



© 2019 Unión Europea (fotógrafo: Xaume OLLEROS)

# Manual de comunicación y visibilidad

para las acciones de ayuda humanitaria  
financiadas por

la Unión Europea

Marzo de 2020



Financiado por  
Unión Europea  
Protección Civil y  
Ayuda Humanitaria

***El manual de comunicación y visibilidad para las acciones de ayuda humanitaria financiadas por la Unión Europea*** proporciona directrices generales sobre la ejecución de la visibilidad y la comunicación contractuales. La aplicación concreta depende y puede adaptarse a las circunstancias específicas del proyecto individual. Se invita a las organizaciones colaboradoras a que se pongan en contacto con DG ECHO en caso de duda.

*La Comisión Europea y las personas que actúen en nombre de la Comisión no se hacen responsables del uso que se pueda hacer de la información siguiente. Se autoriza la reproducción siempre que se cite la fuente.*

# Índice

1.	Propósito de este manual.....	4
2.	¿Qué es la visibilidad normal? .....	6
3.	Visibilidad del emblema de la Unión Europea.....	7
	3.1 La visibilidad del emblema de la UE sobre el terreno.....	8
	3.2 El emblema de la UE en la comunicación .....	9
	3.3 Descarga del emblema de la UE: información adicional .....	9
4.	Cómo referirse a la UE .....	10
5.	El formulario único y el umbral de 0,5 %.....	11
	5.1 Secciones de visibilidad normal (secciones 9.1.A y 9.1.B).....	11
	5.2 Exenciones .....	11
	5.3 Visibilidad normal para proyectos a gran escala .....	12
	5.4 Visibilidad superior a la normal .....	13
6.	Comunicación .....	14
	6.1 Divulgación de los medios .....	15
	6.1.1 Comunicados de prensa.....	15
	6.1.2 Entrevistas .....	16
	6.1.3 Conferencias de prensa .....	17
	6.1.4 Visitas de periodistas .....	17
	6.2 Redes sociales.....	17
	6.3 Comunicación web .....	18
	6.4 Publicaciones .....	19
	6.5 Fotos .....	20
	6.6 Productos audiovisuales .....	22
	6.7 Eventos públicos.....	24
	6.8 Prácticas recomendadas.....	24
7.	Seguimiento y presentación de informes finales .....	25
8.	Información de contacto .....	27

## 1. Propósito de este manual

Los socios humanitarios que reciben ayuda de la UE tienen la obligación contractual de informar sobre la asistencia humanitaria de la UE que obtienen.

El **objetivo** de la comunicación de los socios sobre las acciones financiadas por la UE incluye:

- asegurarse de que los ciudadanos sepan de qué modo ayuda la UE;
- rendir cuentas en cuanto al destino de la financiación, y
- fomentar un fuerte apoyo continuo para la ayuda humanitaria entre los principales interesados y el público en general.

Para que la comunicación sea efectiva, debe llevarse a cabo en estrecha cooperación entre los socios humanitarios de la UE y el Departamento de Ayuda Humanitaria y Protección Civil de la Comisión Europea (en adelante, a los efectos de este documento, ECHO).

Conforme a la base jurídica para las acciones de ayuda humanitaria financiadas por la UE, ECHO pone a disposición de los socios fondos específicos para cumplir con sus obligaciones de visibilidad y comunicación cuando reciben fondos de la UE<sup>1</sup>.

El presente manual debe servir como la principal fuente de orientación para los socios al planificar y ejecutar actividades de «**visibilidad normal**» (sección 9.1.A y sección 9.1.B en el formulario único) como parte de sus acciones de ayuda humanitaria financiadas por la UE.

Para una comunicación más elaborada («**superior a la normal**») dirigida a una audiencia europea, se invita a los socios a que consulten con ECHO, ya sea con el correspondiente Responsable Regional de Información (RIO), ya sea con las oficinas centrales en Bruselas.

El manual proporciona orientación práctica y explicaciones sobre la ejecución de las obligaciones de visibilidad y comunicación, según se establece en los acuerdos contractuales aplicables, en concreto el Contrato Marco de Asociación (CMA) y sus anexos firmados con organizaciones humanitarias, las condiciones generales aplicables a la acción humanitaria financiada por la UE de agencias especializadas de los Estados miembros, el CMA y sus anexos establecido con organizaciones internacionales, el Acuerdo Marco Financiero y Administrativo (FAFA) y el acuerdo de delegación en régimen de gestión indirecta establecidos con las Naciones Unidas.

---

<sup>1</sup> [Reglamento del Consejo \(CE\) 1257/96, artículo 4](#)

El manual complementa las directrices generales existentes, pero se centra en la comunicación sobre la ayuda humanitaria de la UE. No sustituye ni modifica dichas directrices. [Las directrices de CE-ONU](#) siguen siendo aplicables a los socios humanitarios de la ONU cuando trabajen con ECHO. En caso de contradicción directa con este manual, prevalecen las directrices de CE-ONU. Esto mismo se aplica al [manual de las acciones exteriores de la UE de 2018](#).

ECHO dispone de un **sitio web** específico sobre visibilidad, que se actualiza periódicamente y complementa este manual. En este sitio web, los socios pueden encontrar más explicaciones, ejemplos y mejores prácticas. Se invita a los socios a que consulten el sitio web con regularidad para orientarse e inspirarse: [www.echo-visibility.eu](http://www.echo-visibility.eu)

**NOTA:**

Se espera que los socios **cumplan plenamente** con las obligaciones de visibilidad conforme al acuerdo contractual aplicable, así como con las obligaciones de visibilidad específicas acordadas en el formulario único, que forma parte integral de los acuerdos individuales.

## 2. ¿Qué es la visibilidad normal?

Todas las organizaciones colaboradoras tienen una **obligación contractual** de proporcionar **visibilidad normal** de la UE como donante. Dicha obligación se aplica a todos los tipos de proyectos de ayuda humanitaria financiados por la UE.

La obligación de visibilidad normal significa que los socios de ECHO garantizan la visibilidad de la UE **sobre el terreno y en su comunicación** mediante:

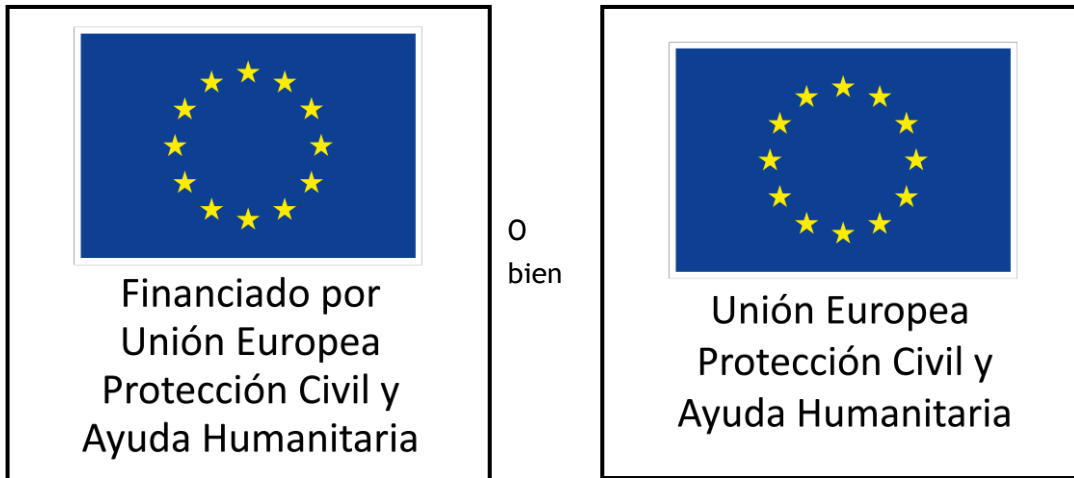
- la **visibilidad destacada del emblema de la UE** y del texto que lo acompaña en los emplazamientos de los proyectos, así como en los equipos y artículos de socorro (consulte la sección 3); y
- **comunicación estructurada y proactiva en las diferentes etapas del proyecto (al inicio, durante la ejecución, al final)** con amplia difusión (comunicados de prensa, redes sociales [preferiblemente también a través de cuentas centrales], páginas web, blogs, entrevistas en los medios o artículos sobre el proyecto) con clara referencia al apoyo recibido de la UE.

Para más información:

- Cuando un socio trabaje con un **socio ejecutivo** (en el marco de acuerdos de subvención) o con un beneficiario de subvenciones (en el marco de acuerdos de encomienda), las obligaciones de visibilidad y comunicación permanecerán plenamente vigentes. La responsabilidad para garantizar el cumplimiento y el envío de informes recae en el socio contratista de ECHO.
- Cuando ECHO sea **uno de los donantes** de un proyecto (proyectos con varios donantes o cofinanciados), como normal general, debe garantizarse la visibilidad de la UE de manera proporcional a la aportación de ECHO.
- En el caso de los **consorcio**, todos los socios, y no únicamente aquellos que hayan firmado el contrato con ECHO, deben ejecutar las obligaciones de visibilidad y comunicación, por ejemplo, garantizando la visibilidad de la UE en sus páginas de inicio.

### 3. Visibilidad del emblema de la Unión Europea

Los socios tienen la obligación de mostrar de forma destacada el **emblema de la Unión Europea** y el texto que lo acompaña, como se indica a continuación, al aplicar la visibilidad normal (sección 9.1.A del formulario único) y en sus acciones de comunicación (sección 9.1.B del formulario único). Los socios también pueden mostrar su logotipo junto con el emblema de la UE.



El formato de presentación del emblema de la UE y el texto se puede adaptar (con algunos ejemplos que se muestran a continuación) al contexto en el que se vayan a utilizar.

#### **Ejemplo 1:**

Financiado por  
Unión Europea  
Protección Civil y  
Ayuda Humanitaria



#### **Ejemplo 2:**



Unión Europea  
Protección Civil y  
Ayuda Humanitaria

### 3.1 La visibilidad del emblema de la UE sobre el terreno

Con arreglo a la **sección 9.1.A** del formulario único, los socios deben mostrar claramente **sobre el terreno** la participación de la UE como donante. El emblema de la UE debe mostrarse en artículos como:

- pegatinas, vallas publicitarias, paneles, banderines y placas;
- suministros y equipos (tales como vehículos, sacos de comida, bidones de agua, contenedores, tiendas de campaña, lonas de plástico, embalajes individuales utilizados para alimentos u otros artículos no alimentarios);
- ropa, como camisetas y gorras del personal del proyecto (cuando se produzcan con financiación de la UE);
- publicaciones y material de funcionamiento, como manuales de formación, cuadernos y carteles.

Para vallas publicitarias y elementos parecidos, el emblema de la UE debe mostrarse de forma que explique claramente el papel de la UE como donante. Con este fin, el emblema de la UE debe ir acompañado de una breve explicación o de un mensaje conjunto pertinente sobre el proyecto. Véase a continuación un ejemplo a modo ilustrativo.

**Ejemplo:**

**[Título del proyecto]**

Ejecutado por: [logotipo del socio]



Financiado por  
Unión Europea  
Protección Civil y  
Ayuda Humanitaria

**Mensaje conjunto:**  
***p. ej., «Acción conjunta para ayudar a los niños en situaciones de vulnerabilidad»***

## 3.2 El emblema de la UE en la comunicación

El emblema de la UE y el texto que lo acompaña también deben incluirse en los materiales de visibilidad y comunicación que se produzcan para su divulgación más allá de las fronteras del país beneficiario, incluidos por ejemplo:

- sitios web,
- vídeos,
- publicaciones de redes sociales,
- carteles y otros materiales de publicidad,
- publicaciones (excluidos los manuales de formación y materiales de funcionamiento similares).

El emblema de la UE debe utilizarse también en todas las acciones con visibilidad «superior a la normal» (consulte la sección 5.2).

## 3.3 Descarga del emblema de la UE: información adicional

El emblema de la UE con el texto que lo acompaña en diferentes idiomas se puede descargar en el siguiente enlace:

<http://www.echo-visibility.eu/standard-visibility/visual-identity/>

El emblema de la UE por sí solo (la bandera europea) se puede descargar aquí: [https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/flag\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/flag_es)

La «Guía gráfica del emblema europeo» (útil para la impresión de la identidad visual) está disponible en:

<http://publications.europa.eu/code/es/es-5000100.htm>

### NOTA:

Si bien el texto que acompaña el emblema de la UE es obligatorio para todas las acciones; en función del tipo de acción, «Protección Civil y Ayuda Humanitaria» puede reemplazarse por «Protección Civil» o por «Ayuda Humanitaria» (como se muestra en los ejemplos siguientes) **bajo la aprobación previa de la DG ECHO.**



Financiado por  
Unión Europea  
Ayuda Humanitaria



Unión Europea  
Protección Civil

## 4. Cómo referirse a la UE

En las actividades de visibilidad y comunicación, resulta necesario aplicar los términos siguientes (indicados siguiendo nuestro orden de preferencia):

**Unión Europea** (y su acrónimo «UE») es el término preferido para las actividades de visibilidad básicas en comunicaciones con los medios de comunicación, etc. La forma «Ayuda humanitaria de la UE» también puede usarse.

**EVITAR:** el uso del acrónimo **ECHO** por sí solo debe evitarse.

## 5. El formulario único y el umbral de 0,5 %

La visibilidad se incluye en el formulario único **en el capítulo 9** con dos puntos: 9.1 «**visibilidad normal**» (obligatoria) y 9.2 «**visibilidad superior a la normal**» (opcional). La distinción formal entre las dos radica en el tamaño del presupuesto asignado y el tipo de acciones propuestas por el Socio.

### 5.1 Secciones de visibilidad normal (secciones 9.1.A y 9.1.B)

Todos los socios deben cumplimentar la sección 9.1 con indicaciones de las actividades específicas de **visibilidad normal** previstas dentro de las dos subcategorías obligatorias: A y B. Para estas actividades de visibilidad normal, los socios pueden destinar hasta un 0,5 % del presupuesto de los costes directos subvencionables de la acción (con un límite de 8000 €).

En la **sección 9.1.A** (Presencia de la identidad visual de la UE), deben seleccionarse **ambas** casillas.

En la **sección 9.1.B** (Reconocimiento escrito y verbal del apoyo de la UE en comunicación), deben seleccionarse **cuatro casillas como mínimo**.

El Socio también debe proporcionar información sobre lo que pretende de forma específica en cada una de las opciones (incluido B7 cuando sea aplicable) en el recuadro de comentarios. Por ejemplo, la ubicación de las vallas publicitarias, el tipo de suministros, el lugar en el que se situará la identidad visual, etc.

**La visibilidad normal sobre el terreno (sección 9.1.A) y en comunicaciones públicas (sección 9.1.B) sigue siendo una obligación contractual por parte del Socio de ECHO** (a menos que se haya otorgado expresamente una exención para el proyecto en cuestión).

### 5.2 Exenciones

Si una casilla en la sección 9.1.A y/o más de tres casillas en la sección 9.1.B no están marcadas, debe solicitarse una [exención](#) conforme a la sección 11 del formulario único.

Tener en cuenta:

- Cualquier **exención** de las obligaciones contractuales de visibilidad se otorgará caso por caso y deberá acordarse de forma escrita basándose en motivos de seguridad justificados.
- El alcance de la exención debe especificarse para cada caso, ya que la exención de la visibilidad sobre el terreno no implica automáticamente la exención de otros tipos de visibilidad normal, como ocurre en la sección 9.1.B. En la mayoría de los casos, **existirá la posibilidad de cumplir con las obligaciones de visibilidad, incluso si no se puede mostrar el emblema de la UE en el emplazamiento del proyecto por motivos de seguridad.**
- Las solicitudes de exenciones deben incluirse en la sección 11 del formulario único.

### 5.3 Visibilidad normal para proyectos a gran escala

Como consecuencia de las últimas novedades, ECHO puede firmar contratos de gran escala (definidos como los contratos individuales de **5 millones de euros y más**)

Debido a la magnitud de estos proyectos, el umbral estándar (0,5 % del presupuesto y un tope de 8000 €) no garantiza una visibilidad adecuada de la UE, incluida la visibilidad sobre el terreno, en proporción al presupuesto asignado al proyecto. Para contrarrestar esta situación, en este tipo de proyectos no se aplicará ningún umbral absoluto, es decir, el presupuesto asignado a la visibilidad puede ir por encima del 0,5 % de los costes directos subvencionables de la acción, incluso cuando este importe supere los 8000 €.

Como parte de la propuesta de proyecto, los socios deben especificar en el formulario único cómo se gastará el importe asignado a la visibilidad, y se solicitará **un plan de comunicación**. Se debe hacer especial hincapié en:

- la visibilidad del emblema de la UE en los emplazamientos del proyecto y en artículos y equipos de socorro financiados por la UE (formulario único, sección 9.1.A1 + sección 9.1.A2);
- divulgación de los medios (formulario único, sección 9.1.B1);
- redes sociales (formulario único, sección 9.1.B3).

Los socios deben usar la misma [plantilla normalizada del plan de comunicación](#) que está disponible para la visibilidad superior a la normal. El plan es indicar claramente qué medios de comunicación tienen previsto utilizar los socios, la frecuencia de sus mensajes en las redes sociales y los productos multimedia que piensan producir para sus actividades de comunicación.

## 5.4 Visibilidad superior a la normal

Además de la visibilidad normal, los socios pueden optar por una «**visibilidad superior a la normal**» en la sección 9.2 del formulario único.

El **objetivo** de este tipo de acciones de comunicación más elaboradas consiste en:

- concienciar sobre los problemas humanitarios a audiencias definidas en los Estados miembros de la UE, y
- mostrar los resultados tangibles de la ayuda humanitaria financiada por la UE.

La visibilidad superior a la normal podría incluir, por ejemplo:

- producciones audiovisuales (incluidas las versiones de redes sociales),
- visitas de periodistas a emplazamientos del proyecto,
- publicidad de pago y/o colocación de contenido en los medios (impresos, audiovisuales, en línea) y en las redes sociales,
- campañas en vallas publicitarias y en otros lugares públicos en la UE,
- exposiciones u otro tipo de eventos con un alcance significativo en los medios de comunicación y en la opinión pública de Europa.

Las acciones a mayor escala también pueden prever la divulgación conjunta en las etapas clave de su ejecución.

Para acciones de visibilidad superior a la normal, ECHO puede proporcionar un presupuesto por encima del 0,5 % estándar de los costes directos subvencionables de la acción. Para ello, es necesario enviar un plan de comunicación independiente, incluido un presupuesto con el desglose de las actividades principales, a ECHO que deberá aprobarlo antes de la firma del contrato. El plan debe incluirse como anexo en el formulario único.

La **plantilla del plan de comunicación** está disponible en el sitio web sobre visibilidad:

<http://www.echo-visibility.eu/above-standard-visibility-template/>

El plan de comunicación propuesto se discutirá primero con el Responsable Regional de ECHO (RIO) que cubre la región y, finalmente, lo evaluará la Unidad de Comunicación de ECHO (ECHO.A4), incluyéndose asimismo la viabilidad del plan y el impacto/alcance estimado de la acción.

Durante la ejecución de las acciones de visibilidad superior a la normal, la comunicación entre ECHO y el Socio debe mantenerse a iniciativa de este último para garantizar un beneficio mutuo y lograr el máximo efecto posible.

## 6. Comunicación

El público objetivo principal de las acciones de comunicación de los socios debe ser el público en general, tanto en la Unión Europea como en terceros países donde se llevan a cabo acciones financiadas por la UE, y debe respetarse y protegerse debidamente la seguridad y la dignidad de los beneficiarios.

Se espera que los socios ejecuten las actividades de comunicación sobre las acciones financiadas por la UE **de una manera significativa a lo largo del ciclo del proyecto** y no como detalle adicional, solo hacia el final del proyecto. La comunicación de las actividades de comunicación al principio, en etapas significativas durante la ejecución y, finalmente, al cierre de la acción hará que tengan el máximo impacto y sean más rentables, y permitirá mostrar cómo se está brindando ayuda de manera imparcial y según las necesidades.

**Comunicarse de manera significativa** en proyectos financiados por la UE implica que:

- Los socios se aseguran de que los **responsables de comunicación están al tanto** de los compromisos adquiridos en virtud de las obligaciones de comunicación del formulario único (sección 9.1.A y sección 9.1.B, y en su caso, sección 9.2).
- Los socios **planifican** por anticipado actividades de comunicación sobre proyectos financiados por la UE antes de que el proyecto comience a funcionar, estableciendo claramente cómo pretenden poner en práctica sus obligaciones de comunicación en etapas previamente identificadas a lo largo del proyecto y el alcance que prevén.
- Los mensajes se elaboran cuidadosamente y **mencionan con claridad que el proyecto está financiado por la UE** (diciendo, por ejemplo, *Gracias a la financiación de la UE, XXX personas tienen acceso a agua potable...* o *Con la financiación de la UE, XXX está ayudando...*). Esto también se aplica a los tuits y a los productos audiovisuales.

Como pauta general, se recomienda a los socios que dediquen aproximadamente el 30 por ciento del presupuesto de comunicación a la producción de material y el 70 por ciento restante, a la divulgación.

Además, para garantizar el uso efectivo del presupuesto de comunicación, se recomienda a los socios que, al comienzo del proyecto, tengan planificadas sus actividades de comunicación. Los socios pueden echar un vistazo a la [plantilla de visibilidad superior a la normal](#) para inspirarse.

En cuanto al diseño de actividades de comunicación en sí, no existe un modelo único. Las acciones de comunicación deben diseñarse siempre para ajustarse al

público objetivo, a los mensajes clave, a la especificidad de los proyectos y a la capacidad del Socio.

La obligación de visibilidad y comunicación implica normalmente que la mención de la Unión Europea y/o la visibilidad del emblema de la UE se incluyan al mismo nivel que la información del Socio. Para obtener más detalles sobre el uso del emblema de la UE, consulte la sección 3 de este manual.

## NOTA:

Se invita a los socios a coordinar la planificación y ejecución de las acciones de comunicación sobre el terreno con el correspondiente Responsable Regional de Información de ECHO.

ECHO insta a los socios a identificar en sus oficinas un punto focal para la visibilidad y la comunicación sobre el terreno.

## 6.1 Divulgación de los medios

En esta sección se explica la ejecución de las obligaciones de visibilidad y comunicación de la UE en las actividades relacionadas con los medios de comunicación.

### 6.1.1 Comunicados de prensa

Se recomienda encarecidamente emitir un comunicado de prensa al principio y al final de un proyecto. Los comunicados de prensa se pueden emitir dentro de la UE y/o en el país o región beneficiarios en función de la especificidad del proyecto.

Los comunicados de prensa deben mostrar el emblema de la UE junto al del Socio.

El texto de los comunicados de prensa debe indicar claramente que el proyecto está financiado por la Unión Europea. Preferiblemente, el texto deberá incluir datos y ejemplos concretos de los efectos (esperados) del proyecto, tales como la cantidad de beneficiarios. Debe evitarse utilizar un lenguaje técnico.

Cuando sea necesario, los comunicados de prensa pueden incluir un mensaje de un representante de ECHO (por ejemplo, del experto o jefe de unidad correspondientes sobre el terreno o de un representante de ECHO en las oficinas centrales en Bruselas). La comunicación del mismo correrá a cargo del Responsable Regional de Información de ECHO, en colaboración con la Unidad de Comunicación de ECHO, cuando el Socio envíe el borrador del comunicado de prensa a la Oficina de Información Regional de ECHO.

Por norma general, se anima a los socios a que compartan un borrador del comunicado de prensa con ECHO antes de su publicación. Los mensajes de los representantes de ECHO siempre deben aprobarse antes de su publicación.

Los comunicados de prensa también pueden incluir la información de contacto del representante de ECHO correspondiente para las preguntas de seguimiento por parte de los medios de comunicación (experto, jefe de oficina o Responsable Regional de Información). ECHO debe aprobar a la persona de contacto.

Asimismo, se invita a los socios a que incluyan el siguiente texto al final de los comunicados de prensa conjuntos:

***Acerca de la Protección Civil y la Ayuda Humanitaria de la UE:***

*La Unión Europea y sus Estados miembros son los principales donantes de ayuda humanitaria del mundo. La asistencia de socorro es una expresión de solidaridad europea con las personas necesitadas en todo el mundo. Su objetivo es salvar vidas, prevenir y aliviar el sufrimiento humano y salvaguardar la integridad y la dignidad humana de las poblaciones afectadas por desastres naturales y crisis provocadas por el hombre.*

*A través del [Departamento de Protección Civil y Ayuda Humanitaria de la Comisión Europea \(ECHO\)](#), la Unión Europea ayuda a millones de víctimas de conflictos y desastres cada año. Con sus oficinas centrales en Bruselas y una red mundial de oficinas sobre el terreno, la UE proporciona asistencia a las personas más vulnerables, exclusivamente en base a las necesidades humanitarias.*

### **6.1.2 Entrevistas**

Al hablar con los medios de comunicación sobre proyectos financiados por la UE, el Socio debe aspirar a reconocer la asociación con la Unión Europea y explicar los resultados tangibles logrados gracias a la financiación de la UE.

En situaciones de emergencia, y si los fondos de la UE se ven afectados, este hecho también deberá darse a conocer en los medios.

Durante las visitas de periodistas a proyectos financiados por la UE, los socios deben asegurarse de que estos comprenden y conocen plenamente la función de la UE como donante.

Los socios normalmente deben:

- informar con tiempo a la oficina local de ECHO correspondiente sobre el interés de los medios en el proyecto y proporcionar los nombres de los periodistas y organizaciones de los medios interesados; y
- proporcionar información a los periodistas sobre la persona de contacto en ECHO (la oficina local más cercana o el Responsable Regional de Información) para obtener más detalles.

### 6.1.3 Conferencias de prensa

Cuando se organice una conferencia de prensa en el contexto de un proyecto humanitario financiado por la UE, deberá invitarse a la Comisión Europea a participar, ya sea a través de sus oficinas centrales de ECHO, la oficina local de ECHO o la delegación correspondiente. Los socios también deben dar a conocer la función de la UE.

### 6.1.4 Visitas de periodistas

Las visitas de los medios de comunicación a los proyectos financiados por la UE se pueden acoger a financiación dentro del presupuesto de visibilidad de proyectos. Los socios deben en dichos casos ponerse en contacto con ECHO por adelantado para llevar a cabo una planificación conjunta que permita lograr el mayor impacto posible.

Para las visitas de medios de comunicación dentro del presupuesto de visibilidad de proyectos, los socios deben asegurarse de lo siguiente:

- Se informa a ECHO con bastante tiempo de antelación para que pueda dar su opinión y para permitir una planificación eficiente y eficaz.
- Se informa con bastante tiempo de antelación al correspondiente Responsable Regional de Información de ECHO acerca de la fecha del viaje y los posibles lugares de visita (a través de la Oficina de Información Regional).
- Se ofrece a los periodistas la oportunidad de entrevistar a un experto de ECHO sobre el terreno.
- El apoyo de la UE se hace visible a través de paneles, pegatinas, etc.

**Se anima a los socios a que compartan con ECHO los recortes de prensa pertinentes relacionados con una visita realizada por medios de comunicación y financiada por la UE.**

## 6.2 Redes sociales

La comunicación en redes sociales es una forma de crear visibilidad con gran repercusión entre el público en general y audiencias específicas. Por lo tanto, debería ser una parte integral de la estrategia de comunicación relacionada con cualquier proyecto, complementando por otra parte todas las demás acciones de visibilidad planificadas.

Se espera que los socios utilicen plenamente estos canales de redes sociales, así como que incluyan las publicaciones relacionadas con ECHO **durante el**

**ciclo de vida de los proyectos** para ofrecer a los seguidores una experiencia interactiva o «en directo».

Para maximizar el efecto, se espera que los socios:

- publiquen contenido visualmente atractivo de proyectos financiados por la UE, dirigido a un público no experto de ciudadanos de la UE de forma continua. Para cumplir con los requisitos de visibilidad, estas publicaciones deben especificar la asistencia de la UE y publicarse en cuentas con un seguimiento considerable;
- etiqueten y se refieran a ECHO como **la UE, la Ayuda humanitaria de la UE o la Protección civil de la UE** (según corresponda), lo que sea más claro para el público en general;
- seleccionen Me gusta/Seguir/Suscribirse en las plataformas de redes sociales de ECHO:
  - Facebook: <http://facebook.com/ec.humanitarian.aid>  
(etiqueta: @ec.humanitarian.aid)
  - Twitter: [https://twitter.com/@eu\\_echo](https://twitter.com/@eu_echo) (etiqueta: @eu\_echo)
  - Instagram: [https://instagram.com/eu\\_echo](https://instagram.com/eu_echo) (etiqueta: @eu\_echo)
  - Flickr: [http://www.flickr.com/eu\\_echo](http://www.flickr.com/eu_echo)
  - YouTube: <http://www.youtube.com/user/HumanitarianAidECHO>
  - Blog: [http://ec.europa.eu/echo/field-blogs\\_en](http://ec.europa.eu/echo/field-blogs_en)
- usen hashtags relacionados con ECHO, cuando sea pertinente: #EUaid #EUCivPro #rescEU

ECHO anima a usar el contenido del sitio web de ECHO y las plataformas de redes sociales, con la condición de que se mencione o etiquete adecuadamente a ECHO.

## 6.3 Comunicación web

Los proyectos en curso financiados por la UE deben mencionarse en los sitios web de los socios, reconociendo el papel de la UE como donante y destacando el aspecto de colaboración.

El emblema de la UE y un enlace al sitio web de ECHO deben mostrarse en el sitio web del Socio (por ejemplo, en la página del listado de los socios o de los donantes, en la página que describe las financiaciones o en las páginas dedicadas a proyectos financiados por la UE).

La dirección URL del sitio web de ECHO es <https://ec.europa.eu/echo/> .

Los costes relacionados con el desarrollo general de los sitios web de los socios no se acogen a financiación. Los costes de los sitios web específicos de proyectos nuevos se financiarán solo si dichas páginas forman parte de una acción de comunicación conjunta más amplia.

**NOTA:**

Los sitios web específicos de proyectos relativos a acciones financiadas por la UE no podrán contener las solicitudes de recaudación de fondos propios de los socios (a menos que se establezca específicamente en el contrato del proyecto).

## 6.4 Publicaciones

El emblema de la UE debe incluirse, por normal general, siempre que el logotipo del Socio se muestre también en informes, folletos, informes breves, octavillas, carteles, boletines informativos y otras publicaciones, en formato impreso o digital, relacionados con proyectos financiados por la UE.

Cuando una publicación de un Socio incluya un proyecto humanitario financiado por la UE, deberá indicarse en el texto este hecho.

**Ejemplo:**

*«El proyecto, financiado por la ayuda humanitaria de la UE, apoya a 10 000 refugiados que viven en campos temporales...».*

La función de la UE como donante debe mencionarse claramente en el texto o artículo. ECHO también podrá proporcionar artículos y comentarios para las publicaciones de los socios, y anima a usar citas de sus expertos locales o de otros representantes (en coordinación con el Responsable Regional de Información).

Cuando haya suficiente espacio y si el Socio incluye un cuadro de presentación relativo a su propia organización, se debe incluir un cuadro con el siguiente texto<sup>2</sup>:

**Ejemplo:**

*La Unión Europea y sus Estados miembros son los principales donantes mundiales de ayuda humanitaria. A través del Departamento de Protección Civil y Ayuda Humanitaria de la Comisión Europea (ECHO), la Unión Europea ayuda a millones de víctimas de conflictos y desastres cada año. Con sus oficinas centrales en Bruselas y una red mundial de oficinas sobre el terreno, la UE proporciona asistencia a las personas más vulnerables, exclusivamente en base a las necesidades humanitarias.*

La información y publicaciones, de cualquier formato o medio, incluidos los basados en la Web, deben incluir la siguiente **exención de responsabilidad**:

*«Este documento abarca las actividades de ayuda humanitaria realizadas con la asistencia financiera de la Unión Europea. Las opiniones expresadas en él no deben interpretarse en modo alguno como la opinión oficial de la Unión Europea. La Comisión Europea no se hace responsable del uso que se pueda hacer de la información contenida en el documento».*

## 6.5 Fotos

Se anima a los socios a **promover fotos de proyectos en las redes sociales** con una mención clara a la colaboración de la UE, según se indica en la sección 6.2.

Durante el desarrollo de un proyecto, se anima a los socios a que también envíen a ECHO (a través de la Oficina de Información Regional pertinente para el proyecto) fotos de alta resolución en forma de **historias fotográficas** (una serie de 6 a 9 fotos con breves textos explicativos). Las fotos también deben ir acompañadas de una hoja explicativa con información general sobre las fotos (fecha, país, ciudad/región, proyecto, nombre y cargo de la persona en la foto, cuando sea el caso). ECHO se reserva el derecho a editar el texto de las descripciones proporcionadas con las fotos para que se ajusten al estilo editorial de su sitio web y las plataformas de redes sociales.

El nombre de la organización/persona propietaria de los derechos de autor debe incluirse siempre para permitir que ECHO garantice la correcta acreditación de

---

<sup>2</sup> Si tiene dudas sobre la redacción, consulte a ECHO: Los datos de contacto se incluyen al final de esta publicación.

las fotos. El Socio está obligado a cumplir con la legislación local y de la UE aplicable sobre derechos de autor y derechos de imagen. Siempre que sea viable, deberá enviarse a ECHO el consentimiento por escrito de la persona que aparece en la foto.

El presupuesto de visibilidad se puede utilizar para contratar a fotógrafos profesionales que cubran las operaciones humanitarias financiadas por la UE, únicamente en el marco de un proyecto de comunicación específico que incluya la necesidad de material visual o se base en material visual, tales como los planes de comunicación de redes sociales o basados en la Web, exposiciones de fotos, libros de fotos o soportes parecidos. Las fotos tomadas por un fotógrafo profesional financiado por ECHO deben enviarse a ECHO en formato digital (preferiblemente de un mínimo de 5 millones de píxeles), a través de la Oficina de Información Regional.

## NOTA:

En las exposiciones fotográficas, se debe identificar claramente a la UE como donante en todos los anuncios, programas, invitaciones, sitios web, blogs, folletos, informes breves, etc. Y en la sala en la que se realiza la exposición.

Siempre que sea posible, el siguiente mensaje debe incluirse junto al emblema de la UE:

*La Unión Europea y sus Estados miembros son los principales donantes mundiales de ayuda humanitaria. La asistencia de socorro es una expresión de solidaridad europea con las personas necesitadas en todo el mundo. Su objetivo es salvar vidas, prevenir y aliviar el sufrimiento humano y salvaguardar la integridad y la dignidad humana de las poblaciones afectadas por desastres naturales y crisis provocadas por el hombre.*

*A través del Departamento de Protección Civil y Ayuda Humanitaria de la Comisión Europea (ECHO), la Unión Europea ayuda a millones de víctimas de conflictos y desastres cada año. Con sus oficinas centrales en Bruselas y una red mundial de oficinas sobre el terreno, la UE proporciona asistencia a las personas más vulnerables, exclusivamente en base a las necesidades humanitarias.*



La Comisión Europea tiene derecho a usar o reproducir las fotos realizadas por un Socio conforme a un acuerdo de subvención o de encomienda.

## 6.6 Productos audiovisuales

El objetivo de los productos audiovisuales es dar a conocer a los ciudadanos europeos los efectos concretos de la ayuda humanitaria financiada por la UE. La función de la Unión Europea debe destacarse claramente, integrándola en la historia que se cuenta e incluyendo, por ejemplo:

- imágenes de artículos con el emblema de la UE;
- imágenes de un experto de ECHO trabajando sobre el terreno;
- una entrevista con un comisario, un funcionario de alto nivel o un experto de ECHO sobre el terreno.

En el caso de los vídeos realizados para las redes sociales, el formato, la duración y la edición deben adecuarse a los estándares actuales y a las mejores prácticas de difusión en las redes sociales (es decir, un minuto o menos de duración, formato cuadrado o vertical, editado para ver sin sonido, con texto grande/subtítulos, sin siglas, etc.).

### **Algunos consejos sobre la producción de vídeos para las redes sociales:**

- Los vídeos deben producirse siempre en formato cuadrado o vertical cuando se realicen para Facebook, Instagram y Twitter. Es mejor filmar los vídeos con este formato en mente.
- Produzca vídeos para redes sociales para verse con el sonido apagado. El 85 % de los espectadores mira los vídeos sin activar el sonido.
- Cuando use texto en el vídeo, asegúrese de que el texto sea grande, en negrita, simple y lo más breve posible.
- Intente darle a su vídeo un aspecto cinematográfico para llamar la atención.
- Siempre use subtítulos cuando haya discurso. Asegúrese de que los subtítulos sean grandes y fáciles de leer (y simplifique lo que se dice para facilitar la lectura).
- Asegúrese de que la edición de vídeo sea lo más breve posible: los vídeos de quince segundos son los más populares en Facebook. Intente realizar producciones de un minuto como máximo.
- Cuente historias simples e interesantes con imágenes atractivas, con las que puedan identificarse los espectadores. El vídeo debe ofrecer una pequeña idea de lo que hacemos, no explicarlo en detalle. No use nunca tecnicismos ni siglas.
- Solo tiene 2 o 3 segundos para captar la atención de las personas en las redes sociales con su vídeo. Úselos bien y comience con la parte más emocionante de la historia (no con imágenes generales o texto explicativo largo). Estadísticamente, los vídeos que muestran a una persona en los primeros segundos retienen mejor a los espectadores. También puede comenzar con una intervención intrigante y emotiva.

- Intente incluir el emblema/marca de ECHO en la primera parte del vídeo, no solo como una última diapositiva final, la gran mayoría de los espectadores no llegan tan lejos. La marca puede ser un emblema de la UE en la esquina superior que desaparece después de unos segundos o personas vestidas con prendas de la UE, etc.
- Los socios SIEMPRE deben referirse a nosotros como la UE o la Ayuda Humanitaria de la UE en comunicaciones externas, nunca como ECHO, lo que no entendería el ciudadano medio de la UE.

En los vídeos para las redes sociales, ha de referirse a ECHO como **la UE, la Ayuda humanitaria de la UE o la Protección civil de la UE** (según proceda).

Los vídeos deben mostrar el emblema de la UE con el texto que lo acompaña «Financiado por Protección Civil y Ayuda Humanitaria de la UE» al final. La descripción también debería mencionar a la UE al comienzo, por ejemplo diciendo: *Gracias a la financiación/apoyo de la UE, xxx ha logrado ayudar a xxx personas afectadas por inundaciones.*

**Antes de la producción:** envíe a ECHO un (1) borrador del guión gráfico que describa los temas que se tratan en el vídeo e (2) información sobre los medios necesarios para la divulgación, el público objetivo y el cálculo aproximado del alcance de la difusión esperada.

**Durante la producción:** envíe un borrador del vídeo antes de finalizar el proyecto audiovisual y cuando **todavía sea posible efectuar cambios** en función de los comentarios de ECHO.

**Al completarse la producción:** ECHO debe ser informado de la distribución real del vídeo. Si el vídeo incluye música, se informará a ECHO del **título, autor y tipo de licencia**. Siempre que sea viable, también deberá enviarse a ECHO un permiso firmado de las personas que aparecen en el vídeo.

Las producciones audiovisuales sobre acciones humanitarias financiadas por la UE se pueden acoger a financiación en el ámbito de la visibilidad. ECHO no financia producciones audiovisuales cuyo único propósito es promocionar otra organización.



La Comisión Europea tiene derecho a usar o reproducir, total o parcialmente, las producciones audiovisuales realizadas por un Socio conforme a un acuerdo de subvención o de encomienda.

## 6.7 Eventos públicos

La organización de eventos públicos, tales como conferencias, mesas redondas, eventos informativos o actuaciones artísticas, se puede acoger a financiación, siempre que se acuerden previamente con ECHO las condiciones y los mensajes concretos. Cuando se planifique un evento, se consultará con ECHO durante la fase de preparación.

La visibilidad de la UE debe garantizarse antes y durante el evento: a través de invitaciones, programas, banderillas y paneles, entre otros, en el idioma local, cuando resulte adecuado.

## 6.8 Prácticas recomendadas

Se recomienda a los socios que echen un vistazo a nuestras secciones de prácticas recomendadas en el [sitio web sobre visibilidad de ECHO](#) y el breve clip de vídeo [«Do's and Don'ts»](#) (Lo que se debe y no se debe hacer). ¡Cuanto más innovadora y creativa sea la comunicación, más impacto tendrá!

## 7. Seguimiento y presentación de informes finales

Los elementos indicados en el formulario único en la etapa de solicitud servirán como punto de referencia al realizar el seguimiento y presentar informe sobre si cumplen o no los requisitos de visibilidad normal de un proyecto. Cualquier desviación de las opciones indicadas en el formulario único debe explicarse y justificarse.

Cuando se envíe el **informe provisional y el final**, el Socio debe incluir un informe **con pruebas de apoyo pertinentes**, de visibilidad sobre el terreno (sección 9.1.A del formulario único) y para cada una de las opciones marcadas en la sección 9.1.B.

Esto incluye fotos de artículos pertinentes (emblema de la UE en vehículos, suministros, vallas publicitarias, etc.), copias de/enlaces a comunicados de prensa y recortes de prensa, referencias a publicaciones pertinentes, enlaces a publicaciones en sitios web relacionados con proyectos, etc.

La cantidad de pruebas de apoyo proporcionadas no tiene por qué ser exhaustiva. Sin embargo, debe demostrar de manera creíble que las actividades a las que se ha comprometido en el formulario Único se han ejecutado como **parte integral del proyecto y en diferentes etapas**.

Además, los socios deben indicar, **en términos cuantificables, el alcance y el compromiso que tuvieron sus acciones de comunicación** .

Los gastos derivados de la comunicación y la visibilidad solo se pueden aprobar cuando vengan acompañados del material de apoyo adecuado. El incumplimiento puede derivar en la aplicación de una sanción en la fase de liquidación.

**Además del informe final**, para las **acciones de visibilidad superior a la normal**, el Socio también deberá proporcionarle a ECHO actualizaciones periódicas durante el transcurso de la acción y hasta que se haya completado. El informe final deberá cumplir con el plan de comunicación aprobado inicialmente.

Tener en cuenta:

- Al enviar el informe final para liquidación, los socios deben documentar que las actividades contractuales de visibilidad y comunicación se han realizado conforme al acuerdo en la fase de contratación.

- En general, los gastos derivados de las necesidades de comunicación *interna* del Socio (tales como formación, manuales internos, facturas de teléfono, mantenimiento general de sitio web, etc.) no se pueden acoger a financiación en el marco de la línea de visibilidad.
- Durante el desarrollo de un proyecto, se recomienda encarecidamente a los socios que informen y compartan con ECHO aquellos productos de comunicación importantes relacionados con una acción humanitaria financiada por la UE. Para ello, podrán contactar con la Oficina de Información Regional de ECHO en su región. Esto permitirá una comunicación conjunta pertinente (por ejemplo, a través de las redes sociales), nos ayudará a difundir aún más sus mensajes y facilitará el seguimiento.

## 8. Información de contacto

Puede ponerse en contacto con el equipo de comunicación de ECHO para cuestiones relativas a las actividades de visibilidad y comunicación en cualquier momento. Para proyectos de comunicación más importantes, le recomendamos encarecidamente que se ponga en contacto con nosotros antes de finalizar la propuesta.

No dude en llamar a la secretaría de Comunicación de ECHO y pregunte por el responsable de comunicación del país o área temática de su proyecto:

En las oficinas centrales en Bruselas Tel: (+32 2) 295 44 00

Correo electrónico: [echo-comm-sec@ec.europa.eu](mailto:echo-comm-sec@ec.europa.eu) Sitio web:

<http://ec.europa.eu/echo/en>

### A nivel regional

ECHO tiene un Responsable Regional de Información (RIO) en cada una de las siguientes oficinas regionales. No dude en ponerse en contacto con nosotros en cualquier fase de su proyecto de comunicación.

(Los datos de contacto de las **Oficinas de información regional de ECHO**, a partir de agosto de 2019, se incluyen en la página siguiente)

Para la información detallada de la lista y los contactos de todas las **oficinas locales de ECHO**, consulte:

[http://ec.europa.eu/echo/files/about/field\\_offices.pdf](http://ec.europa.eu/echo/files/about/field_offices.pdf)

OFICINA	RIO	Número de teléfono	Correo electrónico	ASISTENTE(S)	Número de teléfono	Correo electrónico
<b>Ammán</b>	Anouk Delafortrie	Móvil: +962 777 570 203 Teléfono fijo: +962 64 60 70 37	<a href="mailto:Anouk.Delafortrie@echofield.eu">Anouk.Delafortrie@echofield.eu</a>	Garineh Antablian	Mobile: +962 77 923 3849 Landline: +962 64 60 70 50 ext. 153	<a href="mailto:Garineh.Antablian@echofield.eu">Garineh.Antablian@echofield.eu</a>
<b>Ankara</b>	Lisa Hastert	Móvil: +90 533 412 5663 Teléfono fijo: +90 312 436 3090 ext. 135	<a href="mailto:Lisa.Hastert@echofield.eu">Lisa.Hastert@echofield.eu</a>	Begum Iman	Móvil: +90 536 866 0158 Teléfono fijo: +90 312 436 3090 ext. 132	<a href="mailto:Begum.Iman@echofield.eu">Begum.Iman@echofield.eu</a>
				Bahar- Bakir Yurdakul	Móvil: +90 536 866 0159 Teléfono fijo: +90 312 436 3090 ext. 131	<a href="mailto:Bahar-Bakir.YURDAKUL@echofield.eu">Bahar-Bakir.YURDAKUL@echofield.eu</a>
<b>Bangkok</b>	Peter Biro	Móvil: +66 898 115 481 Teléfono fijo: +66 23 05 27 68	<a href="mailto:Peter.Biro@echofield.eu">Peter.Biro@echofield.eu</a>	Mallika Panorat	Móvil: +66 818 415 700 Teléfono fijo: +66 23 05 27 86	<a href="mailto:Mallika.Panorat@echofield.eu">Mallika.Panorat@echofield.eu</a>
<b>Dakar</b>	Hilaire Avril	Móvil: +221 777 409 217 Teléfono fijo: +221 338 696 092	<a href="mailto:Hilaire.Avril@echofield.eu">Hilaire.Avril@echofield.eu</a>	Mariama Fall	Móvil: +221 786 381 087 Teléfono fijo: +221 338 698 010	<a href="mailto:Mariama.Fall@echofield.eu">Mariama.Fall@echofield.eu</a>
<b>Nairobi</b>	Mathias Eick	Móvil: +254 722 791 604 Teléfono fijo: +254 709 362 301	<a href="mailto:Mathias.Eick@echofield.eu">Mathias.Eick@echofield.eu</a>	Bertha Wangari	Móvil: +254 726 427 917 Teléfono fijo: +254 709 362 302	<a href="mailto:Bertha.Wangari@echofield.eu">Bertha.Wangari@echofield.eu</a>
<b>Panamá</b>	Daniele Pagani	Móvil: +507 633 095 72 Teléfono fijo: +507 309 6850 ext 105	<a href="mailto:Daniele.Pagani@echofield.eu">Daniele.Pagani@echofield.eu</a>	Ruth Silva	Móvil: +507 674 974 07 Teléfono fijo: +507 309 6850 ext 103	<a href="mailto:Ruth.Silva@echofield.eu">Ruth.Silva@echofield.eu</a>



**¿Tiene más preguntas o desea ver cómo se realiza en la práctica la visibilidad y la comunicación de ECHO?**

Como complemento a este manual general, ECHO cuenta con un sitio web exclusivo con ejemplos y prácticas recomendadas de acciones de visibilidad y comunicación realizadas por organizaciones colaboradoras. Le invitamos a que consulte el sitio web para inspirarse y orientarse, así como para compartir sus acciones con otros usuarios:

[www.echo-visibility.eu](http://www.echo-visibility.eu)

En este sitio web, también puede consultar las preguntas frecuentes o enviar preguntas al servicio de asistencia técnica sobre visibilidad.