

# MANUAL DE VISIBILIDAD FONDO EUROPEO PARA LA PAZ



UNIÓN EUROPEA





# Paz y Reconciliación

CONSTRUCCIÓN DE PAZ Y CULTURA DE CONVIVENCIA DESDE LA RADIO COMUNITARIA



UNIÓN EUROPEA



Unión Europea en Colombia

@UnColombia

@UnColombia

LANZAMIENTO DE PROYECTO

CAMINEMOS  
TERRITORIOS SOSTENIBLES



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo para la Paz

# INDICE GENERAL

1. Introducción .....	Pag 7
2. Política de Comunicación .....	Pag 7
2.1 Alcance .....	Pag 7
2.2 Obligación Jurídica de comunicar .....	Pag 7
2.2.1 Base jurídica.....	Pag 7
2.3 Por qué dar a conocer los logros y resultados de las acciones de los proyecto .....	Pag 8
2.4 Cláusulas de exención de responsabilidad .....	Pag 8
2.5 Articulación con los pilares y la narrativa del Fondo .....	Pag 9
3. La marca Fondo Europeo Para la Paz .....	Pag 12
4. Ejecución de la comunicación y la visibilidad .....	Pag 16
4.1 De la estrategia al plan .....	Pag 17
5. Cómo utilizar y aprovechar las herramientas que tenemos .....	Pag 21
6. Derechos de propiedad intelectual .....	Pag 33
6.1 Titularidad de los resultados de la comunicación.....	Pag 33
6.2 Derecho de la UE a utilizar los resultados y derechos preexistentespor parte del socio .....	Pag 33
6.3 Identificación y pruebas de la concesión de derechos preexistentes.....	Pag 34
6.4 Derechos morales de los creadores .....	Pag 34
6.5 Derechos de imagen y grabaciones de sonido .....	Pag 34
6.6 Derechos de autor .....	Pag 35
7. Informes sobre comunicación y visibilidad .....	Pag 35
8. Visibilidad tras finalizar la fase financiada por el Fondo.....	Pag 35



# 1. Introducción

# 1. Introducción

Desde hace más de 20 años la Unión Europea (UE) viene apoyando al Gobierno Nacional y a la sociedad civil colombiana en sus apuestas y estrategias de inclusión socioeconómica, desarrollo territorial y construcción de paz.

El 12 de diciembre de 2016, con el objetivo de apoyar la aplicación de las disposiciones establecidas en el Acuerdo de Paz entre el Gobierno de Colombia y las FARC, y acompañar a la población colombiana para superar los efectos de los 50 años de conflicto armado, la Unión Europea y 19 de sus Estados Miembros decidieron unir esfuerzos con el fin de crear el Fondo Europeo para la Paz de Colombia. Éste se creó en respuesta a la petición del Gobierno Colombiano de recibir un apoyo técnico y financiero por parte de la UE a su labor de implementación del Acuerdo de Paz firmado entre el Gobierno y las FARC-EP, considerando el rol especial asignado a la UE como acompañante internacional al Punto 1 de Desarrollo Rural Integral y Punto 3 en lo que concierne la Reincorporación de los excombatientes.



La constitución de un fondo resulta ventajosa en la medida que permite a la Unión Europea responder de manera coordinada y ágil a los retos de la consolidación de la paz territorial, equidad, transformación y convivencia en Colombia, a partir de la amplia experiencia de cooperación de la UE y de sus Estados Miembros en desarrollo rural y desarrollo local, adquirida en Colombia y en Europa.

El Fondo se constituyó con la participación de 19 Estados Miembros de la Unión Europea (Alemania, Chipre, Croacia, Eslovenia, Eslovaquia, España, Francia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia) y con contribuciones por 94.6 Millones de Euros. En noviembre de 2018, se anunció un aumento sustancial del Fondo (+26 M EUR) y se le dio la bienvenida a Chile, el primer país latinoamericano a integrar el Fondo como donante y miembro.

A fecha de enero de 2019, el Fondo Europeo para la Paz tiene una cobertura en 73 municipios de 16 departamentos de Colombia. Se han priorizado los departamentos más afectados por el conflicto como Caquetá, Putumayo, Nariño y Guaviare.



## 2. Política de Comunicación Fondo Europeo para la Paz

# 2. Política de Comunicación

## Fondo Europeo para la Paz

Este documento describe las medidas de comunicación y visibilidad que deben adoptar todos los proyectos del Fondo Europeo para la Paz financiados por la Unión Europea (en adelante también mencionado como el Fondo).

El objetivo general de este manual es garantizar que se informen permanentemente las razones de cada proyecto, el apoyo que el Fondo les brinda y el impacto de ese apoyo para la gente y para los territorios.

### 2.1 Alcance

Los proyectos del Fondo que tienen contratos con la Delegación de la Unión Europea (DUE) deben cumplir las disposiciones sobre comunicación y visibilidad establecidas en éstos.

Todas las actividades de comunicación y visibilidad relacionadas con los proyectos del Fondo Europeo para la Paz deben llevarse a cabo en estrecha colaboración y coordinación con el equipo de comunicación contratado para la articulación de las mismas, y el cual servirá de puente con la Delegación de la Unión Europea.

El presente manual es un complemento del documento *Requisitos de comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE. Requisitos para los socios ejecutivos (Proyectos)* de 2018 y “el cual es de obligatorio cumplimiento para todos los socios ejecutivos de subvenciones de la UE”; éste puede ser consultado en el siguiente enlace: [file:///C:/Users/usuario/Desktop/Uni%C3%B3n%20Europea/comms-visibility-requirements\\_es.pdf](file:///C:/Users/usuario/Desktop/Uni%C3%B3n%20Europea/comms-visibility-requirements_es.pdf)

Es importante tener en cuenta que todos los productos comunicativos que se producen a nivel nacional pueden ser replicados internacionalmente; al comunicar no solo se está informando a los beneficiarios, a las autoridades locales y nacionales, sino también a los Estados contribuyentes, (los 19 Estados Miembros de la Unión Europea que han aportado para el Fondo) y a los ciudadanos de dichos países para que tengan la posibilidad de conocer de primera mano el impacto de los aportes generados con sus impuestos (que integran el presupuesto general de la Comisión Europea).

### 2.2 Obligación jurídica de comunicar

Salvo que la Unión Europea solicite o acuerde lo contrario, y en virtud de las Condiciones Generales, todos los proyectos deben adoptar las medidas necesarias para hacer público, con claridad, el hecho de que el Fondo Europeo para la Paz ha financiado o cofinanciado el proyecto en cuestión.

En concreto, la contribución financiera del Fondo debe aparecer en toda la información facilitada a los beneficiarios finales del proyecto, en los informes internos y anuales y en cualquier relación con los medios de comunicación.

#### 2.2.1 Base jurídica

La obligación de la UE, y por ende de sus socios ejecutivos, de proporcionar información sobre la acción exterior financiada por la UE y garantizar su visibilidad tiene su base jurídica en los documentos que rigen la cooperación y ayuda internacional de la Unión, el más importante de los cuales es el Reglamento de ejecución común, de 11 de marzo de 2014, artículo 4.5, que establece lo siguiente:

**«Al facilitar la ayuda financiera de la Unión a que se refiere el apartado 1, la Comisión adoptará, cuando proceda, todas las medidas necesarias para garantizar la visibilidad de la ayuda financiera de la Unión. Se incluirán entre ellas medidas que impongan requisitos en materia de visibilidad a los perceptores de fondos de la Unión, salvo en casos debidamente justificados. Incumbirá a la Comisión la supervisión del cumplimiento de dichos requisitos por parte de los beneficiarios».**

Del mismo modo, es obligatorio, según las normas de desarrollo del Reglamento financiero, de 29 de octubre de 2012, para todos los acuerdos contractuales de la UE que asignen tareas de ejecución presupuestaria a otras entidades y personas, incluir disposiciones que garanticen la visibilidad de la acción de la Unión.

### **2.3 Por qué dar a conocer los logros y resultados de las acciones del proyecto**

Comunicar los resultados de las acciones de los proyectos no solo hace partícipes a los beneficiarios y a los socios de los logros conseguidos, también repercute positivamente en el propio proyecto; de ahí la importancia de hacerlo a través de una buena estrategia que sea clara (que no dé espacio a confusiones), contundente (de alto impacto) y oportuna (que aproveche la inmediatez y las coyunturas).



### **Estos son algunos de los beneficios de diseñar y ejecutar una buena estrategia de comunicación:**

1. Ayuda a sensibilizar e informar sobre las acciones y resultados de los proyectos y de esa manera demuestra los efectos tangibles de la paz en los territorios
2. Fortalece el vínculo entre el proyecto y sus beneficiarios
3. Genera más respaldo local y nacional y/o más gente interesada en participar/contribuir
4. Ayuda a transformar los territorios y las relaciones sociales y promueve la convivencia
5. Ayuda a conseguir nuevos aliados de todo tipo para los proyectos y/o más aportes técnicos y financieros que hagan sostenibles el trabajo que realizan
6. Demuestra la transparencia y eficacia del manejo de los aportes de la Unión Europea.

### **2.4 Cláusulas de exención de responsabilidad**

La Unión Europea no es responsable del contenido de los materiales de comunicación elaborados por los proyectos, los cuales 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 elaborada con el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».



### Para los sitios web y cuentas de medios sociales:

«Este/a sitio web/cuenta ha sido creado/a y mantenido/a con el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».



### Para vídeos y otro material audiovisual:

«Este/a <vídeo/película/programa/grabación> ha sido elaborado/a con el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».

## 2.5 Articulación con los pilares y la narrativa del Fondo

La vasta riqueza y diversidad de contextos y actores de los más de 20 proyectos del Fondo confluyen en la consecución de seis pilares estratégicos que vertebran la identidad común y aspiraciones de impacto de todos sus proyectos, independientemente de sus enfoques particulares.



**1. Reconciliación y disminución del conflicto**



**2. Reincorporación de las FARC-EP a la vida civil en lo económico, lo social y lo político**



**3. Inclusión poblacional: jóvenes, mujeres y grupos étnicos**



**4. Productividad sostenible e incluyente**



**5. Institucionalización y presencia legitimadora del Estado**



**6. Valor Agregado de la Unión Europea**

Estos seis pilares estratégicos visibilizan a nivel de programa la pertenencia de todos los proyectos a un mismo instrumento (el Fondo) con un enfoque común para contribuir de un modo conjunto a los Acuerdos de Paz.

Es recomendable que los productos comunicativos resalten cómo las acciones de los proyectos se articulan con los pilares; para esto pueden usar como recurso la narrativa construida específicamente para el Fondo.

La narrativa del Fondo Europeo para la Paz gira en torno a los pilares mencionados anteriormente y a tres conceptos: **Equidad, Transformación y Convivencia**. Los proyectos promueven la **TRANSFORMACIÓN**, social, económica y

productiva, propiciando procesos de **CONVIVENCIA** que producen como resultado, una mayor **EQUIDAD** en la comunidad participante.

A continuación, destacaremos el concepto aprobado por las directivas del Fondo Europeo para la Paz y que debe ser adaptado por los proyectos para sus contenidos: -Europa Suma-.

Lo que hace la Unión Europea, a través de sus proyectos es sumar muchos actores y recursos (humanos, técnicos, materiales, ideas, financieros), para ayudar a transformar la vida de las personas de las comunidades colombianas más afectadas por el conflicto.

La idea es que adapten este concepto a sus comunicaciones en contexto como: Europa suma voluntades, Europa suma esperanza, Europa suma futuro, Europa suma recursos.

Es importante también destacar en las piezas comunicativas el hashtag **#FondoEuropeoParaLaPaz** (siempre debe colocarse en las piezas digitales de cada proyecto) toda vez que facilita la búsqueda en las redes sociales. Recordemos que el Fondo no tiene cuentas propias y los mensajes van en las cuentas de la Unión Europea Colombia.



**Conservación de la Amazonía y Paz en Putumayo**

2'500.000 euros que estimularán las capacidades económicas de pequeños productores y excombatientes.

**#EuropaCreeEnColombia**

## #FondoEuropeoParaLaPaz

Hay otro hashtag que se usa para todos los mensajes de la UE Colombia y que puede utilizarse también como concepto en la construcción de ideas:

## #EuropaCreeEnColombia

Ejemplos de uso como concepto: Europa cree en la gente de Colombia, en sus liderazgos, en sus recursos ambientales, en su diversidad, en la paz, entre muchas otras opciones.



### 3. La marca Fondo Europeo para la Paz

# 3. La marca Fondo Europeo para la Paz

En diciembre de 2016 la Unión Europea y 19 de sus Estados Miembros decidieron unir esfuerzos para crear lo que inicialmente llamaron el Fondo Fiduciario de la Unión Europea (EUTF por sus siglas en inglés).

En el año 2018 la Delegación de la Unión Europea en Colombia estableció que el nombre para referirse al fondo, en todos los productos comunicativos que se generen, debe ser **FONDO EUROPEO PARA LA PAZ**, toda vez que la palabra fiduciario dificulta la recordación entre algunas personas.

Es importante reiterar que el único nombre autorizado a usar cuando vayan a referirse al fondo es: **FONDO EUROPEO PARA LA PAZ**

*(en caso de referirse varias veces a éste en un documento, se puede utilizar en unos casos el nombre completo y en otros reemplazar por el Fondo –siempre y cuando ya se haya realizado la mención completa con anterioridad-).*

**El identificador del Fondo es la marca visual utilizada para anunciar y reconocer el apoyo del mismo a un proyecto; éste debe ir siempre acompañado por el emblema de la UE.**



UNIÓN EUROPEA



La representación artística de las personas tomadas de la mano corriendo hacia el frente, denota avance, futuro y cooperación. Éste siempre va localizado a la derecha del emblema de la Unión Europea (el cual debe tener en la parte inferior el nombre Unión Europea) y **bajo ninguna circunstancia deben separarse**. (Estos son los principales elementos de la identidad visual del Fondo y de la UE, y los proyectos deben remitirse a las directrices para garantizar su correcta utilización. Véase la *Guía del Sistema Gráfico Fondo Europeo para la Paz* y el documento *“Requisitos de comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE. Requisitos para los socios ejecutivos (Proyectos)”* del año 2018).

[Ver Guía Sistema Gráfico Fondo Europeo para la Paz.](#)

[Ver Guía Sistema Gráfico Gobierno de Colombia 2019](#)

El correcto uso de este identificador es sobre una reserva blanca que garantiza que sea un elemento distintivo dentro del diseño. Si el lienzo no proporciona dicha reserva blanca, esta deberá ser añadida a modo de firma de logos.

El emblema de la Unión Europea, el identificador del Fondo Europeo para la Paz así como el logo de Gobierno nacional deben incluirse en todas las piezas comunicativas de los proyectos del Fondo Europeo para la Paz.

El logo del Gobierno de Colombia debe usarse según la guía de imagen de la Presidencia de República ([https://mega.nz/#!MEB0IS4b!vgLy3dREXqmV-6nzMcP\\_mqY0EljKKO4kuYA1pl1U\\_Kw](https://mega.nz/#!MEB0IS4b!vgLy3dREXqmV-6nzMcP_mqY0EljKKO4kuYA1pl1U_Kw))

**El identificador del Fondo y el emblema de la UE deben aparecer de forma visible y destacada en todos los materiales de comunicación y visibilidad relacionados con el proyecto.**

Teniendo en cuenta que visibilidad quiere decir hacer visible algo, no debemos olvidar la parte oral. En la presentación de eventos, al inicio de talleres o actividades programadas, se debe hacer una contextualización sobre las razones del proyecto, el apoyo del Fondo al mismo, y el impacto de ese apoyo para la gente y los territorios (*este tipo de espacios son ideales para explicar brevemente a los asistentes qué es el Fondo Europeo para la Paz y el por qué de su presencia en el territorio*).

### Tipografía corporativa - **CLICK PARA DESCARGAR FUENTES** -

- Fuente para destacados presente en el identificador y que genera una sombra visual "Futura STD"
- Para los textos corridos y pequeños títulos se usará "Myriad pro condensed" en sus pesos BOLD y MEDIUM.

### Margen de uso

La distancia mínima que debe tener el logo con cualquier otro elemento gráfico, es de 1 cm a cada lado en formatos impresos y de 50px en digital, como reserva y protección del mismo.

### Jerarquización de logos

En la aplicación horizontal, el logo del proyecto debe ir a la derecha del logo del Fondo Europeo para la Paz, la separación entre logos corresponde a cuatro letras "A" del logo de la Unión Europea. El tamaño contenedor de los logos de los operadores, socios y entidades con relevancia similar no pueden ser superiores al tamaño del emblema de la UE y el identificador del Fondo; si en una pieza comunicativa se quieren incluir los logos de otras entidades participantes con un papel menos relevante, se debe realizar una nueva línea de logos con un tamaño del 50% respecto al valor del logo de la Unión y el del Fondo y precedida por un título adecuado para dicha jerarquía.



Para su aplicación en vertical el logo del proyecto debe ir a la derecha del logo del Fondo Europeo para la Paz y continuar con las mismas reglas antes mencionadas.

## Modificaciones y añadidos

Cuando el identificador del Fondo y emblema de la UE se reproducen en cualquier representación gráfica, deben utilizarse en su totalidad, sin ninguna modificación ni añadido. La representación gráfica de cualquier socio debe aparecer de manera separada.

## Explicaciones sobre el Fondo Europeo para la Paz y la Unión Europea

Al proporcionar información sobre el Fondo y/o sobre la UE, los proyectos deben garantizar que la información facilitada es exacta y correcta.

Ningún proyecto puede hablar en nombre del Fondo; en caso de querer destacar citas específicas, éstas deben ser solicitadas al equipo de comunicación del Fondo. El Fondo Europeo para la Paz y la Unión Europea deben aprobar expresamente y por escrito, antes de su publicación, las declaraciones generales que puedan ser atribuidas en su nombre.

## Visibilidad en sistemas de múltiples donantes

Cuando múltiples entidades donantes contribuyan financieramente a un proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo para la Paz, las directivas del proyecto deben garantizar que se concede al menos la misma prioridad al apoyo del Fondo que al del resto de contribuyentes en todos los materiales, eventos, canales y otros elementos de comunicación cubiertos por el presente manual.



**Independientemente de la magnitud, el alcance o el objetivo de la acción del proyecto siempre debe haber visibilización del Fondo Europeo para la Paz.**



## 4. Ejecución de la Comunicación y la Visibilidad

# 4. Ejecución de la Comunicación y la Visibilidad

Todas las actividades de visibilidad relacionadas con proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz deben prepararse (planificación), redactarse (formulación), y ejecutarse en estrecha colaboración y coordinación con el equipo de comunicación del Fondo y el gestor de proyecto de la delegación de la Unión Europea. En ese punto es importante definir dos términos a los cuales nos referiremos a lo largo de este documento: la estrategia y el plan; la primera palabra explica el qué, y la segunda el cómo.

Al ponerle fecha a un **SUEÑO**, se convierte en **META**. Una **META** dividida en pasos se convierte en un **PLAN**. Un **PLAN** apoyado por acciones se vuelve **REALIDAD**.

**Estrategia:** es lo que se tiene que hacer; los objetivos y metas que se quieren alcanzar; es un documento que marca directrices.

**El plan:** es el que nos permite establecer el cómo vamos a alcanzar los objetivos y metas definidos. Es fundamental definir la temporalidad (es decir explicar el cómo se alcanzarán los objetivos desde x fecha hasta x fecha) Cuando formulamos una estrategia, hacemos un análisis y una reflexión de cómo llevaremos la comunicación del proyecto; se tiene en cuenta cómo queremos que reaccione el entorno, en quién queremos incidir y cómo queremos impactar con nuestra propuesta. Aquí es donde se analiza y precisa lo que queremos lograr. Posteriormente entra el plan en el cual se fijan las variables necesarias para cumplir lo propuesto (los recursos materiales, el personal, las actividades a desarrollar, el tiempo en el que se realizarán).

**La estrategia y el plan son complementarios; dependen el uno del otro para lograr el éxito en la comunicación.**





## ***Para tener en cuenta:***

### **Los productos comunicativos deben:**

- Formar parte de una estrategia estructurada
- Utilizar información precisa y objetiva
- Estar correctamente planificados (sin desconocer que podemos aprovechar cualquier oportunidad coyuntural que pueda surgir)
- Estar centrados en las personas, esto quiere decir adoptando un enfoque narrativo que destaque el impacto en los seres humanos más que en los hitos administrativos o presupuestarios.
- Ser adecuados para los canales utilizados (es distinto el lenguaje que se usa para un medio impreso que el utilizado en una red social) y para el público destinatario.
- Ser proporcionados a la magnitud de la acción (en términos de costos y beneficios)
- Coordinarse estrechamente con el equipo de comunicación del Fondo Europeo para la Paz y de la delegación de la UE en Colombia.

#### **4.1 De la estrategia al plan**

La comunicación se debe producir durante todo el ciclo del proyecto. Las actividades de comunicación y los productos comunicativos deben ser permanentes y planearse cuidadosamente para conseguir el máximo impacto.

Todos los proyectos deben elaborar un plan comunicación y visibilidad y obtener aprobación por parte de la UE desde el inicio de la ejecución de las actividades operativas. Deben, además, tener un enlace de comunicaciones que se encargará de articularse con el equipo delegado por las directivas del Fondo para estos temas y con el equipo de prensa de la Unión Europea.

Este enlace deberá informar al equipo de comunicación del Fondo las actividades que se vayan a ejecutar cada mes con el fin de poder planear y elaborar piezas comunicativas. Será además la persona encargada de responder por los avances de la estrategia y el plan presentado; tiene la responsabilidad de remitir en el menor tiempo posible los insumos que se soliciten para la elaboración de productos comunicativos (boletines, fotografías o material de video, etc). El nivel de detalle del plan debe ser proporcional a la naturaleza del proyecto.

#### **El plan de comunicación debe comprender los siguientes elementos:**

**a. Introducción** (en la que se esboce qué hace el proyecto, cómo lo hace y dónde se ejecuta; en esta introducción se deben analizar las fortalezas y debilidades de la comunicación actual)

**b. Objetivo(s).** Se deben destacar los objetivos que se quieren alcanzar con las actividades de comunicación que se van a desarrollar, por ejemplo: lograr que mencionen al proyecto en los medios, mantener informados a los beneficiarios de los avances del proyecto.

Si bien los objetivos del plan de comunicación deben ser distintos a los objetivos del proyecto, debemos tener en cuenta que la comunicación ayuda a que se cumplan las metas trazadas por las directivas de los proyectos.

### Es muy importante definir objetivos inteligentes o lo que denominan objetivos SMART



#### c. Grupo(s) destinatario(s)

Tal como lo establece el documento *Comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE* y el cual puede ser consultado en el siguiente enlace: [file:///C:/Users/usuario/Desktop/Uni%C3%B3n%20Europea/comms-visibility-requirements\\_es.pdf](file:///C:/Users/usuario/Desktop/Uni%C3%B3n%20Europea/comms-visibility-requirements_es.pdf), "identificar con exactitud el público destinatario correcto es clave para el éxito de la comunicación".

El primer público destinatario de las actividades de comunicación y visibilidad de los proyectos debe ser los beneficiarios para quienes los resultados de la acción serán más evidentes y relevantes de forma más inmediata.

#### Los productos comunicativos también pueden dirigirse a:

- los beneficiarios indirectos del proyecto (p.e. autoridades locales, empresarios, otros campesinos, escuelas, etc.)
- líderes y otras personalidades, instituciones y organizaciones influyentes que actúen como multiplicadores de la información proporcionada
- medios e influenciadores
- los Estados contribuyentes, es decir a los 19 Estados Miembros de la Unión Europea que han aportado para el Fondo Europeo para la Paz, y a los ciudadanos de dichos países

#### d. Mensajes clave.

Construir mensajes clave dependiendo del público al que vaya dirigida la comunicación y los canales a utilizar; el lenguaje utilizado en una pieza dirigida a los jóvenes no es igual al que utilizaríamos en una pieza para el gabinete ministerial.

Los mensajes también varían en forma y extensión por ejemplo (se debe analizar si son para una red social o para un comunicado que se enviará a un periodista especializado). Para redes siempre debe usarse el hashtag como se explica en punto 2.5 de este documento.

Es muy importante tener en cuenta la articulación con los pilares y la narrativa del Fondo (**Ver 2.5**) en el que se destaca cómo puede usarse la narrativa construida para el Fondo (**Europa Suma**) y tener en cuenta que los mensajes deben construirse desde historias, toda vez que éstas permiten conectarse con la emoción (en términos de comunicación las audiencias recuerdan lo que emociona).

### e. Actividades y calendario de actividades.

La descripción de las tareas que ejecutarán para lograr los objetivos y proyectándolas en el tiempo. En este punto es importante establecer fechas para los productos o entregables.

### f. Entregables:

eventos, comunicados de prensa, fotografías, videos y mensajes para redes sociales. Es clave establecer cuántos y cuáles productos comunicativos se producirán y cuándo para apoyar las labores de visibilización.

### g. Indicadores.

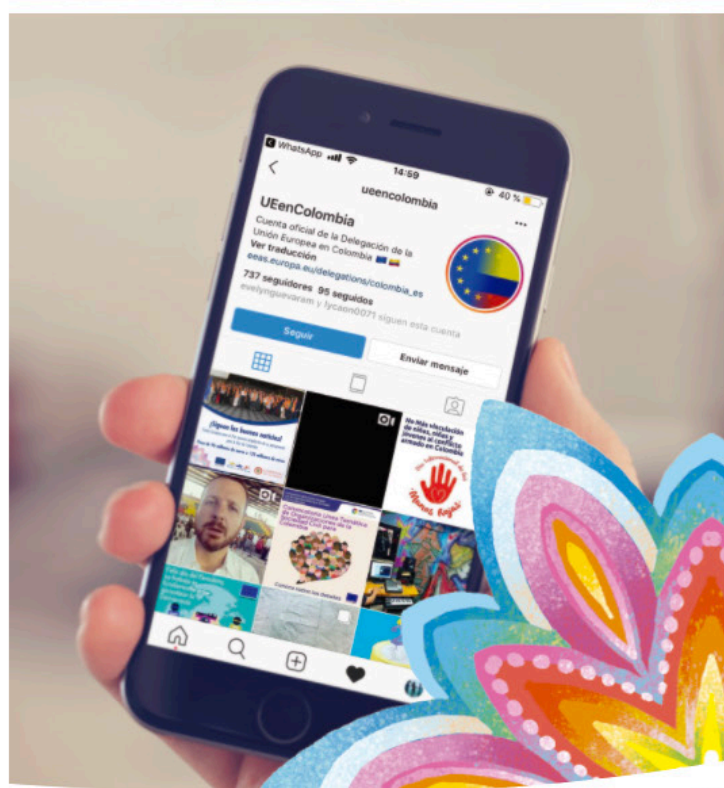
Instrumentos que permitan medir el cumplimiento de los objetivos. Indicadores para evaluar el éxito y alcance de las actividades de comunicación

### h. Presupuesto desglosado.

Todos los proyectos deben incluir una disposición presupuestaria específica para las actividades de comunicación y visibilidad que sea acorde con la magnitud, el contexto y la naturaleza del mismo. Se debe explicar la inversión que se destinará para los productos y las actividades a desarrollar. Es importante medir el costo/beneficio de lo planeado, pues si bien se trata de tener productos impactantes hay que analizar que el gasto esté relacionado con el impacto esperado. Si vamos a planear por ejemplo una obra de teatro que implica un enorme presupuesto de producción hay que dimensionar cuántas veces y en dónde se presentará esta obra para ver si el impacto en el número de asistentes es proporcional a lo invertido.



Esta revista fue usada por un proyecto en un territorio donde los beneficiarios no tenían acceso a internet. A través de ésta les presentaron las acciones que iban a ejecutar.



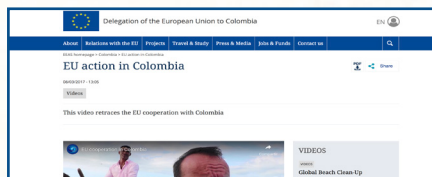
# 5. Cómo utilizar y aprovechar las herramientas que tenemos

# 5. Cómo utilizar y aprovechar las herramientas que tenemos

Las siguientes secciones contienen instrucciones para utilizar una serie de canales, herramientas, actividades y productos de visibilidad. Sin embargo, en un ámbito que sigue evolucionando de forma dinámica, es imposible abarcar todas las posibilidades; las acciones de comunicación y visibilidad, por regla general, deben planearse y diseñarse en consonancia con las mejores prácticas y el sentido común y consultarse con la UE.

## Comunicación y visibilidad en línea

La información sobre los proyectos financiados por el Fondo se difunde a través de los sitios web de la UE y la plataforma web del Fondo:



Sitio web: [www.eeas.europa.eu/delegations/Colombia](http://www.eeas.europa.eu/delegations/Colombia)



Plataforma del fondo: [www.fondoeuropeoparalapaz.eu](http://www.fondoeuropeoparalapaz.eu)



Fan page - Facebook: [www.facebook.com/euincolombia](http://www.facebook.com/euincolombia)



Perfil - Twitter: <https://twitter.com/UEenColombia>



Perfil - Instagram: <https://www.instagram.com/ueencolombia>

Los proyectos, a través de su enlace de comunicaciones, deben remitir los contenidos e imágenes que les soliciten, con un formato adecuado para su publicación en los sitios web y en las redes sociales de la UE.

**El material solicitado para la página web del Fondo debe ser remitido al equipo de comunicación del mismo.**

Los proyectos deben incluir en sus sitios web y cuentas de redes sociales información sobre las acciones financiadas por la Unión Europea; en este caso debe figurar de manera destacada el identificador del Fondo con el emblema de UE junto con un texto que destaque el apoyo. Deben incluir además enlaces al sitio web y a las redes sociales oficiales aquí destacadas.

### Sitios web

Si los proyectos desean crear sitios web específicos pueden hacerlo siempre y cuando tengan cómo garantizar la publicación permanente y dinámica; es importante tener en cuenta que éstos no pueden utilizar las plantillas oficiales del dominio «europa.eu» de la UE.

Deben tener en las páginas creadas para los proyectos el identificador del Fondo Europeo para la Paz de manera destacada junto al emblema de la UE y con un texto que indique el apoyo brindado.

En dichos sitios tienen que incluir además los enlaces al sitio web del Fondo y a las redes sociales oficiales, además de una cláusula de exención de responsabilidad.

Los proyectos deben garantizar que la información publicada esté actualizada y que todos los enlaces incluidos funcionan correctamente.

Cuando las acciones financiadas por el Fondo lleguen a su fin, los proyectos deben garantizar que dichos sitios web indicarán que ya no están activos o actualizados. Cuando las acciones continúen sin la financiación de la UE deben cumplir las instrucciones incluidas en la sección 2.4 del presente manual.

Si bien desde que se inicia el proyecto las directivas de los mismos deben poner a disposición de la UE, en un formato adecuado, todos los productos comunicativos generados, y remitir los nuevos de manera frecuente en la medida en que se vayan elaborando (fotos, vídeos y producciones técnicas, estudios y material de formación), es importante tener en cuenta que cuando finalice la financiación de la UE debe quedar entregado todo lo que no se haya facilitado oportunamente.

### Medios sociales

Si, además de presentar información en las cuentas de redes sociales de la UE sobre lo que están haciendo y logrando, los proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz quieren crear cuentas de redes sociales específicas para los mismos, éstas deben cumplir los criterios para la comunicación y visibilidad adecuadas establecidos en la sección 2, así como las mejores prácticas para este tipo de canales. Deben pertenecer claramente a las acciones financiadas, y deben poderse rastrear directamente.



Deben además mostrar de manera destacada el identificador del Fondo Europeo para la Paz y el emblema de la UE junto con un texto que reconozca el apoyo proporcionado, así como incluir enlaces al sitio web y a las cuentas de redes sociales oficiales además de una cláusula de exención de responsabilidad (ver sección 2.4).

Deben garantizar que la información proporcionada está actualizada y que todos los enlaces incluidos funcionan correctamente. Cuando el proyecto financiado por el Fondo llega a su fin, las directivas de éstos deben garantizar que dichas cuentas indican claramente (por ejemplo, en la descripción del perfil) que ya no está activo. Cuando las acciones continúan sin la financiación de la UE los proyectos deben cumplir las instrucciones incluidas en la sección xx.

### **Boletines informativos electrónicos, artículos en línea y blogs**

Los proyectos que elaboran y difunden boletines informativos electrónicos, artículos en línea y entradas en blogs para informar al público interesado sobre las acciones financiadas por el Fondo Europeo para la Paz deben cumplir los criterios para la comunicación y visibilidad destacadas en la sección correspondiente del presente manual (Punto 2), así como las mejores prácticas para este tipo de canales.

Una cláusula de exención de responsabilidad debe indicar con claridad que el boletín, el artículo o las entradas de blog en cuestión no reflejan necesariamente la opinión del Fondo Europeo para la Paz ni de la UE.

Es importante que cada proyecto informe a su oficial de enlace en la DUE la política de construcción de las bases de datos a las cuales distribuyen materiales, para verificar su alineación con las normas institucionales.

### **Campañas informativas, eventos, visitas y reuniones**

Las campañas informativas, los eventos, las visitas de alto nivel y las reuniones de partes interesadas están sujetas a los criterios para la comunicación y visibilidad adecuadas establecidos en la sección 2 del presente manual y con especial atención el aparte correspondientes a mensajes.

#### **Campañas**

Las campañas informativas realizadas por los proyectos deben ser aprobadas por el equipo directivo del Fondo Europeo para la Paz y coordinadas con el equipo de comunicación del mismo.

#### **Eventos y visitas**

Los eventos públicos (como conferencias, talleres, seminarios, debates, cursos de formación, ferias y exposiciones), financiados con un presupuesto de comunicación y visibilidad del Fondo deben ser aprobados por las directivas del mismo.



**Durante los eventos se pueden utilizar piezas como esta porque ayudan a que la gente identifique el proyecto, y el apoyo del Fondo y de los aliados.**

***El identificador aquí reseñado debe incluirse de manera destacada en los productos comunicativos en línea y en los espacios físicos para garantizar que los asistentes a dichos eventos son conscientes del apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz.***



Teniendo en cuenta que el principal canal de comunicación de cada proyecto es el personal del mismo, es fundamental tener en cuenta que a través de prendas de vestir podemos visibilizar el proyecto y al Fondo Europeo para la Paz. Esto permite que los asistentes reconozcan quién pertenece a cierto equipo u organización. Hay quienes lo hacen a través de camisetas, gorras, chalecos, buzos, carnés e incluso todos los anteriores.



***No debemos olvidar que el emblema de la Unión Europea y el identificador del Fondo deben incluirse en todas las piezas comunicativas de los proyectos.***

Es importante tener en cuenta que en la presentación de un taller, reunión u otras actividades, se debe hacer una contextualización sobre las razones del proyecto, el apoyo del Fondo y el impacto de ese apoyo para la gente y los territorios.

Las visitas de alto nivel de funcionarios, líderes políticos y otras personalidades a los emplazamientos de los proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz, deben ser informadas y los enlaces deben apoyar con comunicados de prensa, relacionamiento con los medios de comunicación, cobertura en línea, fotografías y videos.



## Prensa y medios de comunicación

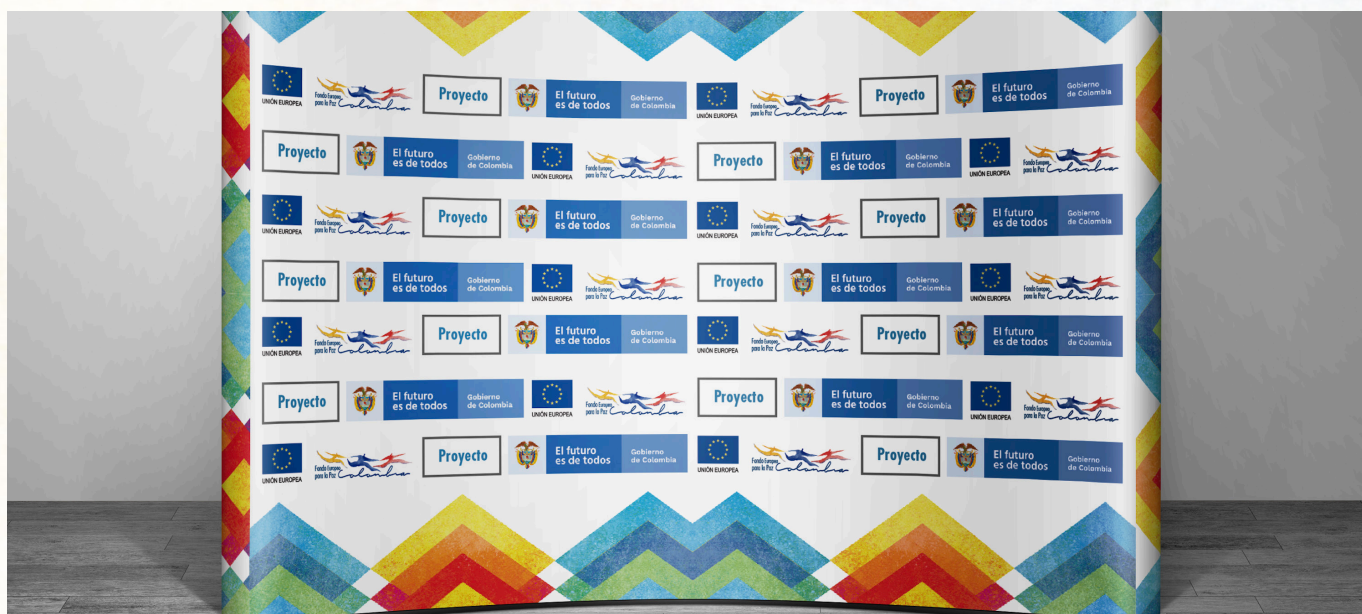
### Comunicados o boletines de prensa

Un boletín de prensa es una nota que contiene una información para conocimiento público. El objetivo del comunicado es llegar a la mayor cantidad de gente posible para que las personas tomen conocimiento de aquello que se quiere transmitir.

Generalmente se publica al inicio de una actividad con el fin de destacar los objetivos de la misma, así como la relación del Fondo Europeo para la Paz con el Proyecto y con la actividad a desarrollar. También se publica al final de la actividad para divulgar los resultados y logros de la acción.

Se pueden hacer boletines de prensa sin necesidad de organizar una actividad; éstos se preparan para destacar balances o dar a conocer hechos relevantes.

**Siempre que se prepare un comunicado de prensa de una actividad de un proyecto, se debe poner entre comas que se hace con el acompañamiento técnico y apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz y colocar el identificador correspondiente.**



**Este tipo de piezas pueden usarse en ruedas de prensa. Cuando el vocero está siendo entrevistado frente a éste garantiza que en las tomas de televisión o fotografías se visibilizan el proyecto y el Fondo Europeo para la Paz. También pueden usarse los pendones.**

Es importante colocar en la parte final en letra más pequeña que la del comunicado la siguiente frase: *La Unión Europea y 19 de sus Estados Miembros, en diciembre de 2016, decidieron unir esfuerzos para crear el Fondo Europeo para la Paz con el objetivo de apoyar la aplicación de las disposiciones establecidas en el Acuerdo de Paz entre el Gobierno de Colombia y las FARC, y acompañar a la población colombiana para superar los efectos de los 50 años de conflicto armado. El Fondo Europeo para la paz de Colombia, se ha creado en respuesta a la petición del Gobierno Colombiano de recibir un apoyo técnico y financiero por parte de la Unión Europea a su labor de implementación del Acuerdo de Paz considerando el rol especial asignado a la UE como acompañante internacional al Punto 1 de Desarrollo Rural Integral y Punto 3 en lo que concierne la Reincorporación de los excombatientes.*

Es recomendable incluir un entrecomillado del Embajador (a) de la Unión Europea o del director del Fondo toda vez que esto ayuda a la visibilización y le da más peso al producto comunicativo. Esta frase puede solicitarse al equipo de comunicación.

Aquellos que quieran publicar comunicados de prensa o hacer declaraciones públicas escritas relacionadas con acciones financiadas por el Fondo Europeo para la Paz deben contar con la aprobación del texto por parte de sus directivas.

Cuando el Fondo necesite publicar un comunicado de prensa, los enlaces de comunicaciones de los proyectos deben proporcionar toda la información y documentación necesaria que se les solicite.

### Ruedas de prensa

Las ruedas de prensa organizadas por los proyectos deben informarse y coordinarse con el equipo de comunicación del Fondo. En éstas debe destacarse el identificador y se debe colocar la bandera de la UE si aparecen otras banderas o emblemas.

### Visitas de prensa

Las visitas de los medios de comunicación a los sitios donde se ejecutan proyectos financiados por la UE deben estar correctamente programadas y preparadas; debe informarse al equipo de comunicación del Fondo para analizar si amerita acompañamiento por parte de la organización.

### Material audiovisual, fotografía y otras producciones

El material audiovisual y fotográfico debe cumplir los criterios de comunicación y visibilidad establecidos en la sección 2, y los estándares generalmente aceptados y las mejores prácticas del ámbito en cuestión. El Fondo Europeo para la Paz y la Unión Europea tendrán derecho utilizar o reproducir todo el material audiovisual y fotográfico producido utilizando la financiación de éste, tal como se indica en la sección 6 sobre los derechos de propiedad intelectual.

Permanentemente el equipo de comunicación solicitará a su enlace en cada proyecto, material audiovisual y fotográfico que será usado en los productos comunicativos genéricos; éstos se utilizarán en la página web oficial, en piezas de redes sociales y se almacenarán en un banco de imágenes. Todo debe ser remitido en el tiempo indicado en la solicitud.



**Captura de un fragmento de uno de los videos del Fondo Europeo para la Paz en donde el realizador utilizó los pendones en una reunión en la que estaba grabando. Aunque en la pieza audio visual no se escucha una mención directa del Fondo, hay visibilización de éste gracias a la imagen de apoyo.**

## Vídeo

Es una de las herramientas más poderosas de visibilización por la conexión que se puede tener con el interlocutor gracias a la imagen y el sonido. A través de los videos podemos humanizar los resultados de los proyectos gracias a los testimonios de los beneficiarios.

Es importante tener en cuenta que dependiendo del fin del video puede variar la realización del mismo. A través de teléfonos celulares que tengan equipos de grabación de buena calidad se pueden grabar materiales para pequeñas piezas (como redes sociales).

El equipo de comunicación del Fondo Europeo para la Paz puede asesorar a los proyectos en temas de guiones, libretos y realización de los videos (la producción corre por cuenta de cada proyecto).

Las directivas del Fondo deben aprobar los videos producidos por los proyectos antes de ser emitidos o distribuidos. Éstos deben tener el identificador respectivo al principio o al final de la producción, junto con el siguiente texto:

*«Este/a [vídeo/película/. . .] ha sido producido/a con el apoyo financiero de la Unión Europea».*

Deben incluirse cláusulas de exención de responsabilidad tal y como se indica en la sección 2.4.

Los proyectos deben garantizar que todas estas producciones de vídeo están a disposición de la Unión Europea en el formato especificado por contrato, junto con toda la información relativa a su emisión, distribución y alcance, así como los metadatos descriptivos incluyendo título, resumen, fechas de filmación y producción, empresa productora, director/a y versiones lingüísticas, además del guión y archivos de subtítulo, si están disponibles.

## Audio

El Fondo Europeo para la Paz debe aprobar las producciones de radio y otras producciones de audio realizadas por los proyectos antes de ser emitidas o distribuidas. Deben incluir la siguiente mención:

*«Este [programa/. . .] ha sido producido con el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz».*

Deben incluirse cláusulas de exención de responsabilidad tal y como se indica en la sección 2.4.

Los proyectos deben garantizar que las copias de tales producciones de audio están a disposición de la Unión Europea en los formatos especificados por contrato, junto con toda la información relativa a su emisión, distribución y alcance, así como los metadatos descriptivos, incluyendo título, resumen, fechas de grabación y producción, empresa productora, director/a y versiones lingüísticas.



## Fotografía

La evolución, los resultados y el impacto logrado por los proyectos y los eventos relacionados con éstos deben estar documentados con fotografías para el uso de productos de comunicación.

Debe ponerse a disposición del Fondo Europeo para la Paz y de la Unión Europea una copia de todas las fotografías en el formato especificado por contrato.

Las fotografías deben estar acompañadas de metadatos que detallen (para cada imagen) el nombre del fotógrafo, la fecha de producción, el lugar de producción y una breve descripción de la imagen incluidos los nombres y las funciones de cualquier persona identificable.

## Otros tipos de producciones

Respecto a producciones y acciones de comunicación de bajo contenido tecnológico como teatro, mímica, griots, heraldos y artistas callejeros, la visibilidad del Fondo debe ser analizada caso por caso con las directivas del mismo.

## Comunicación y visibilidad en papel

Los materiales de comunicación y visibilidad impresos producidos utilizando financiación del Fondo Europeo para la Paz deben incluir el identificador correspondiente.

## Boletines, prospectos, folletos y otros materiales impresos

Si bien las prácticas de distribución de información deben ajustarse al público destinatario, los boletines informativos, prospectos, folletos y otros materiales (como periódicos, artículos, revistas y artículos de opinión) deben, por defecto, difundirse de forma electrónica a través de sitios web, redes sociales y correo electrónico. Cualquier versión en papel debe producirse teniendo en cuenta las mejores prácticas medioambientales.

Éstos deben cumplir los criterios de comunicación y visibilidad establecidos en la sección 2 del presente documento, así como los estándares generalmente aceptados y las mejores prácticas del ámbito en cuestión.

Los folletos y otros materiales impresos deben destacar en la cubierta o portada con claridad que la publicación es de un proyecto financiado por el Fondo Europeo para la Paz. Debe incluir en algún espacio una cláusula de exención de responsabilidad (sección 2.4).



# Alianzas

## Recomendaciones Aprovechamiento Alianza Due – Colombia 2020

Desde mayo de 2016, la UE apoya la campaña Colombia 2020 del Espectador (<https://colombia2020.elespectador.com>). Colombia 2020 se ha consolidado como una apuesta concreta, desde un medio masivo de comunicación, para visibilizar los territorios y sus iniciativas de construcción de paz en diferentes niveles mediante tres ejes: (i) pedagogía, (ii) periodismo y producción de información, y (iii) diálogo para la movilización social.

Para oír y dar voz a sectores de la sociedad rural y urbana que han sido marginalmente escuchados y visibilizados en los medios masivos, el Espectador usa sus diferentes plataformas tanto en el periódico impreso como en las páginas web de El Espectador y Colombia2020, así como las redes sociales de ambos medios. Allí se publican piezas periodísticas, historias, noticias, reportajes, en formato escrito, de video y de podcast.

La vida de los proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz que están en el corazón de la implementación del punto 1 y/o 3 del Acuerdo de Paz puede ser por naturaleza una fuente muy interesante para noticias y publicaciones por Colombia 2020. Por otro lado, Colombia 2020 representa una vitrina única para la comunicación y visibilidad de resultados o logros obtenidos por los proyectos dado su alcance en términos de lectores y followers.

A fin de optimizar el intercambio de información y asegurar un contenido siempre pertinente e informativo sobre el Fondo, en concordancia con la línea editorial de la Campaña 2020, se solicita que cuando un proyecto tenga una propuesta de noticia, se comunique con el equipo de comunicación del Fondo Europeo para La Paz, con copia a su project manager en la DUE con una descripción breve en respuesta a cada uno de los criterios referidos a continuación, con mínimo 2 semanas de antelación:

1. Relevancia de la información en términos de noticia.
2. Novedad de la información (especialmente si ya se comunicó sobre ese mismo proyecto).
3. Avances, resultados concretos e impactos sobre los cuales se puede informar.
4. Dividendos de la paz que se quiere mostrar (p.e. transformación económica o social).
5. Información territorial específica.
6. Cuál(es) historia(s) se quieren contar y quienes serían los protagonistas.
7. Relevancia con la implementación de los acuerdos.



Colombia  
2020

Construyendo país

**EL ESPECTADOR**

El equipo de comunicación del Fondo o el de la UE contactarán a El Espectador para ofrecer los temas. Si el equipo de Colombia 2020 confirma su interés en cubrir la noticia, es importante que el proyecto pueda pagar los gastos asociados al desplazamiento del periodista, videógrafo y/o fotógrafo que se requieran para producir el material informativo.

Para que Colombia 2020 les apoye en la organización de eventos, foros, conversatorios o lanzamientos, es importante que se comunique la intención con al menos tres meses de anticipación. En ese sentido la comunicación debe contener la mayor cantidad de información sobre el evento: ciudad sede, fecha, objetivos, posibles invitados, tipo de público al que quieren convocar, aliados y entidades que apoyan.

## Exhibiciones

### Paneles divulgativos

Los paneles divulgativos deben ser claramente visibles para que los transeúntes puedan leerlos y comprender la naturaleza del proyecto. Deben instalarse junto a las rutas de acceso al lugar donde se esté llevando a cabo la acción desde el inicio de la misma hasta seis meses después de su finalización. Estos pueden usarse también en exposiciones o eventos, así como en las entradas de centros de formación, recepciones de oficinas, etc.

Cuando el Fondo Europeo para la Paz es el único donante que financia el proyecto, su identificador debe aparecer en el lugar más visible (ver sección 3 del presente manual). Cuando existen varias entidades donantes, este debe aparecer al menos de manera tan destacada como el del proyecto y el resto de socios financieros.

### Banderines

Respecto a los banderines de plástico o tejido para inauguraciones y conferencias es importante tener en cuenta que cuando el Fondo sea el único donante que financia el proyecto, el identificador debe aparecer en lugar más visible. Cuando existen varias entidades donantes deben aparecer al menos de manera tan destacada como los emblemas del resto de socios financieros.

### Placas conmemorativas

Las contribuciones del Fondo Europeo para la Paz a la construcción de estructuras permanentes como viviendas, clínicas, fábricas, instituciones, centros de formación, carreteras y puentes deben ser reconocidas a través de placas conmemorativas permanentes. Éstas deben colocarse en el lugar más visible de la estructura, como la entrada principal o delante del edificio.



La placa debe contener la siguiente mención grabada: «Este/a [nombre de la estructura] ha sido construido/a con el apoyo financiero de la Unión Europea».

Es importante tener en cuenta que cuando el Fondo sea el único donante el identificador debe aparecer en lugar más visible. Cuando existen varias entidades donantes deben aparecer al menos de manera tan destacada como los emblemas del resto de socios financieros.

### Vehículos, suministros y equipos

Todos los vehículos utilizados en las acciones financiadas por el Fondo Europeo para la Paz deben estar claramente identificados; deben destacar el identificador (ver sección 3 del presente manual) y tener la mención «Suministrado con el apoyo financiero de la Unión Europea» en la lengua operativa del programa de la UE y en la lengua local.

Otros emblemas, como los logotipos del socio ejecutivo y otras entidades donantes, pueden aparecer en los vehículos, aunque el de la UE y el identificador del Fondo deben mostrarse al menos de manera tan destacada como los de los demás socios (tener en cuenta las directrices del presente manual para cuando finaliza la financiación de la UE).

Salvo que la Unión Europea acuerde lo contrario, los suministros y equipos entregados a tenor de una acción financiada por la UE deben estar inventariados y claramente identificados, así como mostrar de manera destacada el identificador del Fondo y el emblema de la UE y la mención «Suministrado con el apoyo financiero de la Unión Europea» en la lengua operativa del programa de la UE y en la lengua local.

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

Cuando el título de un proyecto financiado por el Fondo se menciona en artículos de papelería (por ejemplo, en membretes, asuntos de correspondencia, hojas introductorias de faxes, tarjetas de visita y firmas de correos electrónicos) debe ir acompañado de la mención «Este proyecto está financiado/cofinanciado por el Fondo Europeo para la paz» o con una frase en ese sentido. En las tarjetas de presentación de un proyecto financiado por el Fondo debe usarse el identificador correspondiente; **como caso excepcional, y solo para este tipo de producto no se colocará junto al emblema de la UE.**





### Comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE

Requisitos para los socios ejecutivos (Proyectos)



...más de una cláusula de exención de responsabilidad (sección 5.4).

... que la información proporcionada por estas cuentas está actualizada y que s funcionan correctamente. Cuando las acciones exteriores financiadas por la los sociales específicas llegan a su fin, los socios ejecutivos deben garantizar que n claramente (por ejemplo, en la descripción del perfil) que ya no están activas o o las acciones continúan sin la financiación de la UE, los socios deben cumplir las idas en la sección 2.5.

# 6. Derechos de propiedad intelectual



## 6. Derechos de propiedad intelectual

### 6.1 Titularidad de los resultados de la comunicación por parte del socio

Salvo que la Unión Europea expresamente acuerde lo contrario antes del inicio de una acción concreta, los proyectos conservan la propiedad total y los derechos de propiedad intelectual e industrial de todos los materiales y productos de comunicación y visibilidad elaborados para apoyar las acciones exteriores financiadas por la UE cubiertas por los presentes Requisitos.

### 6.2 Derecho de la UE a utilizar los resultados y derechos preexistentes

Los proyectos conceden al Fondo Europeo para la Paz y a la Unión Europea una licencia exenta de derechos, no exclusiva e irrevocable para utilizar todos los materiales y productos de comunicación y visibilidad (los «resultados») elaborados para apoyar las acciones de los proyectos financiados por el Fondo cubiertas por el presente manual, a efectos de:

**a) uso interno:** la UE en concreto tiene derecho a facilitar estos resultados a las instituciones y agencias de la UE y sus Estados miembros, así como a sus empleados y, a tal efecto, copiar y reproducir los resultados total o parcialmente en un número ilimitado de copias;

**b) reproducción:** la UE tiene derecho a autorizar de forma directa o indirecta, temporal o permanente, la reproducción de estos resultados por cualquier medio (mecánico, digital o de otro tipo) o de cualquier forma, total o parcialmente;

**c) comunicación pública:** la UE tiene derecho a autorizar todas y cada una de las exhibiciones, representaciones u otras formas de comunicación de estos resultados al público utilizando cualquier medio de transmisión, incluidos los medios alámbricos o inalámbricos, internet y la comunicación y radiodifusión por cable o por satélite;

**d) distribución:** la UE tiene derecho a autorizar cualquier forma de distribución de estos resultados, o copias de estos, al público;

**e) adaptación:** la UE tiene derecho a autorizar cualquier modificación de estos resultados;

**f) traducción:** la UE tiene derecho a autorizar toda traducción, adaptación y arreglo, la creación de obras derivadas, así como cualquier otra alteración de estos resultados, siempre que se respeten los derechos morales de los autores, cuando proceda;

**g) sublicencias:** la UE tiene derecho a conceder sublicencias a terceros de los modos de explotación establecidos de la letra a) a la f);

**h) almacenamiento y archivo:** la UE tiene derecho a almacenar y archivar estos resultados en consonancia con sus normas internas de gestión de documentos, incluso digitalizándolos o convirtiendo el formato a efectos de conservación o reutilización;

**i) reutilización de documentos:** cuando los resultados 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 alguna de sus disposiciones. A efectos de esta disposición, «reutilización» y «documento» tienen el significado que se les asigna en la Decisión 2011/833/UE.

Esta licencia cubre todos los territorios del mundo y es válida para el periodo de vigencia de la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Los modos de explotación mencionados pueden 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.

Los proyectos deben garantizar que los derechos preexistentes incluidos en los resultados de la acción están libres de reclamaciones por parte de creadores u otros terceros, así como que la Unión tiene derecho a utilizar dichos derechos. Los derechos preexistentes pueden utilizarse para los mismos fines y en las mismas condiciones aplicadas a los derechos de uso de los resultados de comunicación y visibilidad de la acción, a menos que se especifique lo contrario en los acuerdos o contratos de subvención en cuestión.

### **6.3 Identificación y pruebas de la concesión de derechos preexistentes**

Los proyectos deben crear una lista de todos los derechos preexistentes de los resultados de comunicación y visibilidad de la acción, identificando los propietarios de tales derechos. Los proyectos deben entregar al Fondo esta lista a más tardar a la presentación de sus solicitudes de pago del saldo.

A petición por escrito de la UE, los proyectos deben proporcionar pruebas de que poseen, o tienen derecho a utilizar, todos los derechos preexistentes enumerados, excepto aquellos de los que la Unión Europea sea titular o tenga licencia.

### **6.4 Derechos morales de los creadores**

Para lograr los resultados de comunicación y visibilidad de una acción exterior financiada por la UE, los proyectos garantizan que los creadores en cuestión no se opondrán, sobre la base de sus derechos morales con derechos de autor, a lo siguiente:

- **a)** que sus nombres pueden mencionarse o no cuando se presentan los resultados al público;
  - **(b)** que los resultados pueden difundirse o no después de haber sido entregados en su versión final a la Unión Europea;
- Si existen derechos morales de partes de los resultados protegidos con derechos de autor, los socios ejecutivos deben obtener el consentimiento de los creadores en cuestión para conceder o renunciar a los derechos morales pertinentes de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables, así como presentar pruebas documentales a tal efecto cuando se soliciten.

### **6.5 Derechos de imagen y grabaciones de sonido**

Si en los productos comunicativos aparecen imágenes de personas, sus voces o cualquier otro atributo personal privado de forma que sean reconocibles, las directivas de los proyectos deben obtener declaraciones de estas personas (o, en el caso de menores, de aquellos que ejercen la patria potestad) en las que den su consentimiento para la utilización especificada de su imagen, voz u otro atributo personal privado y, cuando se solicite, presentar copias de dichas declaraciones a la Unión Europea. Los proyectos deben tomar las medidas oportunas para obtener tal consentimiento de conformidad con las disposiciones aplicables. ***Es obligatorio obtener siempre permiso de grabación o de registro de imágenes.***

## 6.6 Derechos de autor

La información sobre la propiedad de los derechos de autor debe incluirse en los resultados de comunicación y visibilidad de los proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz, redactada de la manera siguiente:

«© nombre del titular de los derechos de autor [año]. Reservados todos los derechos. La Unión Europea cuenta con licencia en determinadas condiciones».

## 7. Informes sobre comunicación y visibilidad

Los proyectos deben asegurar que la presentación de los informes contractuales a la Delegación de la UE contiene una descripción detallada de la ejecución del plan de comunicación y visibilidad de la acción, evaluando los resultados y el alcance de las acciones de comunicación llevadas a cabo para apoyar la acción, así como ilustrando su evaluación, según proceda, mediante un monitoreo de prensa, fotografías, muestras, archivos de audio y vídeo, transcripciones, etc.

***El enlace de comunicaciones de cada proyecto deberá trimestralmente un informe sobre actividades de visibilidad realizadas para tener en la carpeta de cada proyecto.***

### Visibilidad en los informes

Según el tipo de acción de que se trate, la Unión Europea exige diferentes tipos de informes administrativos que cubren la fase de ejecución del ciclo del proyecto. En todos los casos se exige un informe final, en la mayoría de los casos informes provisionales o de progreso y, en algunos casos, informes iniciales. La Unión utiliza estos informes para supervisar y evaluar la ejecución y los resultados de las acciones financiadas por la UE, así como para mantener convenientemente informados a los Gobiernos de los países socios, el Parlamento Europeo, los contribuyentes de la UE y otras partes interesadas.

Los requisitos detallados de la presentación de informes (contenido, frecuencia, procedimientos de presentación, etc.) se especifican en las condiciones generales de todos los contratos y pueden variar según el proyecto. Sin embargo, todos los informes administrativos deben contener una portada en la que aparezca el título de la acción, la referencia del contrato y la fecha de presentación del informe.

Además, en la portada de los informes debe aparecer el identificador del Fondo y el emblema de la UE. Cuando participan varias entidades donantes estos deben aparecer al menos de manera tan destacada como los emblemas del resto de socios financieros. El logo del socio o socios ejecutivos o contratistas también pueden incluirse en la portada. *La contraportada del informe debe contener una cláusula de exención de responsabilidad.*

## 8. Visibilidad tras finalizar la fase financiada por el Fondo

Cuando las acciones de un proyecto continúan tras la finalización de la fase financiada por el Fondo Europeo para La Paz, se aplicarán las mismas disposiciones a las establecidas en los Requisitos. El identificador del Fondo y el emblema de la UE no pueden incluirse en ninguna de las nuevas actividades de comunicación que acompañen la acción hasta seis meses después de la finalización de la fase financiada por la UE. Las únicas excepciones son las placas conmemorativas y los paneles divulgativos.

Los materiales de comunicación publicados para destacar una acción, después de que haya transcurrido el período de seis meses, deben incluir la mención siguiente: «*Una fase anterior <fecha 1-fecha 2> de este proyecto/programa fue financiada por el Fondo Europeo para la Paz*».



UNIÓN EUROPEA



# MANUAL DE VISIBILIDAD FONDO EUROPEO PARA LA PAZ



UNIÓN EUROPEA

