



Ministério dos  
**Negócios Estrangeiros**  
da Ucrânia

# Estratégia de comunicação Ucrânia - países da América Latina e Caribe

2024-2026



# Princípios fundamentais

## Situação atual e enunciado do problema

Em 2022-2023, os esforços da diplomacia ucraniana conduziram ao aprofundamento do diálogo e da cooperação entre a Ucrânia e os países da América Latina e Caribe. A Ucrânia procura diversificar a sua política externa e reforçar o seu papel na cena mundial, e a diplomacia ucraniana está a executar sistematicamente as tarefas do Presidente Zelenskyy para abrir novos horizontes para a Ucrânia no mundo. Em janeiro de 2024, foi adoptada a Estratégia para o Desenvolvimento das Relações da Ucrânia com a América Latina e Caribe, desenvolvida pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia, e este ano pretende ser o ano do regresso da Ucrânia a esta região estrategicamente importante.

**O ano de 2022** foi marcado por um importante passo em frente no estabelecimento das comunicações estratégicas da Ucrânia com a América Latina e Caribe. Graças aos esforços conjuntos do Gabinete do Presidente, do Ministério dos Negócios Estrangeiros e da diplomacia interparlamentar, foram realizadas várias reuniões e discursos que demonstraram o desejo sincero da Ucrânia de aprofundar a cooperação com a região. O Presidente Volodymyr Zelenskyy manteve seis ligações telefônicas com os líderes de Argentina, Brasil, Chile, Equador, Paraguai e Uruguai, e dirigiu-se à Organização dos Estados Americanos por videoconferência em outubro, apelando ao apoio da Ucrânia na sua luta contra a agressão armada russa e manifestando a sua gratidão pela revogação do estatuto de observador da Rússia na organização. Em julho, o Presidente da Guatemala Alejandro Giammattei visitou a Ucrânia, que foi a primeira visita oficial de um líder latino-americano à Ucrânia nos últimos 12 anos.

**Em 2023**, a intensificação das relações foi marcada por um aumento do número e do conteúdo dos formatos de interação bilateral e multilateral. O principal evento do ano foi a visita do Presidente Zelenskyy à Argentina para assistir à tomada de posse do recém-eleito Presidente Javier Millais, em dezembro, onde também se reuniu com os líderes do Equador, Paraguai e Uruguai. À margem da 78ª sessão da AGNU, o Presidente Zelenskyy encontrou-se com os líderes do Brasil e do Chile. O Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia concentrou os seus esforços diplomáticos em não ignorar nenhum país da região. Na América Central e no Caribe, um acontecimento importante foi o discurso do Ministro Dmytro Kuleba na Cimeira da Associação dos Estados do Caribe, em maio. A Ucrânia alargou os seus contactos com o Brasil, o Equador, a Argentina, o Peru, a Colômbia, o Paraguai, o Uruguai, o Suriname e a Guiana, e intensificou a cooperação com os Estados insulares do Caribe, nomeadamente Trindade e Tobago, Jamaica e a Comunidade das Bahamas.

No entanto, apesar desta evolução positiva, há ainda muito trabalho a fazer. A necessidade de ultrapassar as barreiras existentes só vem sublinhar a necessidade de unir e sistematizar esforços, desenvolver uma estratégia de comunicação claramente definida e abrangente e pô-la em prática. O afastamento geográfico da Ucrânia e dos países da região afeta, sem dúvida, a intensidade das relações e provoca distanciamento. Este fator torna-se um desafio que pretendemos ultrapassar através do estabelecimento de comunicações fortes e dinâmicas com o público latino-americano. Apesar das barreiras geográficas, o nosso país acredita sinceramente no enorme potencial de cooperação com os países latino-americanos. As abordagens da Ucrânia para a compreensão mútua e a cooperação frutuosa com os países da região incluem a rejeição total de estereótipos, a recusa de ideias desatualizadas sobre a América Latina, a cooperação em pé de igualdade e a redefinição das relações bilaterais e multilaterais existentes. Graças a uma estratégia de comunicação bem elaborada, poderemos aproximar os espaços de informação, identificar áreas em que a cooperação pode trazer benefícios mútuos, estabelecer um diálogo entre os principais intervenientes de cada lado, criar uma atmosfera de confiança e atrair novos amigos da Ucrânia.

A Ucrânia de hoje demonstra uma atenção direcionada para os países da região, dando passos sistemáticos no sentido de encontrar formas eficazes de participação nos processos estratégicos da região. Esta aspiração baseia-se numa visão clara: reforçar os laços com os países da América Latina e do Caribe, expandir a presença da Ucrânia e aumentar o intercâmbio cultural e interpessoal. Isto requer uma compreensão profunda das realidades complexas e diversas do desenvolvimento de cada país latino-americano, dos pilares fundamentais da ordem regional, das instituições de integração pan-americanas, inter-regionais e sub-regionais, bem como uma consciência da diversidade de cada sub-região.

As comunicações estratégicas desempenham um papel fundamental nesses processos, definindo e moldando os nossos objetivos comuns e direcionando os nossos esforços para alcançar resultados. A estratégia de comunicação Ucrânia- países da América Latina e o Caribe, que é a primeira na história do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia, (Estratégia adiante no texto). Acreditamos que uma voz ucraniana livre, sincera e expressiva será ouvida em todos os cantos de ambos os continentes, o que beneficiará todas as partes e contribuirá para um futuro justo e inclusivo para as nossas nações. Este é apenas o início de uma viagem que estamos a percorrer juntos, avançando de forma responsável para um objetivo comum - o desenvolvimento da nossa parceria e a prosperidade mútua.

## Princípios fundamentais

### Proatividade

Determinação e iniciativa na configuração do ambiente de informação, que não se limita a reagir às atividades de outros participantes no processo de comunicação.

### Clareza

A utilização de mensagens e ações-chave claras, compreensíveis, inequívocas e coerentes na comunicação, com vista a atingir metas e objetivos estratégicos de comunicação.

### A política de "uma só voz"

Consiste na integração e coordenação das atividades de comunicação das Missões diplomáticas com o gabinete central do Ministério dos Negócios Estrangeiros, outros organismos estatais e funcionários responsáveis pela comunicação da política externa da Ucrânia.

### Inovação

A utilização não só dos métodos tradicionais, mas também dos meios de comunicação e informação mais recentes.

### Adaptabilidade

Ter em conta as características antropológicas locais e o contexto regional na comunicação.

### Fiabilidade

A garantia que a comunicação é verdadeira e altamente fiável, baseada em dados factuais, neutralização da distorção ou deturpação da informação, prevenção da comunicação baseada em dados inexatos ou não verificados.

### Reciprocidade

Comunicação baseada no diálogo e na reciprocidade com os públicos-alvo, grupos e participantes nas relações de comunicação, com o objetivo de criar respeito mútuo e confiança entre os participantes.

### Abordagem orientada para os resultados

Significa a realização contínua, consciente e proactiva dos objetivos e o cumprimento das tarefas estipuladas pela presente Estratégia e documentos conexos dentro do prazo estabelecido e com a eficiência determinada pelos indicadores.

# Aspectos básicos do desenvolvimento da Estratégias

Ao elaborar a Estratégia, baseamo-nos na Estratégia de Comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiro da Ucrânia (março de 2021), na Estratégia de Diplomacia Pública do Ministério dos Negócios Estrangeiro da Ucrânia (março de 2021), na Estratégia para o Desenvolvimento das Relações entre a Ucrânia e a América Latina e o Caribe (janeiro de 2024) e numa série de estudos analíticos realizados pelo Ministério dos Negócios Estrangeiro e por ONG especializadas.

O Departamento de Diplomacia Pública e Comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia efectuou uma análise geral do uso dos meios de comunicação social na América Latina, analisou as línguas dos meios de comunicação social locais e auditou as capacidades de comunicação das missões diplomáticas da Ucrânia na região e a situação atual em termos de pessoal. Além disso, foram utilizados os materiais de acompanhamento e análise do Ministério dos Negócios Estrangeiros, que continham informações sobre as narrativas sobre a Ucrânia divulgadas nos meios de comunicação social na América Latina entre janeiro de 2022 e abril de 2024.

## Período de validade e a sua justificação

**A Estratégia é válida por 3 anos**

Apesar da agressão total da Federação Russa contra a Ucrânia, o nosso país está empenhado em atingir os seus objectivos estratégicos na América Latina e em desenvolver uma parceria mutuamente benéfica com os países da região no período pós-guerra. No contexto das atuais transformações e desafios geopolíticos de grande escala, a Estratégia de Comunicação Ucrânia-América Latina está a tornar-se um instrumento importante para o reforço da Ucrânia na região. O período de três anos da Estratégia, com um horizonte temporal de 2024-2026, deve-se a uma série de fatores-chave que o tornam ideal para alcançar as metas e objetivos de comunicação estabelecidos.

Este período permite a implementação e a avaliação de um conjunto de iniciativas de comunicação pró-ucranianas, a investigação do seu impacto nos públicos-alvo e a realização dos ajustamentos necessários. Proporciona igualmente flexibilidade para responder à evolução das condições políticas e económicas na Ucrânia, na América Latina e no mundo. Uma visão estratégica com objetivos e prazos definidos permite à Ucrânia definir claramente as suas prioridades e formular uma estratégia para se posicionar na região, contribuindo para o estabelecimento de uma parceria frutuosa e a longo prazo com os países latino-americanos.

Após o fim da guerra, a prioridade dos esforços de comunicação da Ucrânia e do Ministério dos Negócios Estrangeiros será moldar a imagem pós-guerra do nosso país na América Latina. A Ucrânia procura estabelecer-se como um parceiro político e económico honesto, fiável e poderoso para os países da região. A estratégia centrar-se-á na promoção do desenvolvimento de novos formatos de cooperação multilateral e na reforma dos já existentes, com base nos princípios da justiça, da paz, da amizade, da igualdade e da transparência, incluindo o desenvolvimento de uma cooperação eficaz com as organizações sub-regionais da América Latina e do Caribe. A luta conjunta contra a desinformação e a propaganda é também um desafio urgente para a Ucrânia e os países da região. A principal prioridade será o desenvolvimento multilateral dos laços políticos e económicos da Ucrânia com os países da América Latina, incluindo a promoção da Fórmula de Paz do Presidente Zelenskyy, a Cimeira Ucrânia-América Latina e uma série de outras iniciativas.

# Principais países e respetiva análise

Os principais critérios utilizados para identificar os países-chave para a comunicação estratégica da Ucrânia



## Potencial económico

Os países com um grande potencial comercial e económico, com volumes comerciais bilaterais significativos já existentes e com perspectivas de aumento, têm prioridade. As comunicações estratégicas nestes países devem ter por objetivo promover o papel da Ucrânia como parceiro económico estável e fiável, uma potência informática, um fabricante comprovado de armas modernas, bem como demonstrar o potencial e a inovação do sector agrícola, as oportunidades de investimento, etc.



## Cooperação em matéria de segurança

É dada especial atenção aos Estados que têm potencial para a cooperação em matéria de segurança e que estão diretamente interessados na luta contra o terrorismo. Sublinhar o empenho da Ucrânia na segurança global ajuda a criar parcerias e a combater ameaças comuns como o terrorismo, as actividades extremistas, a chantagem alimentar, etc.



## Agenda ambiental

Combate conjunto às alterações climáticas globais negativas, ao ecocídio e à participação na superação de catástrofes naturais e provocadas pelo homem.



## Relevância política

Os países da América Latina e do Caribe que têm maior influência na política regional ou mundial, que demonstram um nível significativo de transformação democrática ou que podem ser considerados como Estados indecisos são também uma prioridade. A interação com esses Estados permite à Ucrânia desenvolver alianças diplomáticas e defender valores comuns, e ajuda a responder adequadamente aos desafios geopolíticos, incluindo a agressão armada da Rússia.



## Capacidades de comunicação da Ucrânia

A presença de missões diplomáticas ucranianas no país, os desenvolvimentos nas câmaras de comércio e indústria e a existência de uma diáspora ucraniana com amplos laços com os meios de comunicação social são fatores cruciais para os esforços de comunicação local.



## Compromisso humanitário

Os Estados que enfrentam desafios humanitários e recebem assistência da Ucrânia são um alvo especial das nossas atividades de comunicação. A longo prazo, podem demonstrar solidariedade e prestar apoio à Ucrânia. A estratégia salienta o empenhamento da Ucrânia na ajuda humanitária e os seus esforços para promover o desenvolvimento sustentável na região.



## Cooperação multilateral

Os Estados que participam ativamente em organizações internacionais regionais e mundiais contam-se entre os principais. A cooperação com eles em fóruns multilaterais reforça a influência e a autoridade diplomática da Ucrânia e ajuda-a a atingir os seus objectivos em questões de importância mundial.



## Panorama mediático desenvolvido

Os países com um panorama mediático desenvolvido são particularmente favoráveis a atividades de comunicação eficazes por parte da Ucrânia. A concentração nos principais meios de comunicação social e nos líderes de opinião com uma vasta audiência deverá garantir que as mensagens da Ucrânia sejam transmitidas de forma coerente, precisa e convincente aos governos e ao público da região e contrariar a difusão de desinformação e propaganda anti-ucraniana.



## Laços culturais

Os Estados que já têm laços históricos e culturais com a Ucrânia ou que têm perspectivas de os estabelecer, incluindo laços interpessoais, podem ser considerados prioritários para as actividades de comunicação destinadas a reforçar a amizade, a compreensão mútua, o intercâmbio cultural e outros tipos de cooperação.

# Zoneamento político e económico



Não existe uma versão oficial única e geralmente aceite da regionalização política da América Latina, e diferentes organizações e peritos utilizam diferentes abordagens à regionalização, centrando-se em fatores como a localização geográfica, os laços históricos, as características linguísticas, o desenvolvimento económico e as várias alianças políticas. Consideramos adequado distinguir quatro sub-regiões dentro da América Latina: América do Norte (México), América Central, Caribe e América do Sul.

\* A Guiana e o Suriname fazem geograficamente parte da América do Sul, mas a sua cultura, história e economia estão também estreitamente ligadas ao Caribe. O fato de pertencerem à Comunidade do Caribe (CARICOM) e à União de Nações Sul-Americanas (UNASUR) sublinha a sua dupla identidade regional.

Uma análise exaustiva das comunicações em todas as regiões da América Latina identificou os domínios prioritários que melhor contribuirão para a obtenção dos resultados pretendidos durante o período de vigência da estratégia.

# Capacidade de comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros e das missões diplomáticas

## Recursos humanos

As missões diplomáticas ucranianas estão atualmente abertas em apenas 6 países da América Latina e do Caribe (Argentina, Brasil, Cuba, México, Peru e Chile), o que representa 18,2% da cobertura diplomática da região. Além disso, as missões diplomáticas ucranianas estão acreditadas no Equador e na Colômbia (Embaixada da Ucrânia no Peru), Guatemala, Panamá, Belize, Costa Rica (Embaixada da Ucrânia no México). Os países de responsabilidade são o Uruguai e o Paraguai (a Embaixada na Argentina), a Bolívia, a Guiana, o Suriname (a Embaixada no Brasil), a Venezuela, as Honduras, Salvador, a República Dominicana e a Nicarágua (a Embaixada em Cuba). Para aumentar a presença diplomática da Ucrânia na região e reforçar a capacidade de comunicação do Ministério, está planejada a abertura de várias embaixadas na região.

De acordo com uma auditoria interna à capacidade de comunicação das missões diplomáticas, cada missão diplomática tem atualmente um funcionário responsável pelas comunicações e pela diplomacia pública. Contudo, devido à escassez de pessoal, todos estes funcionários são simultaneamente responsáveis por outras áreas. A maioria dos diplomatas fala uma ou duas línguas dos países de acreditação.

É importante registar a presença de línguas locais na região. Em muitos países, para além das línguas oficiais, uma parte significativa da população utiliza línguas indígenas escritas (sobretudo na vida quotidiana), que continuam a ser partes importantes do património cultural da América Latina. Entre elas contam-se o Guaraní, o Quechua, o Aymara, o Náhuatl e o Mapuche, bem como o Sranan-Tongo, a língua franca do Suriname, que é falada por quase 2/3 da população do país. Tendo em conta este facto, em alguns casos, para reforçar a capacidade de comunicação das missões diplomáticas, é aconselhável recorrer a parceiros locais para comunicar as mensagens estratégicas ucranianas na região. Esses parceiros, juntamente com organizações e indivíduos com valores semelhantes, devem incluir líderes e ativistas da diáspora ucraniana, especialmente na Argentina, no Brasil e no Paraguai.





# Metas, objetivos, tarefas

## Visão

A Ucrânia é um Estado forte, independente e soberano que goza do apoio sincero dos países da América Latina. Os países da região reconheceram a ilegalidade da agressão russa, condenaram a invasão militar e os crimes de guerra da Rússia como violações diretas do direito internacional e estão a construir parcerias com a Ucrânia no caminho para um futuro pacífico e próspero.

## Meta principal da estratégia

Desenvolvimento efetivo de uma arquitetura clara, eficiente e coordenada das comunicações externas do Ministério dos Negócios Estrangeiros destinada a reforçar o apoio à Ucrânia enquanto Estado soberano e respeitado na luta contra a agressão russa e a desenvolver relações estratégicas, a longo prazo, mutuamente benéficas e amigáveis com os países da América Latina.

## Objetivos estratégicos

1. Promover a imagem da Ucrânia na América Latina como um Estado livre, soberano e forte.
2. Reforçar a perceção da Ucrânia na América Latina, o que contribuirá para aumentar o seu apoio à Ucrânia nos formatos de cooperação internacional.
3. Assegurar que o maior número possível de países da América Latina condene oficialmente a agressão armada da Rússia contra a Ucrânia.
4. Assegurar uma atitude favorável do público interno e externo relativamente à política da Ucrânia em relação aos países da América Latina.

## Objetivos de comunicação

1. Reforçar e continuar a promover uma imagem holística da Ucrânia na América Latina como um Estado independente e soberano com a sua própria história, língua e cultura distintas.
2. Melhorar a perceção da Ucrânia como um parceiro estável, fiável e desejável que respeita os países latino-americanos e compreende as suas necessidades.
3. Informar os públicos-alvo dos países latino-americanos sobre as consequências da agressão armada da Rússia contra a Ucrânia e ajudá-los a compreender o impacto negativo desta agressão na região latino-americana e no mundo.
4. Promover uma comunicação clara e convincente das iniciativas de política externa da Ucrânia na América Latina junto de audiências externas e internas.

## Tarefas

1. Assegurar uma presença constante e clara da Ucrânia no espaço de informação da América Latina, utilizando todos os canais de comunicação disponíveis para criar uma imagem positiva da Ucrânia e promover os interesses ucranianos.
2. Assegurar uma política de comunicação clara de "uma só voz", impedir a propagação de especulações anti-ucranianas.
3. Prestar apoio de comunicação às missões diplomáticas da Ucrânia na América Latina e promover a expansão da rede diplomática da Ucrânia na região.
4. Formar uma rede de jornalistas e influenciadores na América Latina para divulgar informações sobre a Ucrânia e moldar a sua imagem positiva e desenvolver canais de comunicação com o público latino-americano.
5. Desenvolver e implementar uma campanha de imprensa informativa eficaz para promover a Cimeira Ucrânia-América Latina e apoiar a participação ativa de representantes das empresas e da sociedade civil nos seus eventos.
6. Promover a Fórmula de Paz do Presidente Zelenskyk como base para pôr termo à guerra e construir um futuro pacífico e justo para a Ucrânia e o mundo.
7. Reforçar as narrativas destinadas a apoiar a soberania e a integridade territorial dos Estados dentro de fronteiras internacionalmente reconhecidas, bem como a necessidade de criar as bases para uma paz duradoura na Ucrânia em prol da estabilidade na América Latina. Demonstrar ao público latino-americano que a Ucrânia é um parceiro fiável na luta pela paz e segurança na região e no mundo.
8. Trabalhar sistematicamente com representantes do governo e da sociedade civil na América Latina para transmitir a verdade sobre a agressão total e não provocada da Rússia contra a Ucrânia:
  - 8.1. Reforçar o entendimento de que a invasão russa da Ucrânia é de natureza criminoso, causou uma catástrofe humanitária para os ucranianos, incluindo o destino de milhões de mulheres, crianças e reformados, e criou desafios migratórios a longo prazo.
  - 8.2. Mostrar ao público latino-americano que a guerra russa contra a Ucrânia é agressiva, anti-humana e genocida.
  - 8.3. Revelar ao público latino-americano os verdadeiros objetivos e métodos da agressão russa, que constitui uma ameaça para todos os povos livres do mundo, e analisar exemplos da política neo-imperial do Kremlin na antiga União Soviética e no mundo (em especial no Médio Oriente e em África).
  - 8.4. Assegurar às audiências latino-americanas que a Ucrânia é capaz de resistir e vencer a guerra russo-ucraniana com o apoio adequado da comunidade internacional.
9. Sensibilizar para o potencial da Ucrânia em matéria de cooperação no domínio da defesa e demonstrar a sua disponibilidade para cooperar com os países da América Latina no domínio da segurança e da defesa.
10. Monitorizar e combater a propagação de desinformação, propaganda e notícias falsas anti-ucranianas na América Latina.
11. Explicar de que forma a agressão da Rússia contra a Ucrânia provocou a crise alimentar mundial e mostrar de que forma a Ucrânia está a trabalhar para a resolver.
12. Informar o público latino-americano sobre os esforços globais para responsabilizar a Rússia pela sua agressão armada contra a Ucrânia.
13. Alargar o leque de parceiros da diplomacia cultural na região e intensificar a cooperação com eles para promover os valores e as realizações culturais ucranianos.
14. Acompanhar a dinâmica da mudança de opiniões na América Latina através de inquéritos e ferramentas de monitorização.
15. Aumentar a compreensão dos cidadãos ucranianos sobre a política do governo em relação aos países da América Latina.

## Resultados esperados dos objetivos de comunicação

1. O público compreende que a Ucrânia é um Estado livre e soberano com a sua própria história, uma cultura e uma língua distintas e um povo determinado e corajoso.
  - para a Ucrânia (destruição de cidades, crimes de guerra, deportação forçada de crianças, catástrofe humanitária, ecocídio) e podem também estabelecer paralelos com as páginas trágicas de sua própria história.
2. O público acredita que:
  - o reforço das relações bilaterais comerciais, económicas, diplomáticas, políticas e outras com a Ucrânia é mutuamente benéfico;
  - a Ucrânia respeita os países da região, compreende os seus interesses e necessidades
3. O público está ciente das consequências devastadoras da agressão armada russa:
  - para outras regiões do mundo (eclosão de conflitos militares desnecessários, radicalização das sociedades, difusão de desinformação, propaganda, chantagem alimentar, marinha mercante, exploração ilegal de recursos, estagnação política e económica, etc.)
4. As audiências nacionais compreendem a complexidade dos desafios que a Ucrânia enfrenta na América Latina e estão informadas e apoiam as iniciativas de política externa da Ucrânia.

# Públicos-alvo, canais de comunicação

## Públicos-alvo

### Internos

- Representantes do governo e de organizações governamentais, círculos políticos da Ucrânia, autoridades executivas centrais e locais da Ucrânia, deputados;
- Jornalistas e palestrantes autorizados a se comunicar com um público externo, bem como representantes da sociedade civil que participam em atividades internacionais;
- Organizações de peritos ucranianos e representantes do meio acadêmico cujos interesses de investigação e/ou de especialização incluem a região da América Latina, as suas sub-regiões ou países;
- Dirigentes da sociedade civil ucraniana, incluindo organizações de juventude.
- Representantes dos meios de comunicação social ucranianos e da comunidade cultural;
- Empresas ucranianas que estão presentes ou interessadas em entrar na região da América Latina.

### Externos

- Representantes de governos e organizações governamentais, círculos políticos da América Latina;
- Representantes de organizações e missões internacionais que operam nos países da América Latina;
- Dirigentes e líderes de opinião da sociedade civil, defensores dos direitos humanos, representantes de organizações não governamentais e de organismos de controle da América Latina;
- Representantes do setor da educação, do meio cultural, de grupos de reflexão e investigadores da América Latina;
- Representações culturais dos países parceiros na região da América Latina;
- Representantes dos meios de comunicação social: jornalistas, repórteres, editores, bloguistas e influenciadores locais de topo;
- Representantes de grandes e médias empresas - ao nível da direção (decisores);
- Representantes da comunidade ucraniana e das suas organizações/associações;
- Representantes da juventude e organizações de juventude da América Latina;
- Cidadãos politicamente ativos da América Latina que se interessam pelos acontecimentos mundiais, pelas transformações econômicas e culturais e acompanham as notícias.

### Internos

(no que diz respeito à sua comunicação posterior em canais externos)

- Canais de comunicação oficiais das principais autoridades, incluindo o Web-site oficial do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia, páginas das redes sociais, canais de informação dos funcionários do Ministério, como o Ministro, o porta-voz e outros porta-vozes autorizados do Ministério;
- Web-sites oficiais e páginas das redes sociais dos ministérios e dos seus responsáveis, autoridades executivas centrais;
- Web-sites oficiais e páginas de redes sociais de organizações ucranianas especializadas, públicas, não governamentais e de direitos humanos, etc;
- Recursos de informação das organizações internacionais na Ucrânia, incluindo fundos para a cooperação científica e técnica internacional;
- Web-sites oficiais e páginas das redes sociais do Distrito Eleitoral Estrangeiro da Ucrânia;
- Mídias ucranianas, incluindo a televisão, a imprensa escrita, média online e jornalistas dessas mídias;
- Canais de informação das organizações de juventude, incluindo as internacionais;
- Líderes de opinião e ucranianos influentes/principais, incluindo representantes da diáspora.

### Externos

- Web-sites oficiais das missões diplomáticas na América Latina, páginas das missões diplomáticas e dos seus responsáveis nas redes sociais (Facebook, X, Instagram, YouTube, Telegram, LinkedIn, etc.);
- Web-sites oficiais e páginas de redes sociais de organizações estrangeiras de peritos e investigadores que operam na região da América Latina ou nos seus países individuais;
- Canais de comunicação de organizações e conferências internacionais que transmitem para o público latino-americano;
- Web-sites das missões culturais dos países parceiros da Ucrânia na região da América Latina;
- Canais de televisão nacionais e regionais nos principais países da América Latina;
- Recursos mediáticos dos meios sociais latino-americanos (TV, rádio, online, imprensa escrita, redes sociais) e dos jornalistas desses meios;
- Canais de informação dos principais países da América Latina no círculo eleitoral estrangeiro da Ucrânia;
- Recursos de comunicação para líderes de opinião, incluindo bloguistas e influenciadores;
- Mídias ucranianas que transmitem em línguas estrangeiras para audiências estrangeiras, incluindo a América Latina (United24media, Ukraine.ua, etc.).

# Línguas de comunicação

## Para comunicação interna

Ucraniano

## Para a comunicação externa

São necessárias as línguas oficiais dos países de acolhimento.

# Acompanhamento e avaliação da execução da Estratégia

O Departamento de Diplomacia Pública e Comunicações do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Ucrânia é responsável pelo controle e avaliação adequados da execução da estratégia. Os resultados do acompanhamento podem servir de base para ajustar as mensagens de informação e aprovar o plano de ação para a execução da estratégia no ano seguinte.

Os indicadores-chave para o acompanhamento e a avaliação da execução da estratégia são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1. Indicadores básicos para monitorizar e avaliar a execução da estratégia

Objetivos	Indicadores	Instrumentos de controle e avaliação
<p>Reforçar e continuar a promover uma imagem holística da Ucrânia na América Latina como um Estado independente e soberano com a sua própria história, língua e cultura distintas</p>	<p><b>Porcentagem</b> de representantes do público-alvo que têm a certeza de que a Ucrânia é um Estado independente e soberano dentro de fronteiras internacionalmente reconhecidas;</p> <p><b>Número e cobertura</b> dos projetos e eventos de comunicação implementados pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros e pelas missões diplomáticas da Ucrânia na América Latina destinados a moldar/reforçar a perceção da Ucrânia como um Estado independente e soberano dentro de fronteiras internacionalmente reconhecidas;</p>	<p>Estudos de opinião pública, ferramentas de análise em linha, monitorização dos meios de comunicação social.</p> <p>Avaliação anual da implementação do plano de ação desenvolvido pelos Bombeiros Voluntários para implementar a Estratégia de Comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros para a América Latina.</p>
<p>Melhorar a perceção da Ucrânia como um parceiro estável, fiável e desejável que respeita os países latino-americanos e compreende as suas necessidades</p>	<p><b>Número de declarações</b> e decisões adotadas e/ou apoiadas pelas autoridades latino-americanas em apoio da Ucrânia, incluindo o reconhecimento da sua soberania e integridade territorial, a condenação da agressão não provocada da Rússia e a adoção de outras iniciativas/decisões pertinentes, nomeadamente a nível de organizações internacionais;</p> <p><b>Porcentagem de representantes de públicos-alvo</b> que apoiam publicamente a Ucrânia na sua luta pela soberania e integridade territorial;</p> <p><b>Número e âmbito</b> dos projetos conjuntos no domínio da diplomacia pública e da cooperação internacional entre a Ucrânia, os países latino-americanos e as organizações/instituições pan-americanas destinados a estabelecer, alargar e reforçar os laços bilaterais e multilaterais para promover os valores da liberdade e da democracia.</p>	<p>Dados provenientes do acompanhamento de declarações públicas e decisões de autoridades oficiais na América Latina, canais diplomáticos e oficiais/votação em organizações internacionais.</p> <p>Estudos de opinião pública, ferramentas de análise em linha, monitorização dos meios de comunicação social.</p> <p>Avaliação anual da execução do plano de ação desenvolvido pelos Bombeiros Voluntários para implementar a estratégia de comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros para a América Latina.</p>

Objetivos	Indicadores	Instrumentos de controle e avaliação
<p>Informar os públicos-alvo dos países latino-americanos sobre as consequências da agressão armada da Rússia contra a Ucrânia e ajudá-los a compreender o impacto negativo desta agressão na região latino-americana e no mundo.</p>	<p><b>Porcentagem</b> de representantes de públicos-alvo que consideram destrutivo o impacto da agressão russa contra a Ucrânia nos países da América Latina e na região em geral, reconhecendo, em particular, as consequências econômicas e políticas da agressão russa contra a Ucrânia para a América Latina;</p> <p><b>Porcentagem</b> de políticos, diplomatas, meios de comunicação social e peritos dos países latino-americanos que estudam o impacto negativo da agressão russa na região e em cada um dos seus países, demonstram vontade de estudar esse impacto e de envidar esforços para ultrapassar as consequências da agressão russa para a Ucrânia e a América Latina em geral.</p> <p><b>Número e cobertura</b> dos projetos de comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros e dos Bombeiros Voluntários destinados a sensibilizar para o impacto da guerra da Rússia contra a Ucrânia nos países da América Latina.</p>	<p>Investigação científica e especializada, sondagens de opinião pública, ferramentas de análise em linha, acompanhamento dos meios de comunicação social e relatórios de centros científicos, analíticos, económicos e outros.</p> <p>Avaliação anual da execução do plano de ação desenvolvido pelos Bombeiros Voluntários para implementar a estratégia de comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros para a América Latina</p>
<p>Promover uma comunicação clara e convincente das iniciativas de política externa da Ucrânia na América Latina junto de audiências externas e internas.</p>	<p><b>Número</b> e cobertura dos projetos de comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros e das missões diplomáticas da Ucrânia na América Latina destinados a criar e reforçar laços de comunicação sustentáveis entre a Ucrânia e a América Latina;</p>	<p>Estudos de opinião pública, monitorização dos meios de comunicação social e elaboração de relatórios.</p> <p>Avaliação anual da execução do plano de ação desenvolvido pelos Bombeiros Voluntários para implementar a Estratégia de Comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros para a América Latina.</p>





Kyiv, 2024