



# AVALIAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA INTERREG V-A ESPANHA-PORTUGAL 2014-2020

## RESUMO

NOVEMBRO 2019

---

RELATÓRIO FINAL DE AVALIAÇÃO  
VERSÃO TRADUZIDA

CONSIDERA

## BREVE RESENHA METODOLÓGICA

No marco programático 2014-2020 da Política de Coesão da União Europeia fortaleceu-se a relevância dos aspetos relativos ao acesso à informação, em base ao princípio de igualdade e optimização das tecnologias da informação e comunicação, a transparência no funcionamento de mecanismos que permitam conhecer mais e melhor o destino da gestão de fundos públicos, assim como a rendição de contas ativa.

A avaliação intermediária da Estratégia de Comunicação do Programa Interreg V-A Espanha-Portugal 2014-2020 procura avaliar o grau de consecução dos objetivos estratégicos, isto é, medir a eficácia do empreendimento das medidas de comunicação e visibilidade (ICV) empreendidas. Para isso se empregarão os seguintes critérios de avaliação:

- Avanço na execução da Estratégia de Comunicação.
- Pertinência da Estratégia de Comunicação com respeito às directrizes assim como avaliar a adequação dos requisitos regulamentares e técnicos.
- Validade e consistência interna da Estratégia de Comunicação, através da verificação da coerência entre os objetivos da Estratégia e as medidas de informação e comunicação implementadas.
- Proporcionalidade, atribuição e adequação dos recursos destinados.
- Integração do princípio de igualdade de oportunidades.

A informação necessária para acometer esta avaliação tem-se obtido a partir das seguintes técnicas de investigação social:

ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA		
Universo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Autoridade de Gestão</li><li>• Secretariado Conjunto</li><li>• Unidades de Coordenação</li></ul>	
Data de realização	Prevista: 24-27 setembro de 2019	
QUESTIONÁRIO		
Universo	BP dos projetos aprovados na 1ª convocação= 134	Beneficiários dos projetos aprovados na 1ª convocação= 370
Tamanho Amostral	105 BP	216 Beneficiários
Questionários	Questionários on-line enviados através do envio de correios eletrônicos do 9 ao 20 de setembro de 2019	

Para a análise da informação, triangulam-se os dados procedentes das diversas técnicas empregadas, para procurar isolar e eliminar a distorção que a investigação qualitativa tem. Utilizaram-se as seguintes ferramentas: Técnicas de análises do discurso e Técnicas estatísticas de análise.

## DESENHO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DO POCTEP 2014-2020

A Estratégia de Comunicação do Programa Interreg V-A Espanha-Portugal 2014-2020 persegue os seguintes objectivos gerais:

- Garantir a transparência dos procedimentos de execução e gestão do Programa.
- Informar à opinião pública sobre o papel que desempenha a União Europeia em colaboração com os Estados membros e as regiões, em favor das intervenções que se desenvolvam no marco do Programa e os seus resultados.
- Obter o maior grau de participação possível e facilitar a informação precisa do conteúdo do Programa e da natureza da contribuição do FEDER, às potenciais entidades beneficiárias e finais, assim como a todos os grupos destinatários.

- Informar às entidades beneficiárias sobre suas responsabilidades relativas às medidas de ICV, assim como da correta utilização das disponibilidades financeiras alocadas.

A tipologia de medidas de ICV estabelecem-se para as diferentes fases de implementação da estratégia de comunicação do POCTEP (lançamento, execução e fechamento), e para todos os destinatários (Estruturas de Gestão, entidades beneficiárias, instituições europeias e outros Programas, interlocutores económicos e sociais, organizações/associações sócio-profissionais e comerciais e ONG, meios de comunicação especializados e público em geral), salvo alguma medida que são para entidades beneficiárias potenciais, e entidades beneficiárias.

### Obrigações de informação, comunicação e visibilidade

As UC consideram que o manual de identidade gráfica INTERREG e o manual de identidade corporativa POCTEP 14/20 recolhe toda a informação necessária de forma adequada para dar cumprimento a estas obrigações regulamentares de ICV, em especial as relativas a a utilização de logos nos sites, redes sociais, carteleria, material promocional, etiquetagem de equipamento, cartaz / placa A3, etc.

Não obstante, ajudaria ao cumprimento destas obrigações a incorporação de um módulo de avaliação de materiais no aplicação Coopera 2020 ou em outra aplicação.

Por sua vez, os beneficiários dos projetos têm obrigações tais como:

- Comunicar ao SC o logotipo do projeto, site, redes sociais, assim como qualquer publicação, divulgação em meios de comunicação ou publicidade relevante do projeto.
- Incluir nos sites dos beneficiários informação do projeto: nome da operação, breve descrição objetivos e resultados, e fazer referência à ajuda financeira da UE/FEDER/POCTEP);
- Levar um registro cronológico de todas as ações de ICV realizadas, com exemplos (fotografias, trípticos, etc.), em formato papel/eletrónico, das mesmas e de todos os materiais produzidos, e evidenciar os elementos de publicidade obrigatórios.
- Incluir informação sobre os resultados das ações de ICV nos relatórios de evolução que acompanharão à cada solicitação de pagamento;
- Os projetos devem ter a informação disponível, pelo menos, num dos idiomas do programa (espanhol e português). Considera-se uma boa prática facilitar informação e conteúdos dos projetos também em inglês sempre que seja possível.

### Recursos para a implementação da estratégia

Para a implementação efetiva da Estratégia de Comunicação do POCTEP, contempla-se combinar diversos instrumentos e canais de comunicação, que devem garantir a acessibilidade à informação de todas as pessoas:

- Tecnologias da informação e comunicação.
- Meios de comunicação social tradicionais e edição de materiais de divulgação.
- Actos e eventos, para garantir o acesso e participação em conformidade com as normas de acessibilidade vigentes.

O principal recurso destinado à implementação da Estratégia de Comunicação por parte do Secretariado Conjunto (SC) é a figura do Responsável de Comunicação, que oferece assessoria às entidades beneficiárias em matéria de informação e comunicação, e resolve dúvidas sobre as obrigações regulamentares de informação e publicidade, e suportes e/ou medidas de comunicação mais adequadas. Para apoiar esta tarefa, tem-se elaborado os seguintes instrumentos:

- Kit de comunicação que consistirá no Manual de Identidade e logotipos do Programa.
- Guia de Ajuda para o cumprimento das normas de informação e comunicação.

O orçamento destinado à estratégia de comunicação continua o critério de proporcionalidade, e avalia a existência de uma correspondência entre as atuações recolhidas em Programa INTERREG V-A Espanha-Portugal 2014-2020 e o montante de fundos europeus destinados a seu co-financiamento, e as ações em matéria de informação e comunicação previstas.

## AVALIAÇÃO DA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

### Avanços na execução das medidas de informação, comunicação e visibilidade

As ações de ICV estão sujeitas a um mecanismo de acompanhamento baseado em indicadores de realização e de resultado.

*Tabela 1. Valores para os indicadores de realização*

INDICADORES DE REALIZAÇÃO	SC POCTEP	INDICADORES DE REALIZAÇÃO	Projetos
N.º de actos de divulgação nos meios de comunicação (notas, dossiers, campanhas, artigos)	104	N.º de projetos que realizam divulgação nos meios de comunicação (notas, dossiers, campanhas, artigos)	110
Publicações realizadas (folhetos, dípticos, trípticos, newsletters, catálogos, guias, vídeos e DVD, estudos ou manuais)	85	N.º de projetos que editam publicações (folhetos, dípticos, trípticos, newsletters, catálogos, guias, estudos ou manuais)	128
N.º de notícias publicadas	405	N.º de projetos que produzem ao menos um vídeo	88
N.º de site, intranet e bases de dados criadas	3	N.º de projetos que criam página site, intranet	162
N.º de redes sociais criadas	4	N.º de projetos que criam ao menos uma rede social	96
N.º de eventos realizados: seminários/foros/jornadas/feiras/exposições/conferências de imprensa	19	N.º de projetos que realizam eventos (seminários, foros, conferências de imprensa, etc)	105
N.º de suportes publicitários produzidos (cartelaria, material promocional, merchandising, entre outros)	15	N.º de projetos que criam produtos publicitários (cartelaria, material promocional, merchandising, etc)	121
N.º de redes (grupos de trabalho) de informação e publicidade estabelecidas	3		

Fonte: Dados da SC.

Destaca a execução alcançada por parte do Secretariado Conjunto do POCTEP no indicadores “N.º de notícias publicadas” e “N.º de actos de divulgação nos meios de comunicação”. Igualmente importante tem sido a implementação e melhoria dos meios on-line que facilitam uma ampla cobertura de população.

Em relação à execução das medidas conforme aos projetos aprovados destacam os indicadores “N.º de projetos que criam sites, intranet” e “N.º de projetos que editam publicações”, assim como as ações para a divulgação nos meios de comunicação. Estas ações contribuem a melhorar a visibilidade dos projetos que se financiam e as ações que se desenvolvem.

Os lucros dessas medidas desenvolvidas, recolhem-se nos indicadores de resultado que registam o alcance das atuações de ICV realizadas pelo Secretariado Conjunto do POCTEP.

Tabela 2. Valores para os indicadores de resultado

INDICADORES DE RESULTADO	SC POCTEP
N.º de participantes nos eventos de promoção e divulgação	2.099
N.º de notícias publicadas (jornais, TV, rádio, entre outros)	105
N.º de publicações distribuídas	85
Média de visitas aos site (mês)	6.785
Média de utilizadores alcançados em Twitter + Facebook (mês)	27.129
N.º de suportes publicitários distribuídos	15
N.º de estudos publicados	0
N.º de participantes na rede de informação e publicidade	83

Fonte: Dados da SC.

Conseguiu-se um elevado número de utilizadores em Twitter e Facebook, assim como numerosas visitas à sites, o que destaca a cada vez maior importância das redes sociais como via de comunicação e divulgação.

A compilação desta informação não está sistematizada, pelo que supõe um grande esforço para sua atualização e análise. Seria recomendável que em alguma aplicação, intranet, se incluisse um módulo de registo, para a SC, UC e beneficiários de projetos, dos indicadores vinculados ao acompanhamento da estratégia de comunicação.

A deteção, análise e transferência de Boas Práticas constitui uma ferramenta relevante para a gestão pública e para o avanço na consecução dos objetivos da Política Comunitária. No POCTEP 2014-2020, identificaram-se 4 boas práticas nos eixos 2 e 3.

Para conseguir um maior conhecimento e divulgação de estas experiências, las UC propõem a elaboração de um manual ou guia de boas práticas que esteja disponível no site do programa, assim como para reforçar a comunicação dos lucros do programa para a cidadania.

### Pertinência da Estratégia de Comunicação

A Estratégia de Comunicação implementada cumpre, em general, com as exigências regulamentares com respeito ao desenho e conteúdo; inclui medidas para fases de desenvolvimento do POCTEP, e um sistema de acompanhamento e avaliação.

Por outro lado, o período de programação 2014-2020, conforme ao artigo 110.1.c) do Regulamento (UE) Nº 1303/2013 e ao decidido no GERIP, os relatórios de execução anuais deverão incorporar um apartado em matéria de informação e comunicação que apresente os avanços na aplicação da Estratégia que inclua a evolução dos indicadores de comunicação, as atuações realizadas pela Autoridade de Gestão, a apresentação de boas práticas de atuações co-financiadas e as possíveis modificações da estratégia.

A inclusão do apartado de ICV nos IAE tem sido desigual e, em general, não facilita o entendimento do avanço da implementação nem o alcance conseguido com as médias. A limitações dos caracteres que se podem usar no modelo de IAE limitam um maior desenvolvimento, pelo que se propõe utilizar anexos para incorporar esta informação.

### Validade e consistência interna da Estratégia de Comunicação.

A estratégia de comunicação implementada tem desenvolvido medidas tendentes a atingir todos os objetivos previstos, e focadas a todos os grupos destinatários da informação. A médio caminho, implementaram-se quase todos os tipos de médias previstas, o que conseguiu uma ampla cobertura e crescimento constante do número de pessoas beneficiárias (pessoas subscritores, assistentes eventos, visitas ao site e redes sociais, etc.), e do número de atuações desenvolvidas (jornadas, publicações, audiovisuais, etc.).

Não obstante, uma limitação para a avaliação, e a medida da eficácia da estratégia, é que não se contemplaram objetivos específicos por grupos destinatários.

Em quando ao primeiro objetivo específico, *Garantir a transparência dos procedimentos de execução e gestão do Programa*, se desenvolveu a medida prevista de publicação e atualização da lista de operações no site do programa. Além disso, a posta a disposição através do site, de toda a documentação relativa à execução e gestão do programa (manuais, formulários, legislação, etc.), e em especial os Relatórios Anuais de Execução, contribui a melhorar a transparência com a que se gerem os fundos do Programa.

Por outra parte, as medidas desenvolvidas têm facilitado a participação no programa de potenciais beneficiários, objetivo específico 3, pois as entidades perguntadas manifestam, maioritariamente, que a informação divulgadas tem permitido a participação nas convocatórias.

Em relação com o objetivo de *Informar às entidades beneficiárias das suas responsabilidades relativas às medidas de ICV, assim como da correta utilização das disponibilidades financeiras alocadas*, conseguiu-se um menor alcance, pois as entidades beneficiárias dos projetos declaram que as ações têm tido um baixo efeito no conhecimento do regulamento, e por tanto nas suas obrigações de ICV.

Não obstante, realizou-se um intenso trabalho de informação e apoio para o cumprimento dos requisitos regulamentares: jornadas, manuais, audiovisuais, etc., além do apoio da SC e UC, e as atividades tendentes ao controle do cumprimento das obrigações de ICV :

O seguinte aspeto no que também não se tem conseguido um alto impacto, são o melhorar o conhecimento da cidadania sobre o POCTEP, apesar do esforço e o número de ações desenvolvidas, e a sensibilização do ambiente e uso eficiente dos recursos, que é um dos princípios horizontais do programa.

Estes resultados aconselham reforçar os esforços das ações de ICV não só em divulgar e informar das obrigações regulamentares, mas também dos efeitos do Programa e a importância das políticas desenvolvidas pela UE.

### Proporcionalidade, atribuição e adequação dos recursos destinados

Considera-se que o orçamento alocado, 3.874.730,88 €, como a dotação de meios é proporcional.

- O custo destinado supõe o 15% do orçamento da AT
- As UC e SC consideram que tanto os recursos humanos como técnicos destinados ao desenvolvimento da estratégia de comunicação tem sido os adequados.

### Integração do princípio de igualdade de oportunidades.

Outro aspeto chave da estratégia de comunicação é a integração da perspetiva de género, a estratégia de comunicação alude ao Regulamento UE Nº 1303/2013 e, mais concretamente, ao cumprimento do artigo 7 sobre a promoção da igualdade entre homens e mulheres e não discriminação, como elemento principal para o Programa de Cooperação Interreg V-A Espanha – Portugal (POCTEP).

Neste sentido, verifica-se o uso de uma linguagem não sexista, mas não outro tipo de ações que tenham em conta a diferença entre mulheres e homens em relação ao acesso e uso da informação.



## RECOMENDAÇÕES

Em relação às recomendações realizadas na avaliação intermediária do período 2013-2017, consideram-se, continuam a ser aplicáveis à estratégia 2014-2020 a seguinte:

R5: Estabelecer mecanismos para o acompanhamento e a avaliação do impacto do PC, de forma prioritária, sobre o conjunto da população. Um exemplo disso poderia ser a inclusão no Site do PO de um questionário de conhecimentos e satisfação da informação.

As seguintes recomendações propõem-se, avaliadas conforme os seguintes critérios:

Recomendação	Viabilidade	Prioridade	Impacto esperado
<b>R.1. Reforçar as medidas para informar às entidades beneficiárias sobre suas responsabilidades relativas às medidas de ICV.</b>	Alta	Alta	Alto
<b>R.2. Avançar no desenvolvimento do sistema de indicadores para o acompanhamento e avaliação</b>	Alta	Alta	Médio
<b>R.3. Avançar nos aspetos menos desenvolvidos no desenho da Estratégia de Comunicação.</b>	Alta	Média	Médio
<b>R.5. Incrementar as ações tendentes à divulgação dos lucros e resultados do Programa</b>	Alta	Alta	Alto
<b>R.6. Melhorar a informação sobre ICV dos IAE</b>	Alta	Médio	Alto