criar escala e ter impacto, com um foco acrescido em fazer campanhas e chegar a novos públicos. O objetivo é comunicar a oferta positiva da UE aos países parceiros, e em particular comunicar o impacto transformador dos projetos emblemáticos Global Gateway.

## QUAL É A DIFERENÇA ENTRE ATIVIDADES DE “SENSIBILIZAÇÃO” E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA?

Algumas atividades de sensibilização podem ser necessárias para atingir objetivos específicos do projeto. Por exemplo, um projeto na área da saúde que inclua um objetivo de aumento das taxas de vacinação terá necessariamente de exigir atividades pensadas para atingir públicos-alvo específicos e informá-los sobre, p. ex., os motivos para a vacinação, disponibilidade, localizações, etc. Estas atividades devem ser definidas de forma clara e criadas para atingir os objetivos específicos do projeto, em vez de promover as prioridades e impacto da UE. Estas atividades, que são inerentes à ação, não são consideradas como comunicação estratégica para efeitos da nova abordagem. Contudo, é importante que estas atividades e conteúdo estejam estreitamente coordenados com os serviços relevantes da UE responsáveis, para assegurar um alinhamento e impacto máximos.

## QUEM DECIDE SE UMA COMPONENTE DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DEVE SER INCLUÍDA NUM PROJETO INDIVIDUAL?

Exceptionnellement, l'UE peut décider de financer des activités de communication spécifiques pour des projets/programmes individuels. Ces cas seront décidés en fonction des priorités nationales/régionales de l'UE, en tenant compte des priorités de « Global Gateway ». Ils seront donc étroitement alignés sur les propres priorités de communication stratégique de l'UE. Dans ces cas exceptionnels, les partenaires chargés de la mise en œuvre doivent inclure les activités de communication stratégique proposées dans la description de l'action.

## SE HOVER ACORDO PARA ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO, ONDE NO ACORDO DE CONTRIBUIÇÃO DEVE APARECER O PLANO ESTRATÉGICO?

As atividades de comunicação estratégica propostas têm de ser incluídas na Descrição da Ação. O orçamento para estas atividades deve também ser incluído no orçamento global para a ação. O plano pormenorizado de Comunicação Estratégica, que indica as atividades, públicos, canais, horizonte temporal, etc. não tem de ser submetido antes da assinatura do Acordo de Contribuição, mas deve ser submetido durante a fase inicial, depois de ser discutido com a(s) Delegação/Delegações interessada(s) e, se for relevante, com a sede.

## **HÁ UMA PERCENTAGEM APROXIMADA DO ORÇAMENTO QUE DEVE SER DEDICADA A AÇÕES DE COMUNICAÇÃO?**

Não há uma percentagem aproximada ou um intervalo/quantia máxima de montante indicado para comunicação estratégica. A quantia deve ser determinada com base num conjunto de fatores, incluindo os objetivos pretendidos e o impacto, bem como o alinhamento com as prioridades de comunicação estratégica da Delegação da UE. Seja qual for o orçamento para comunicação estratégica, recomenda-se que os parceiros atribuam 30 a 50% à produção de conteúdo e 50 a 70% à disseminação.