



Passaporte
Europeu
para a Democracia

LISTA DE VERIFICAÇÃO DA ICE

Antes de propor a sua ICE para registo, verifique se teve em conta todos os aspetos seguintes:

☐

1. A sua ideia

Trata-se de uma questão de interesse europeu?
É uma das competências da Comissão Europeia?
É uma ideia elegível nos termos do Regulamento ICE?

Dica: vale a pena contactar o [Fórum da Iniciativa de Cidadania Europeia](#) para obter aconselhamento sobre se a sua ICE é da competência da Comissão Europeia. Explore todas as opções possíveis: [apoio por toda a parte!](#)

☐

2. Conhecimentos

Leu as regras aplicáveis às ICE?
Compreendeu todas as etapas administrativas e organizativas do processo?
Tentou consultar outros organizadores de ICE para compreender o que estes requisitos significam na prática?

Dica: até à data foram registadas mais de 100 ICE e as pessoas que nelas colaboraram acumularam uma experiência muito valiosa. Não subestime a importância de aprender com as boas práticas de outros. Complete os seus conhecimentos consultando os documentos oficiais sobre histórias e exemplos reais de campanhas.

☐

3. Objetivo

O seu objetivo é claro?
É realista?

Dica: não esqueça que uma ICE se destina a definir a agenda política. Se o seu objetivo é conseguir uma alteração imediata da legislação, pense em escolher um instrumento diferente.

☐

4. Formulação

É capaz de formular o(s) seu(s) objetivo(s) de forma simples?
Está disposto a lançar a sua campanha nas línguas dos vários Estados Membros?

Dica: a sua campanha deve chegar ao maior número possível de apoiantes, por isso, importa estar preparado para falar na língua desses apoiantes e de uma forma compreensível para todos, o que implica que a mensagem deve ser clara não só para os profissionais mas também para os leigos. Realizar uma campanha pan europeia também implica traduzir a sua mensagem. A Comissão Europeia traduzirá o conteúdo essencial da sua iniciativa, mas a tradução do material de campanha dependerá dos recursos próprios de cada organizador.

☐

5. Calendário

A sua proposta vem na altura certa?
Está em curso trabalho político neste domínio? Em que fase se encontra?

Dica: recorde que os processos legislativos podem demorar anos e envolver muitas consultas antes de serem finalizados. Se a sua proposta requer alterações complexas da legislação da UE ou for apresentada pouco depois da adoção de uma nova proposta, poderá ser melhor recorrer a outros instrumentos para alcançar os seus objetivos.

☐

6. Parceiros

Já tem parceiros motivados (pelo menos 6 outras pessoas para o grupo de organizadores exigido)?
Quem decide e coordena a forma de dirigir a sua campanha? Como comunicarão uns com os outros?

Dica: realizar campanhas paralelas em vários Estados-Membros requer uma excelente capacidade de coordenação e de comunicação entre os parceiros. Pode decidir realizar campanhas locais independentes com base em princípios comuns, ou então ponderar iniciativas transfronteiriças. Algumas ICE optaram por manter um coordenador principal em Bruxelas para assegurar um acesso rápido e fácil às instituições da UE caso sejam agendadas reuniões importantes relacionadas com a sua ICE.



7. Data de lançamento

Ponderou cuidadosamente a sua data de lançamento, tendo em conta que dispõe de um prazo máximo de seis meses a contar do registo da iniciativa para iniciar a campanha de recolha de assinaturas? Já pensou em organizar um evento de lançamento oficial?

Dica: não é fácil atrair a atenção de muitas pessoas ao mesmo tempo. É ainda mais difícil obter o interesse dos meios de comunicação social na sua questão. Organizar um grande evento de lançamento num ou em vários Estados-Membros pode ajudá-lo/a a fazê-lo.



8. Comunicação

Está disposto a apresentar a sua ICE a todos os potenciais apoiantes, mesmo os mais críticos?
Preparou uma lista de organizações/redes/grupos/instituições que poderão estar interessados no assunto?
Criou contas nas redes sociais?
Identificou potenciais parceiros dos meios de comunicação social que estariam interessados no tema?
Pensou numa campanha e numa estratégia para os meios de comunicação social?
Pensou em criar uma identidade visual, incluindo um logótipo para a sua campanha?

Dica: prepare-se para responder a perguntas não só sobre o conteúdo mas também sobre a ICE enquanto instrumento! Consulte as publicações disponíveis sobre a ICE. Utilize o [Passaporte Europeu para a Democracia](#) e o [material disponibilizado pela Comissão Europeia em todas as línguas da UE para explicar a ICE](#). Peça aconselhamento aos peritos do [Fórum da ICE](#) para desenvolver a sua estratégia de comunicação.



9. Gestão

Está disposto a incluir muitos apoiantes ativos (novos parceiros, voluntários, etc.)? Como tenciona comunicar com eles? Como conta organizar o trabalho e coordenar as atividades desses apoiantes? Está disposto a formá-los sobre a ICE em geral e sobre o tema da sua ICE em particular? Como tenciona motivar os seus parceiros se, apesar de todos os seus esforços, só um punhado de pessoas aderir à sua ICE?

Dica: muitas ICE dependem em grande medida do trabalho de voluntários. Não esqueça que esses voluntários precisam de informações claras sobre o que fazer e como comunicar com outras pessoas sobre a ICE. Também precisam de saber como preencher os formulários, para que os apoiantes forneçam todas as informações necessárias e não se perca uma única assinatura! Além disso, muitas ICE anteriores mencionaram o fator motivação. Até à data, só algumas ICE atingiram o limiar de 1 milhão de assinaturas, pelo que é muito importante manter a equipa motivada, especialmente nas alturas em que se obtém poucas assinaturas.



10. Financiamento

Prepare uma lista de despesas verdadeiramente pormenorizada: desde a impressão de milhares de formulários de apoio à compra de bilhetes de avião para os organizadores se reunirem ou apresentarem a sua campanha em conferências pertinentes.

Dica: alguns organizadores angariam fundos junto dos seus apoiantes, ao passo que outros contam com contribuições de grandes organizações. Também há exemplos de organizadores que vendem material promocional com o logótipo da campanha para angariarem fundos. O dinheiro nem sempre é essencial, mas é preciso pensar em encontrar voluntários para ajudar com a tradução, a impressão, as campanhas na rua e a gestão da campanha em linha, entre outras coisas.

Se verificou todos os pontos acima, está pronto/a para enfrentar o desafio de lançar a campanha para a sua ICE!

Mais informações: www.eesc.europa.eu/eci • Registo das ICE: <https://europa.eu/citizens-initiative>