

GUÍA PARA COMUNICACIÓN DE PROYECTOS

(Actualizado en Julio 2018)

La comunicación es una herramienta estratégica para los proyectos del Programa Espacio Atlántico y sus actividades de comunicación darán a conocer las inversiones realizadas por el Programa Interreg Espacio Atlántico, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Entre las obligaciones de un proyecto aprobado se debe asegurar la transparencia y visibilidad de sus actividades y resultados, y demostrar su impacto en los ciudadanos y en las regiones del Espacio Atlántico.

Por lo tanto, los proyectos son embajadores del Programa Interreg Espacio Atlántico y son capaces de influir en las políticas e impulsar cambios de comportamiento para tener un impacto positivo en el área del programa.

La presente ficha ofrece orientación sobre cómo lograr este objetivo y cómo cumplir los reglamentos de la Comisión y los requisitos del programa a este respecto.

1. Implementación del proceso de comunicación

Los proyectos deben esbozar las actividades de comunicación que se llevarán a cabo en cada etapa del ciclo del proyecto.

En el proceso de candidatura

El formulario de candidatura prevé un paquete de trabajo dedicado a la comunicación del proyecto. En esta sección los proyectos deben demostrar cómo se comunicarán las actividades y resultados, identificando las principales acciones de comunicación, las audiencias objetivo, los resultados que se deben lograr, el calendario y el presupuesto.

En la fase de implementación

Tras la aprobación, los proyectos deben cumplir las obligaciones reglamentarias relativas a los requisitos de comunicación e información de la UE (véase el punto 3. Requisitos legales).



2. Plan de comunicación

El plan de comunicación será útil para que el partenariado logre los principales objetivos del proyecto, difunda los resultados e informe al público sobre sus logros, éxitos y beneficios a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

La planificación, la implementación y la evaluación son las tres fases principales de un plan de comunicación, siempre centrándose en los beneficios del proyecto y adaptando la comunicación a los diferentes grupos a los cuales se apunte. El objetivo principal es siempre reconocer el valor del proyecto.

Las actividades que se describen en el plan deben ser paralelas a las actividades del proyecto y reflejar los aportes y las actividades de todos los socios. La estructura de un plan de comunicación ofrece una visión general de los siguientes elementos principales, como mínimo:

Objetivos de la comunicación: son un mecanismo para alcanzar el objetivo del proyecto y deben estar claramente definidos y detallados, y ser alcanzables y mensurables. Es el resultado de una actividad, como por ejemplo:

- ✓ Concienciar sobre la misión del proyecto o el consorcio implicado;
- ✓ Concienciar sobre los beneficios del proyecto para los ciudadanos o para una población específica;
- ✓ Difundir los resultados de los proyectos;
- ✓ Cambiar la percepción sobre una solución para un problema común;
- ✓ Cambiar el comportamiento de una población específica.

Grupos destinatarios: el plan debe identificar claramente a quién se dirigen las actividades de comunicación; debe tomar en cuenta al público externo pero también al interno, es decir, el partenariado del proyecto. El jefe de fila, en particular, desempeña un papel fundamental en la promoción de un buen flujo de comunicación dentro del partenariado, crucial para el éxito del proyecto. Esto contribuirá a una mayor participación del equipo y promoverá la difusión de un mensaje común.

Mensajes: ¿qué necesita saber/aprender el grupo destinatario? Transmitir 2 o 3 mensajes principales sobre el proyecto; un mensaje resume los objetivos principales del proyecto centrándose en aspectos específicos.

Táctica: ¿qué actividades concretas se llevarán a cabo para llegar al público y luego comunicar los logros del proyecto? Por ejemplo: sitios web, redes sociales, eventos, publicaciones, vídeos, documentales, comunicación con los medios.



Planificación del calendario: puede basarse en las metas generales del proyecto y definir cuándo se llevarán a cabo las actividades.

Presupuesto: presupuesto indicativo con desglose de actividades, para la ejecución del plan/paquete de trabajo.

Evaluación: cómo se evaluará el plan de comunicación para supervisar y revisar los logros del proyecto y, si es necesario, reajustar las tácticas de comunicación durante el ciclo de vida del proyecto.

3. Requisitos legales

- ✓ La Sección 2.2 del Anexo XII del **Reglamento (UE) N.º 1303/2013** establece las responsabilidades de los beneficiarios con respecto a las medidas de información y comunicación al público.
- ✓ Los Artículos 4 y 5 y el Anexo II del **Reglamento (UE) N.º 821/2014** establece las normas para cumplir con la visibilidad de la UE y el apoyo del FEDER.
- ✓ El Contrato de Subvención establece las responsabilidades y obligaciones de los beneficiarios en materia de publicidad, comunicación y consolidación de marca de los proyectos.

Si los proyectos no cumplen con las responsabilidades legales relativas a la aplicación de los requisitos de visibilidad y publicidad en los materiales de comunicación, cualquier gasto relacionado podría considerarse no elegible y podría dar lugar a la recuperación de los fondos indebidamente pagados.

4. Responsabilidades del proyecto

Cada proyecto deberá designar a un **responsable de comunicación** que desarrollará e implementará un plan de comunicación y también establecerá procesos para involucrar a todos los socios en las actividades de comunicación. El responsable trabajará en conjunto con el Secretariado Conjunto (SC) para lograr los objetivos de comunicación.

La siguiente lista de las principales responsabilidades del proyecto en términos de comunicación no reemplaza la lectura cuidadosa de los documentos y reglamentos mencionados.

1. Todas las medidas de información y comunicación que se establezcan en el proyecto, incluidas las presentaciones en conferencias o seminarios, deberán reconocer la ayuda financiera de los fondos FEDER del Programa Interreg Espacio Atlántico (véase el punto 6



Requisitos de comunicación).

2. Esta medida se llevará a cabo de conformidad con la normativa legal antes mencionada, la última versión del Formulario Aprobado del Programa (Project Approved Form - PAF), el Manual del programa y cualquier otra directriz que pueda emitir el programa a este respecto.
3. En toda notificación o publicación relativa al proyecto que se realice de cualquier forma y por cualquier medio, incluido Internet, deberá indicarse que solo se refleja el punto de vista del autor y que las autoridades del programa no se responsabilizan del uso que pueda hacerse de la información que figure en dicho documento.
4. Cada socio asume también la plena responsabilidad del contenido de cualquier aviso, publicación y producto de comercialización proporcionado a la Autoridad de Gestión (AG) y es responsable en caso de que un tercero reclame indemnización por daños y perjuicios. El socio indemnizará a la AG en caso de que esta sufra algún daño a causa del contenido del material publicitario e informativo.
5. El jefe de fila se asegurará de que los socios del proyecto cumplan con todas las obligaciones de publicidad, comunicación y consolidación de marca (por ejemplo, el uso del logotipo del programa, requisitos de información, organización de eventos, etc.).
6. Las autoridades del programa están autorizadas a publicar, en y por cualquier medio, la siguiente información sobre el proyecto: contactos del proyecto (jefe de fila y socios), nombre del proyecto, actividades y objetivos, localización geográfica de las actividades emprendidas, fechas del proyecto, financiación del FEDER y coste total elegible, resúmenes de los avances e informes finales.
7. El jefe de fila informará al SC sobre cualquier campaña de comunicación, aparición en los medios u otra publicidad del proyecto para posibles actualizaciones de la página web o escaparates.
8. El jefe de fila proporcionará al SC la información estadística del proyecto, los artículos promocionales, las publicaciones, los boletines de noticias, el contenido para materiales digitales o impresos, las fotografías y los vídeos necesarios para llevar a cabo las actividades de comunicación del programa.
9. La AG, en nombre del Comité de seguimiento y de otros promotores del programa a nivel nacional, tiene derecho a utilizar los resultados del proyecto para garantizar una amplia difusión de los productos y de los resultados del proyecto y ponerlos a disposición del público.



5. Apoyo a proyectos

Una vez aprobado el proyecto, el SC proporcionará orientación y capacitación para ayudar a los proyectos a emprender actividades de comunicación eficaces.

El SC también proporcionará un conjunto de herramientas de comunicación con consejos prácticos sobre cómo abordar la comunicación a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto, como por ejemplo:

- ✓ Guía para comunicación de proyectos;
- ✓ Manual de Identidad Visual;
- ✓ Logotipos editables;
- ✓ Modelo póster A3;
- ✓ Sugerecias para el uso de redes sociales, organización de eventos, publicaciones digitales e impresas, relaciones con la prensa.

Este compromiso contribuirá a garantizar que los fondos de la UE no corran el riesgo de ser devueltos a la Comisión a través de sanciones y que la cobertura publicitaria llegue a un público más amplio, incluido el público en general.

6. Requisitos de comunicación

El programa Interreg Espacio Atlántico tiene un logotipo de acuerdo con la marca común Interreg para promover la cooperación territorial europea. Este logotipo combina la marca Espacio Atlántico (símbolo y colores), el emblema de la UE y la referencia al FEDER. Este logotipo del programa fue actualizado en Julio 2018, aumentando el tamaño de la bandera de la UE, permitiendo así a los proyectos y a los socios de tener más visibilidad, cuando presentan sus logotipos en los materiales de comunicación desarrollados. Al mismo tiempo reconocen el apoyo de la UE (consultar sección 6.2 Combinación del emblema de la UE con otros logotipos). La versión actualizada del logotipo del programa es la siguiente:





El Manual de Identidad Visual para la aplicación del logotipo del programa y de los símbolos de las prioridades temáticas está disponible en la página web para consulta.

6.1 Marca de los proyectos

Los logotipos de los proyectos pueden **basarse en el logotipo del programa** añadiendo el acrónimo del proyecto en el color de la prioridad temática correspondiente (**logotipo del proyecto integrado**) – esta opción es recomendada por el Secretariado Conjunto. Este logotipo integrado del proyecto está disponible en la página web, en un formato editable para cada prioridad temática. Esta medida refuerza la identidad y el apoyo del programa y de la UE.



Los proyectos pueden también desarrollar su propia marca y logotipo. En estos casos, el logotipo **del Programa Interreg Espacio Atlántico debe figurar siempre** en todos los materiales de comunicación (impresos o digitales, por ejemplo, publicaciones, boletines, folletos, manuales, presentaciones, material promocional, vídeos, pequeños materiales...). Debe colocarse en un lugar visible y nunca debe ser más pequeño que cualquier otro logotipo incluido en el mismo material. El logotipo del programa Espacio Atlántico ya asegura el reconocimiento del apoyo de la UE y la cofinanciación del FEDER.

En los casos en que no sea posible mostrar un logotipo, los proyectos deberán utilizar la siguiente frase:

«Este proyecto está cofinanciado por el Programa Interreg Espacio Atlántico a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional ».

6.2 Combinación del emblema de la UE con otros logotipos (Actualizado)

El Artículo 4, punto 5 del Reglamento (EU) N.º 821/2014 establece que «Si se exhiben otros logotipos además del emblema de la Unión, el emblema de la Unión tendrá al menos el mismo tamaño, medido en altura o anchura, que el logotipo más grande», i.e. el logotipo del proyecto



o otros logotipos institucionales no pueden ser mayores (más altos o más amplios) que la bandera de la UE.

Abajo se encuentra un ejemplo de cómo aplicar esta norma.



Excepción: Un logotipo sin relación clara institucional, política o económica que es meramente un elemento de design en cuanto parte de una acción de comunicación, puede ser mayor que el emblema de la UE.

Para obtener más información, consulte el [Manual de Identidad Visual](#), sección «2.5 Combinación con otros logotipos».

6.3 Proyectos en la web

Se recomienda que los proyectos **desarrollen una página web** o que utilicen la página web de la organización del jefe de fila para promocionar sus actividades, resultados, herramientas o productos. Este sitio web debe contener una **descripción evolutiva** del proyecto, incluyendo sus objetivos y resultados, y también debe destacar el apoyo financiero europeo mediante la exhibición del logotipo del Programa **Interreg Espacio Atlántico**, que garantiza la información sobre la financiación del FEDER y el apoyo de la UE, así como también un enlace a la página web de este programa.

Por favor note: Artículo 4, punto 3 del Reglamento (UE) 821/2014 indica que cuando el emblema de la UE es mostrado en una página web, debe ser visible cuando se llega a esta página, dentro del área de visualización de un dispositivo digital, sin ser necesario que el usuario se desplace en la página.

La página web del Programa Interreg Espacio Atlántico (www.atlanticarea.eu) incluye una página para cada proyecto aprobado, mostrando la siguiente información:

- ✓ Descripción general del proyecto (sigla, nombre, prioridad/objetivo, presupuesto, partenariado, contactos);



- ✓ Descripción del proyecto, objetivos y resultados.

También se aconseja a los proyectos difundir información sobre sus actividades y resultados en redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram u otras relacionadas. El Programa Espacio Atlántico posee una [página de Facebook](#) y una [cuenta de Twitter](#). Puede seguirnos para recibir más información sobre la temática y las actividades relacionadas con el programa y la implementación de los proyectos.

6.4 Eventos del proyecto

Un evento de lanzamiento debe ser organizado al inicio del proyecto y un evento al final de su implementación. El público de estos eventos no debe limitarse a los grupos destinatarios del proyecto, sino debe ser lo más amplio posible.

Para garantizar la visibilidad del programa, el **logotipo del proyecto** o el **logotipo del Interreg Espacio Atlántico** se deberán utilizar en todos los documentos dirigidos a los participantes del evento (por ejemplo, agendas, listas de participantes, presentaciones, exposiciones, etc.). Se recomienda a los proyectos que coloquen la bandera de la UE en las salas de reunión de todos los actos.

6.5 Póster A3

Cada beneficiario del proyecto deberá exhibir un póster (tamaño mínimo A3) en un lugar fácilmente visible para el público, como la zona de entrada de un edificio de la entidad beneficiaria. Debe contener información sobre el proyecto y el logotipo del Programa Interreg Espacio Atlántico. El póster deberá permanecer visible durante toda la duración del proyecto.

El programa dispone de un modelo de poster para cada prioridad temática, disponible para descargarse en nuestra página web.

Póngase en contacto con nosotros

Si necesita de más información sobre los reglamentos de la UE o requisitos del programa en asuntos de comunicación, por favor contacte:

Carla GUIMARÃES

Secretariado Conjunto, Responsable de Comunicación

Tel: +351 226 080 114 Email: carla.guimaraes@atlanticarea.eu