

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

**A COMUNICAÇÃO REALIZADA PELO PROGRAMA OPERACIONAL CAPITAL
HUMANO TEM RELEVÂNCIA PARA OS MEDIA?**

Tiago Manuel Gama Martins Lucas dos Santos

Trabalho de Projeto submetido como requisito parcial para obtenção do
grau de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso
Professor Catedrático, ISCTE-IUL

Coorientador:

Mestre Miguel Ângelo de Sousa Crespo,
Investigador Assistente, CIES
Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2018

Agradecimentos

À Joana e à Madalena pelo amor e por todos os dias me fazerem querer ser melhor pessoa.

Aos meus pais, irmãos e avós porque crescemos juntos.

Ao meu tio Nuno e ao meu Tio Zé, espero que estejam orgulhosos.

Ao professor Miguel Crespo pela orientação e pela inspiração sabedora.

À Ana Garrido por todo o apoio no trabalho diário.

Aos colegas de turma da Pós-Graduação em Jornalismo em Língua Portuguesa, fomos os primeiros.

A todos os professores do ISCTE que me fizeram crescer em termos de qualificações.

Resumo

O objetivo deste trabalho de projeto é diagnosticar se a comunicação produzida pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH), no âmbito do Portugal 2020, tem relevância para os media.

O método utilizado foi uma análise quantitativa realizada através de um inquérito *online* a 98 jornalistas e uma análise qualitativa através de duas entrevistas semiestruturadas a dois editores de jornais portugueses: Jornal de Notícias e jornal ECO – Economia Online.

Os resultados demonstram que todos os 98 jornalistas que responderam ao inquérito dizem conhecer a marca Portugal 2020 e 90 afirmam conhecer o PO CH. Da amostra resulta também que 88 dos profissionais de comunicação social reconhecem que o tema dos Fundos Europeus necessita de uma formação prévia. Nas entrevistas semiestruturadas efetuadas, ambos os editores alertam para a necessidade de simplificação dos termos técnicos e jargões utilizados na comunicação dos Fundos Europeus. No entanto, e em contraciclo dessa perceção, 89 % dos jornalistas que dizem conhecer a marca PO CH considera que a informação/comunicação efetuada pelo Programa no seu portal e nas redes sociais ajuda sempre, ou contribui em determinadas matérias, para a elaboração de conteúdos jornalísticos.

Conclui-se, pois, que o PO CH é o Programa com maior índice de notoriedade do Portugal 2020. A questão à qual este trabalho procura responder tem resultados claros e esclarecedores: 80 dos 90 jornalistas que dizem conhecer a marca PO CH consideram que a comunicação realizada pelo Programa é positiva ou muito positiva, números que representam uma aceitação considerável relativamente ao trabalho desenvolvido. 94% dos que responderam ao inquérito participariam num workshop organizado pelo PO CH sobre os Fundos Europeus.

Palavras-chave: Fundos Europeus, Comunicação Social, Programa Operacional Capital Humano, Interesse Jornalístico.

Abstract

The purpose of this project work is to diagnose if the communication produced by the Human Capital Operational Program (HCOP), within the scope of Portugal 2020, has relevance for the media.

The method used was a quantitative analysis conducted through an online survey of 98 journalists and a qualitative analysis through two semi - structured interviews to two Portuguese newspaper editors: Jornal de Notícias and ECO - Economia Online newspaper.

The results show that the 98 journalists who responded to the survey say they know the Portugal 2020 brand and 88 declare they know the HCOP. The sample also shows that 88 media professionals say that the theme of the European Funds needs prior training. In the semi-structured interviews carried out, both editors point out the need to simplify the technical terms and jargon used in the communication of the European Funds. However, 89% of journalists who claim to know the HCOP brand believe that the information / communication carried out by the Program on its portal and on social networks always helps, or helps in certain matters, the elaboration of journalistic content.

It is concluded, therefore, that PO CH is the Program with the highest level of notoriety of Portugal 2020. The question to which this paper seeks to answer has clear and illuminating results: 80 of the 90 journalists who say they know the mark HCOP consider that the communication carried out by the Program is positive or very positive, numbers that represent a considerable acceptance regarding the work developed. 94% of those responding to the survey would participate in a workshop organized by the HCOP on the European Funds.

Keywords: European Funds, Media, Human Capital Operational Programme, Journalistic Interest.

Índice

Resumo.....	3
Abstract	4
Índice.....	5
Índice de figuras.....	6
Índice de tabelas.....	7
Glossário de Siglas.....	8
Introdução: questão de partida, objetivos e pesquisa	9
Capítulo I: Enquadramento Teórico.....	11
1.1. Tratado de Roma a CEE e a União Europeia.....	11
1.2. Fundo Social Europeu (FSE).....	12
1.3. Portugal 2020.....	14
1.4. Programa Operacional Capital Humano (PO CH).....	16
Capítulo II: Fundos Europeus - A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?	17
2.1. Metodologia	Erro! Marcador não definido.
2.2. Metodologia escolhida	20
2.3. Fragilidades e soluções.....	23
Capítulo III: Análise e discussão dos resultados.....	24
Capítulo IV: Considerações finais.....	35
4.1. Propostas para o futuro 2020-2030	37
Bibliografia	39
Fontes	40
Anexo I - Método de recolha de informação.....	41
Anexo II – Índice de Figuras.....	45

Índice de figuras

Distribuição dos respondentes por Grupo Etário e Género.....	46
Figura I - Conhece a marca Portugal 2020?.....	46
Figura II - Qual destes Programas Operacionais conhece?.....	46
Figura III - Tem ou já teve contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus?.....	46
Figura IV - Já produziu conteúdos jornalísticos sobre o tema dos Fundos Europeus?.....	47
Figura V - Enquanto jornalista considera fácil o contacto com os dirigentes máximos dos Fundos Europeus em Portugal para a obtenção de informação?.....	47
Figura VI - Já teve contacto profissional com algum responsável de Comunicação dos Programas Operacionais do Portugal 2020?.....	47
Figura VII - Se sim, qual Programa?.....	47
Figura VIII - A Comunicação produzida sobre os Fundos Europeus por parte dos Programas Operacionais serve como fonte de informação?.....	48
Figura IX - Considera que o tema dos Fundos Europeus necessita de uma formação prévia?...48	
Figura X - Facilitaria que os conteúdos disponibilizados nos portais dos Programas Operacionais do Portugal 2020 fossem construídos em linguagem e formato jornalístico? (ex: Título informativo, lead, fotos...).....	48
Figura XI - Conhece a Marca PO CH – Programa Operacional Capital Humano?.....	48
Figura XII - Tem ou já teve contacto com a temática dos Fundos Europeus que apoiam a Educação/Formação?.....	49
Figura XIII - Classifique os Fundos Europeus para a Educação/Formação enquanto tema com interesse jornalístico.....	49
Figura XIV - Já teve contacto profissional com algum elemento do Gabinete de Comunicação do PO CH?	49
Figura XV - Já visitou o portal e as redes Sociais do PO CH? (em nº de inquiridos)	50
Figura XVI - Considera que a informação divulgada pelo PO CH ajuda na elaboração de conteúdos jornalísticos?.....	50
Figura XVII - O tema dos Fundos Europeus na área da Educação/Formação deve ter mais espaço na agenda mediática?.....	50
Figura XVIII - Sobre os constrangimentos que encontra a nível profissional sobre o tema dos Fundos Europeus, qual ou quais lhe parecem mais difíceis de ultrapassar?.....	51
Figura XIX - Participaria num Workshop organizado pelos responsáveis de Comunicação do PO CH?.....	51

Índice de tabelas

Tabela I Elegibilidade dos Fundos Estruturais (FSE) para 2014-2020.....	14
Tabela II - Em que secção/área trabalha no jornal/rádio/televisão?.....	51

Glossário de Siglas

BEI - Banco Europeu de Investimento

CEE – Comunidade Económica Europeia

FEADER - Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

FEAMP - Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas

FEEI – Fundos Europeus Estruturais e de Investimento

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FSE – Fundo Social Europeu

JN – Jornal de Notícias

ONG – Organização Não Governamental

PIB – Produto Interno Bruto

PO – Programa Operacional

POAT – Programa Operacional de Assistência Técnica

POCH – Programa Operacional Capital Humano

POISE – Programa Operacional Inclusão Social e Emprego

POR – Programa Operacional Regional

POSEUR - Programa Operacional Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos

QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional

UE – União Europeia

Introdução: questão de partida, objetivos e pesquisa

O papel dos apoios dos Fundos Europeus em Portugal nas últimas décadas tem sido fundamental para o desenvolvimento do país. Há, no entanto, um défice de perceção por parte da população em geral sobre a importância desses apoios, em que áreas esse investimento é ou foi realizado, onde e como os fundos europeus mudaram a vida quotidiana de milhões de pessoas. No anterior período de programação, designado por QREN (2007-2014), o “Estudo de Opinião sobre a Comunicação do QREN¹” concluiu que a complexidade inerente ao tema e um inexistente cultivo de vínculos/relações entre as entidades gestoras dos fundos europeus e os Jornalistas, não permitiu uma comunicação eficaz do papel dos apoios europeus, gerando, em muitos dos casos, uma informação demasiado complexa para o público em geral. Outro dos problemas identificados pelo referido estudo prendia-se com a incapacidade dos Programas Operacionais que gerem os Fundos Europeus de promoverem conteúdos apelativos e com interesse noticioso, bem como a prevalência de fontes políticas e ausência de contactos diretos entre esses Programas Operacionais e os Jornalistas, dificultando a proliferação de notícias, o que conduziu a um baixo índice de notoriedade dos Programas Operacionais. Assim, a título de conclusão, sugere o estudo que no Portugal 2020 o enfoque da comunicação incida na “produção de conteúdos mais noticiáveis que privilegiem resultados [micro ou macro], contrariando a propensão natural da comunicação social para notícias com ângulo crítico e aproveitar o clima favorável a histórias positivas com difusão em multiplataformas com áudio e vídeo. Uma aproximação à vocação transdisciplinar dos Órgãos de Comunicação Social com interlocutores com competências técnicas que permitam o esclarecimento de dúvidas”, também é outra das sugestões (Estudo de Opinião sobre a Comunicação do QREN, 2013).

Partindo deste paradigma, a comunicação do Portugal 2020, e em particular do Programa Operacional Capital Humano (PO CH), deve ser fator de estudo pela importância dos apoios concedidos no âmbito do sistema de educação/formação em Portugal e pela necessidade de se perceber se a população residente no país tem conhecimento do impacto real que os mesmos têm na sua vida, quer a nível pessoal, quer em termos de sociedade. Desta forma, este trabalho de projeto pretende responder à seguinte questão:

¹ Estudo de Opinião sobre a Comunicação do QREN, 2013

“A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?”

Sendo a comunicação social o veículo informativo de excelência no nosso país, este trabalho procura perceber de que forma os Jornalistas têm interesse no tema “Fundos Europeus”, com especial ênfase nos que apoiam a Educação/Formação e que são geridos pelo PO CH a nível nacional e no âmbito temático do Capital Humano. Assim, este estudo encerra um conjunto de questões que derivam da questão principal e que pretendem compreender se o tema Educação/Formação é relevante em termos de agenda mediática, se a informação sobre os Fundos Europeus nesse domínio é de fácil acesso, se a linguagem utilizada é perceptível mesmo para quem não domina o tema ou se, por outro lado, o interesse dos media sobre estes temas é residual e “apenas sujeito a interesse quando existe algo negativo para noticiar”. (Ponte, 2005:172)

A pesquisa deste trabalho baseou-se no método quantitativo resultante de um questionário *online* dirigido a jornalistas, procurando perceber a pouca adesão da Comunicação Social, nacional e regional, ao tema dos Fundos Europeus no âmbito da Educação/Formação. A escolha dos inquéritos *online* teve em conta a particularidade do tema e o facto da amostra da recolha ser pouco alargada, visando apenas uma classe profissional com características muito específicas. Assim, a escolha deste método e a sua construção pretendeu contabilizar resultados objetivos, assentes em questões fechadas e/ou escolhas múltiplas (Bryman, 2004: 67). Em complemento, a operacionalização de duas entrevistas com perguntas ordenadas, mas onde o entrevistado teve a liberdade de expor todas as suas opiniões sem constrangimentos, foi o método qualitativo usado em complementaridade ao método quantitativo, com o objetivo de perceber de que forma responsáveis pela agenda mediática dos órgãos de comunicação social encaram o tema dos Fundos Europeus para a Educação/Formação e como percecionam a sua importância no contexto social.

Capítulo I: Enquadramento Teórico

1.1. Tratado de Roma a CEE e a União Europeia

O Tratado de Roma² instituiu, em 1957, a Comunidade Económica Europeia (CEE) que reuniu seis países - Alemanha, Bélgica, França, Itália, Luxemburgo e Países Baixos - tendo por objetivo trabalhar no sentido de pôr termo às frequentes guerras sangrentas entre países vizinhos, que culminaram na Segunda Guerra Mundial. Assinado em 25 de março de 1957, o Tratado entrou em vigor a 1 de janeiro de 1958 e criou um mercado comum assente na livre circulação de mercadorias, pessoas, serviços e capitais. Os objetivos da CEE e do mercado comum passavam por transformar as condições económicas das trocas comerciais e da produção no território dos seus seis membros e constituir um passo para uma unificação política mais alargada da Europa. Os países signatários aceitaram harmonizar gradualmente as suas políticas económicas, numa união aduaneira que eliminou os limites máximos das importações e os direitos aduaneiros entre os seis países, deixando a política comercial de ser gerida a nível nacional, passando a ser implementada ao nível da CEE e, por último, em políticas comuns, como a política agrícola comum, a política comercial comum e política dos transportes, unindo desta forma recursos para preservar e reforçar a paz e a liberdade.

Em 1986 Portugal torna-se o 12º Estado-Membro da CEE. Em 1987 é assinado o Ato Único Europeu, um Tratado que prevê um vasto programa para seis anos destinado a eliminar entraves que se opõem ao livre fluxo de comércio, criando assim o «Mercado Único».

A partir de 1 de janeiro de 1999 o euro passa a ser utilizado para fins contabilísticos e pagamentos sem utilização de numerário. Três anos depois, a 1 de Janeiro de 2002, foram introduzidas as notas e moedas de euro. As divisões políticas entre a Europa Ocidental e a Europa Oriental são finalmente sanadas quando dez novos países aderem à União Europeia em 2004, seguidos pela Bulgária e a Roménia em 2007. A economia mundial é abalada por uma crise financeira em setembro de 2008. O Tratado de Lisboa é ratificado por todos os países da UE antes de entrar em vigor em 2009, dotando a UE de instituições modernas e de métodos de trabalho mais eficientes.

² Portal EUR-Lex consultado em Agosto de 2018
<https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=pt>

Em 2012, a União Europeia recebe o Prémio Nobel da Paz. Em 2013, a Croácia torna-se o 28.º Estado-Membro da UE.

1.2. Fundo Social Europeu (FSE)

O Fundo Social Europeu (FSE³) foi criado pelo Tratado de Roma em 1957 e é o mais antigo dos Fundos Estruturais. O FSE é o principal instrumento europeu de promoção do emprego e da inclusão social procurando garantir oportunidades de emprego para todos os cidadãos da União Europeia (UE). O Fundo funciona, sobretudo, na promoção e investimento na melhoria das qualificações do capital humano - os seus trabalhadores, os seus jovens e adultos. Os 10 mil milhões de euros de financiamento anual do FSE procuram melhorar as perspetivas de emprego para milhões de europeus, em particular dos desempregados de longa duração.

O FSE financia dezenas de milhares de projetos locais, regionais e nacionais associados ao emprego em toda a Europa: desde pequenos projetos geridos por associações de bairro com vista a ajudar pessoas com deficiência a encontrarem emprego adequado, até projetos nacionais que promovem a formação profissional de toda a população. A natureza, a dimensão e os objetivos dos projetos financiados pelo FSE são muito diversos e respondem a uma ampla variedade de grupos-alvo. Há projetos destinados a sistemas educativos, professores e alunos, a jovens, jovens adultos e adultos à procura de emprego, bem como a potenciais empreendedores de todas as proveniências. As pessoas são o cerne do FSE.

O funcionamento do Fundo Social Europeu é estabelecido por cada Estado-Membro, em parceria com a Comissão Europeia, que, em conjunto, selecionam um ou vários Programas Operacionais para serem financiados pelo FSE durante os sete anos de cada período de programação. O funcionamento do FSE guia-se pelo princípio basilar de que o financiamento é sempre acompanhado de um investimento público ou privado de cada Estado Membro. As taxas de cofinanciamento variam entre 50 % e 85 % (95 % em casos excecionais) do custo total do projeto, dependendo da riqueza relativa da região e a gestão partilhada que permite que as responsabilidades sejam assumidas no nível adequado.

³ Portal do Fundo Social Europeu consultado em Maio de 2018
<http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=35&langId=pt>

O nível de financiamento do FSE e o tipo de projetos financiados diferem de região para região, dependendo da sua riqueza relativa. As regiões da UE dividem-se em três categorias de financiamento, com base no respetivo PIB *per capita* comparado com a média da UE: Regiões menos desenvolvidas; Regiões em transição; Regiões mais desenvolvidas.

O financiamento do FSE vem do orçamento da União Europeia e é acompanhado pelos contributos nacionais. O FSE representa mais de 10 % do orçamento total da UE. No período 2014-2020, o orçamento do FSE ascende aos 80,3 mil milhões de euros, ou seja, mais de 10 mil milhões € por ano.

No atual período de programação (2014 a 2020), o FSE continua a ser o principal instrumento de investimento da UE em capital humano. Através da educação e da formação investe-se na promoção de uma força laboral europeia competitiva, alavancando esforços para combater a pobreza e a exclusão social entre os grupos vulneráveis, as pessoas com menos competências, minorias étnicas, os idosos, os pais solteiros ou os migrantes.

Em Portugal, é a Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P. que tem a missão de gerir o FSE que apoia atualmente alguns eixos dos Programas Operacionais. Cada um destes Programas cofinancia projetos e ações alinhados com as suas prioridades. As prioridades definidas são concretizadas através de tipologias de intervenção, distribuídas por eixos, em cada PO.

Os programas operacionais cofinanciados pelo FSE são:

- ✓ Programa Operacional Capital Humano (POCH)
- ✓ Programa Operacional Inclusão Social e Emprego (POISE)
- ✓ Programa Operacional da Região Norte (Norte 2020)
- ✓ Programa Operacional da Região Centro (Centro 2020)
- ✓ Programa Operacional da Região de Lisboa (Lisboa 2020)
- ✓ Programa Operacional da Região do Alentejo (Alentejo 2020)
- ✓ Programa Operacional da Região do Algarve (Algarve 2020)
- ✓ Programa Operacional da Região Autónoma da Madeira (Madeira 14-20)
- ✓ Programa Operacional da Região Autónoma dos Açores (Açores 2020)
- ✓ Programa Operacional de Assistência Técnica (POAT 2020)

O nível de financiamento do FSE e o tipo de projetos financiados diferem de região para região, dependendo da sua riqueza relativa. As regiões da UE dividem-se em três categorias de financiamento, com base no respetivo PIB *per capita* comparado com a média da UE com 27 Estados-Membros.

Elegibilidade dos Fundos Estruturais (FSE) para 2014-2020

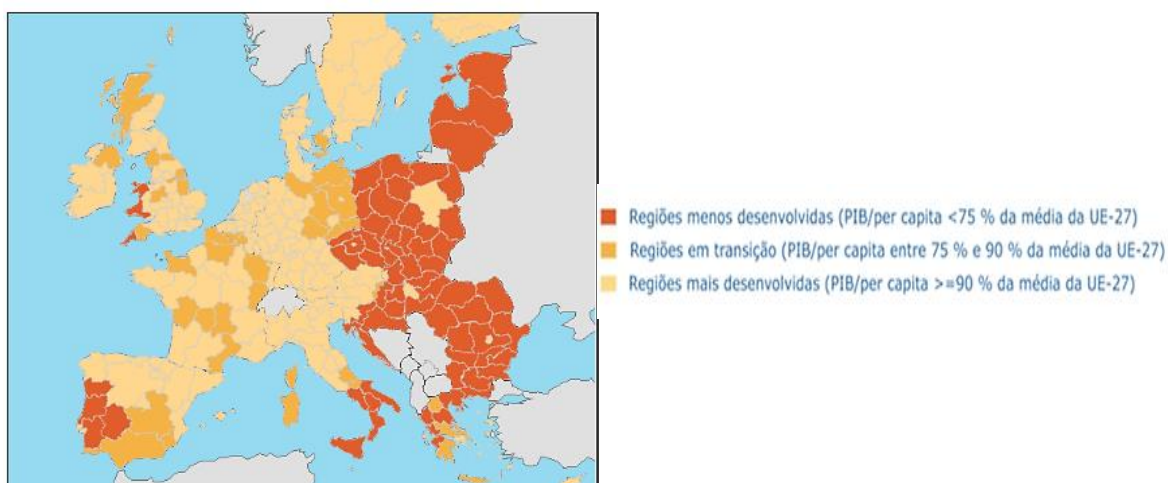


Figura I: Regiões elegíveis para Fundos Estruturais (fonte: portal FSE)

1.3. Portugal 2020

O Portugal 2020⁴ é um Acordo de Parceria adotado entre Portugal e a Comissão Europeia para a intervenção de cinco Fundos Europeus Estruturais e de Investimento - FEDER, Fundo de Coesão, FSE, FEADER e FEAMP – e onde estão definidos os princípios que consagram a política de desenvolvimento económico, social e territorial a promover em Portugal entre 2014 e 2020. Estes princípios estão alinhados com o Crescimento Inteligente, Sustentável e Inclusivo, prosseguindo a Estratégia Europa 2020.

Portugal vai receber, até 2020, 25 mil milhões de euros e, para tal, definiu diferentes objetivos temáticos com vista ao crescimento económico e à criação de emprego. Estes objetivos passam por financiamento de políticas públicas para o cumprimento da escolaridade obrigatória até aos 18 anos, para a redução dos níveis de abandono escolar precoce e para a integração das pessoas em risco de pobreza e combate à exclusão social. A produção de bens e serviços transacionáveis e o incremento das exportações, bem como apoios para a transferência de resultados do sistema científico para o tecido produtivo,

⁴ Portal do Portugal 2020 consultado em Junho de 2018

são outras das iniciativas inscritas no Portugal 2020, às quais acrescem temas como a promoção do desenvolvimento sustentável, numa ótica de eficiência no uso dos recursos, o reforço da coesão territorial, particularmente nas cidades e em zonas de baixa densidade, a racionalização, modernização e capacitação da Administração Pública, são outros objetivos das políticas do Portugal 2020.

Os objetivos temáticos da programação e implementação do Portugal 2020 organizam-se em quatro domínios: Competitividade e Internacionalização, Capital Humano, Inclusão Social e Emprego e Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos.

Em termos de elegibilidades para os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, as sete regiões de Portugal dividem-se em três escalões de desenvolvimento, resultando numa diferenciação dos apoios a conceder. Em Portugal as regiões menos desenvolvidas - com um PIB *per capita* < 75% face à média da União Europeia – são a região Norte, região Centro, Alentejo e Região Autónoma dos Açores. A região do Algarve situa-se num regime de transição com um PIB *per capita* entre 75% e 90% da média da União Europeia.

Lisboa e Madeira, são regiões mais desenvolvidas com um PIB *per capita* > 90% da média da União Europeia.

O Portugal 2020 é operacionalizado através de 16 Programas Operacionais aos quais acrescem os Programas de Cooperação Territorial onde Portugal participará a par com outros Estados membros. O Compete 2020, PO CH, POISE e POSEUR, Programas Operacionais Temáticos de âmbito nacional financiam os domínios já referidos da Competitividade e Internacionalização, Capital Humano, Inclusão Social e Emprego e Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos. Existem cinco Programas Operacionais Regionais no Continente, Norte 2020, Centro 2020, Lisboa 2020, Alentejo 2020 e Algarve 2020, estes apoiados por diversos Fundos e que financiam diversos domínios a nível regional. Nas Regionais nas Regiões Autónomas funcionam dois Programas, Açores 2020 e Madeira 14-20, ambos financiados pelo FEDER e FSE. A estes juntam-se três Programas de Desenvolvimento Rural, PDR 2020, Prorural + e Proderam 2020. O Mar 2020 é o Programa para o Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas e o POAT 2020 é o Programa Operacional de Assistência Técnica. Existem, por último, Programas Operacionais de Cooperação Territorial Europeia entre Espanha-

Portugal, Madeira-Açores-Canárias, Espaço Atlântico, Sudoeste Europeu, Mediterrâneo, Espon, Urbact, Interact e Interreg. (Portal do Portugal 2020, 2018)

1.4 Programa Operacional Capital Humano (PO CH)

O Programa Operacional Capital Humano (PO CH)⁵, aprovado pela decisão da Comissão Europeia de 12 de Dezembro de 2014, pretende contribuir para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo e para a coesão económica, social e territorial. O cumprimento das metas da Europa 2020 assenta em cinco grande objetivos:

- A promoção do sucesso e a redução do abandono escolar (ESL)
- A melhoria da empregabilidade, através do ajustamento das ofertas com as necessidades do mercado de trabalho
- O aumento da atratividade e do número de diplomados do ensino superior
- A melhoria das qualificações da população adulta
- A promoção da qualidade e da regulação do sistema de educação e formação

Para tal, o PO CH tem cinco eixos de apoio com uma dotação financeira disponível de acordo com a prioridade de investimento:

Eixo 1 – Promoção do sucesso educativo e do combate ao abandono escolar

Os apoios para os jovens englobam diversos percursos de nível básico e secundário de educação, caracterizados pela sua componente prática em sala e em contexto de trabalho. Com uma forte ligação ao tecido empresarial, possibilitam aos formandos adquirir os conhecimentos necessários para uma carreira profissional especializada, sem prejuízo de poderem igualmente prosseguir estudos, nomeadamente no Ensino Superior.

Eixo 2 – Reforço do ensino superior e da formação avançada

Os apoios para o ensino Superior e Formação Avançada visam aumentar a proporção da população com o ensino superior ou equivalente, através de uma formação com uma componente geral e científica, uma componente de formação técnica e uma componente de formação em contexto de trabalho, no quadro dos Cursos Técnicos Superiores

⁵ Portal do PO CH consultado em Março de 2018
<https://www.poch.portugal2020.pt/pt-pt/Paginas/default.aspx>

Profissionais (TeSP), do financiamento de bolsas de estudo no ensino superior, bem como de doutoramento e pós doutoramento. Engloba ainda a formação pedagógica de docentes do ensino superior.

Eixo 3 – Aprendizagem, qualificação ao longo da vida

Os apoios para a Aprendizagem ao Longo da Vida pretendem aumentar a qualificação ao longo da vida, promovendo melhores condições de empregabilidade, concentrando assim a sua prioridade de intervenção junto dos segmentos dos jovens e adultos sem ensino secundário completo e/ou sem qualificação profissional.

Eixo 4 – Qualidade e inovação do sistema de educação e formação

Os apoios para a Qualidade e Inovação do sistema de educação e formação têm como objetivo a melhoria da qualidade pedagógica através de novos conteúdos decorrentes de novas exigências e necessidades, das quais decorrem medidas orientadas para a atualização da formação dos atores do sistema e a implementação de mecanismos regionais de ajustamento de ofertas formativas orientadas às necessidades dos territórios e o reforço da orientação para os percursos educativos adequados ao perfil e vocação de cada aluno. (Portal do POCH, 2018)

Capítulo II: Fundos Europeus - A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?

2.1. Metodologia

“Os problemas decorrentes das perguntas são suscetíveis de solução por recurso aos instrumentos que as ciências vão também construindo. Trata-se de conceitos e relações entre conceitos constitutivos da teoria, dos caminhos críticos da pesquisa a que chamamos método e, ainda, das técnicas de recolha e tratamento da informação que alimentam todo o processo de produção de conhecimento.” (Almeida, 2007: 13)

A comunicação do valor acrescentado do Portugal 2020 e, em particular, do Programa Operacional Capital Humano (PO CH), tem e deve ser fator de estudo pela importância dos apoios concedidos, e pela necessidade de se perceber se a população residente em

Portugal tem conhecimento do impacto real que os mesmos têm na sua vida, quer a nível pessoal, quer em termos de sociedade. Assim, e sendo a comunicação social o veículo informativo de excelência no nosso país, este trabalho procurará perceber de que forma os Jornalistas têm interesse no tema “Fundos Europeus”, com especial ênfase nos Fundos Europeus que apoiam a Educação/Formação e que são geridos pelo PO CH. Este é o objeto deste estudo.

O Portugal 2020 é o Acordo de Parceria adotado entre Portugal e a Comissão Europeia que reúne a atuação dos cinco Fundos Europeus Estruturais e de Investimento - FEDER, Fundo de Coesão, FSE, FEADER e FEAMP - no qual se definem os princípios de programação que consagram a política de desenvolvimento económico, social e territorial a promover, em Portugal, entre 2014 e 2020 (Portal do Portugal 2020⁶).

Portugal receberá 25 mil milhões de euros (MM€) até 2020, e aquando da negociação entre a Comissão Europeia e o Governo de Portugal foram definidos os Objetivos Temáticos para aumentar a qualificação das pessoas residentes em Portugal, para estimular o crescimento e a criação de Emprego e outras intervenções necessárias para os concretizar e as realizações e os resultados esperados com estes financiamentos. (Portal do Portugal 2020⁶)

O Portugal 2020 é operacionalizado através de 16 Programas Operacionais a que acrescem os Programas de Cooperação Territorial nos quais Portugal participa a par com outros Estados membros. Partindo deste desenho, uma das primeiras preocupações dos responsáveis do Portugal 2020 passa por reduzir o défice de proximidade entre os cidadãos e a União Europeia com foco no modelo comunicacional do Portugal 2020 e dos Programas Operacionais que o constituem, rompendo com práticas centradas em linguagem pouco acessível e tornando-se indutor de uma maior transparência e credibilidade junto do público em geral.

Integrado no Portugal 2020, o Programa Operacional Capital Humano (PO CH) foi aprovado pela decisão da Comissão Europeia, de 12 de Dezembro de 2014, e visa contribuir para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo e para a coesão

⁶ Consultado em janeiro de 2018
<https://www.portugal2020.pt/Portal2020>

económica, social e territorial. Portugal tem realizado um enorme esforço no sentido de melhorar os resultados e aumentar a qualidade e a eficiência do seu sistema educativo e de formação, o que tem permitido acelerar a convergência com a média europeia (Portal do PO CH⁶).

No caso específico do Programa Operacional Capital Humano, responsável pela aplicação dos Fundos Europeus disponíveis para apoio de políticas públicas no domínio da Educação para o período 2014-2020, a necessidade de tornar o tema educação/formação mais interessante e mediático urge da pouca visibilidade que os apoios concedidos e os seus resultados têm junto dos jornalistas e do público em geral. (Estratégia de Comunicação do PO CH, 2015).

Esta abordagem tem como alicerce as conclusões e recomendações da Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 2007 – 2013, atendendo a que o PO CH dá continuidade ao financiamento de uma grande parte das intervenções cofinanciadas pelo Programa Operacional Potencial Humano (POPH) no anterior período de programação dos Fundos Europeus, 2007-2014.

Nessa avaliação, verificou-se que “o POPH apresentava um nível de notoriedade elevado (76%). Dessa avaliação resulta ainda que alguns dos inquiridos consideraram que a informação disponibilizada pelo POPH “era demasiado técnica e reconhecerem a existência de pouca divulgação junto do público em geral”. A avaliação concluiu também que “a transmissão de informações sobre o Programa e sobre os efeitos reais na vida dos indivíduos não foi eficaz” e que devia ter sido a base comunicacional do Programa (Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 2007 – 2013, 2012: 6).

No referido documento conclui-se também que a comunicação em redor dos resultados dos apoios concedidos “deveria ter sido realizada através dos meios de comunicação social, com o recurso, se necessário, a assessoria mediática, uma vez que o público em geral/público específico (Jornalistas) são aqueles que apresentavam menor conhecimento sobre o POPH”. Por esse motivo, recomendava a avaliação que fosse criado um Word-Of-Mouth (WOM positivo) junto da sociedade em geral, e uma presença mais massiva nos meios de comunicação, jornais, imprensa, rádio e televisão. (Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 2007 – 2013, 2012: 10)

Resultante destes resultados, a aposta realizada no PO CH em termos de comunicação levou a que no portal do Programa todas as informações sejam produzidas em formato de notícia, procurando assim divulgar a informação com uma linguagem simples e de fácil apreensão para todos os interessados e, sobretudo, tentando fornecer aos Jornalistas uma ferramenta mais adequada que permita uma divulgação da informação mais célere, mesmo para quem não é especializado na temática dos Fundos Europeus. Na mesma linha, a aposta do PO CH em redes sociais⁷, como o *Twitter* – muito utilizada por profissionais da Comunicação Social -, *Facebook*, *Linkedin* e um canal próprio no *Youtube*, demonstra um forte empenho em promover uma maior proximidade com todos os beneficiários diretos do Programa, mas também com o público em geral.

Não obstante, e uma vez que no atual período de Programação Portugal 2020 ainda não foi realizada qualquer avaliação à Estratégia de Comunicação do PO CH, impossibilitando aferir resultados sobre a forma como o público-alvo dos Jornalistas interpreta e usa a informação disponibilizada pelo Programa Operacional, este trabalho assenta numa questão central:

A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?

Assim, o objetivo deste estudo encerra um conjunto de questões que derivam da pergunta de partida e que pretendem compreender se o tema Educação/Formação é relevante em termos de agenda mediática, se a informação sobre os Fundos Europeus nesse domínio é de fácil acesso, se a linguagem utilizada é perceptível mesmo para quem não domina o tema ou se, por outro lado, o interesse dos media sobre estes temas é residual e “apenas sujeito a interesse quando existe algo negativo para noticiar”. (Ponte, 2005:172)

2.2. Metodologia escolhida

“Na maioria dos casos considera-se que um processo de inquirição deve começar por uma fase qualitativa sobre forma de um conjunto de entrevistas não diretas ou

⁷ Facebook: <https://www.facebook.com/pocapitalhumano/>
Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/10050657/admin/updates/>
Twitter: https://twitter.com/poch2020portuga?lang=pt_pt
Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCYN4yI9ckREZa_f7FPdaBuw

estruturadas, a que se segue uma fase quantitativa. Entende-se ainda que a aplicação de um questionário a uma amostra permite a inferência estatística através da qual se verificam as hipóteses elaboradas no decurso da primeira fase (qualitativa), as quais se completam por recurso as informações recolhidas e codificadas”. (Ghiglione e Matalon, 1997: 105)

Contrariamente à ordem habitual pode ser útil inverter o processo de inquirição e realizar uma pesquisa qualitativa após a aplicação de um inquérito quantitativo porque pode ajudar a interpretar certos resultados inesperados. Neste caso, e como veremos mais à frente, essa inversão foi concretizada no pressuposto que, depois da obtenção das respostas dos jornalistas ao inquérito aplicado, era importante saber da opinião, através de entrevistas abertas, dos editores/chefes de redação que os coordenam, de forma a medir a perceção de cada um dos intervenientes em funções diferentes. (Ghiglione e Matalon, 1997: 106)

Os conceitos teóricos correlacionados com a pesquisa assente no método quantitativo resultante de um questionário *on-line* dirigido um grupo/público específico da nossa sociedade – Jornalistas – procuraram responder à questão principal de uma pesquisa que pretende perceber a pouca adesão da Comunicação Social, nacional e regional, ao tema dos Fundos Europeus no âmbito da Educação/Formação. Neste “processo de elaboração do inquérito, foi tido em conta a necessidade de apresentar um conjunto de questões bem elaboradas sob pena de qualquer formulação mal conseguida ter repercussões negativas e prejudiciais para sua análise e leitura”. (Ghiglione e Matalon, 1997; 108)

A escolha dos inquéritos *online* teve, por outro lado, a particularidade do tema e o facto da amostra da recolha ser pouco alargada, visando apenas uma classe profissional com características muito específicas. Assim, a escolha deste método e a sua construção pretendeu contabilizar resultados objetivos, assentes em questões fechadas e/ou escolhas múltiplas (Bryman, 2004: 67), nunca descurando na sua construção e apresentação aos destinatários a questão da ética, respeitando sempre conceitos como privacidade, o consentimento informado, a autenticidade e o objetivo do estudo. (Markham, 2007)

Advém que o público-alvo destes inquéritos trabalha diariamente com as Tecnologias de Informação e Comunicação, sendo presumivelmente mais ajustado este tipo de inquirição devido ao seu carácter menos pessoal, mais célere e de fácil manuseamento (Jones, 1999).

O inquérito foi remetido para 150 jornalistas de todos os jornais nacionais (papel e online, exceto desportivos), para jornalistas das três televisões generalistas (RTP, SIC e TVI) e de cinco televisões de componente noticiosa (RTP 3, SIC Notícias, TVI 24, CMTV e Porto Canal), para jornalistas de três rádios de componente noticiosa (Antena 1, Rádio Renascença e TSF) e para diversos jornalistas de dois jornais e duas rádios regionais que operam nas NUT 2 (Norte, Centro e Alentejo), “podendo os resultados ser entendidos como representativos da classe jornalística mediante o número de respostas rececionadas, uma vez que se trata de uma ação voluntária” (Dillman et al., 2009).

No inquérito igualmente foi pensada uma estratégia consumada num conjunto de questões de especificidade elevada, que permitiram avaliar se quem respondeu ao inquérito é efetivamente jornalista, evitando que respostas de pessoas fora do âmbito do público-alvo fossem contabilizadas para o estudo (Cook, Heath e Thompson, 2000). Ao solicitar um conjunto de informação de carácter mais pessoal no questionário, procurou-se perceber se a diferenciação entre sexos, idade/geração – os que cresceram com os Fundos Europeus a contribuírem fortemente na modernização do Portugal democrático e os que cresceram num Portugal já em convergência com os restantes países da União Europeia – e qualificações tem influência no interesse jornalístico sobre o tema. (Giddens, 1991). O fator “generalista” e “especializado” também foi tido em conta, sobretudo na imprensa escrita e nas televisões.

“Ao contrário da investigação quantitativa, os métodos qualitativos encaram a interação do investigador com o campo e os seus membros como parte explícita da produção do saber, em lugar de a excluírem a todo o custo, como variável interveniente. A subjetividade do investigador e dos sujeitos estudados faz parte do processo de investigação” (Flick, 2005a:6)

Alicerçado neste conceito, a operacionalização de duas entrevistas com perguntas ordenadas, mas onde o entrevistado teve a liberdade de expor todas as suas opiniões sem constrangimentos, foi o método usado em complementaridade ao método quantitativo, com o objetivo de perceber de que forma responsáveis pela agenda mediática dos órgãos de comunicação social encaram o tema dos Fundos Europeus para a Educação/Formação e como percecionam a sua importância no contexto social. (Ghiglione e Matalon, 1997: 64) Assim, foi realizada uma entrevista a um editor de um jornal nacional – Jornal de Notícias, a um editor de um jornal nacional *online* especializado – Economia Online

(ECO). Estas entrevistas, de carácter semiestruturadas, foram desenvolvidas a partir de um conjunto de cinco perguntas permitindo aos entrevistados dar a sua opinião, sem perguntas fechadas e que possibilitam a apreensão das ideias, perspetivas e atitudes dos entrevistados. As respostas serão analisadas valorizando a subjetividade, as diferentes realidades, a compreensão pessoal sobre o tema, o seu contexto, os participantes e a visão do investigador, procurando acrescentar novas perspetivas e respostas aos resultados obtidos anteriormente aquando da Avaliação do QREN. (Bogdan & Biklen, 1994)

2.3. Fragilidades e soluções

Aquando da elaboração teórica deste trabalho, e sabendo que o ponto de partida era uma questão fechada, um método quantitativo de inquirição através de um questionário desenvolvido na internet foi visto como a possível maior fragilidade a encontrar, devido à possibilidade dos jornalistas convidados a responder ao inquérito não terem adesão ao mesmo. (Ghiglione e Matalon, 1997: 107) Tal possibilidade, como já foi referido, foi tida em conta na elaboração do inquérito que foi desenhado tentando gerar o maior interesse por parte dos inquiridos, com perguntas simples e diretas. O texto de introdução do inquérito procurou também gerar a sensação de contribuição pró ativa focado na possibilidade das respostas poderem fornecer importante informação capaz de promover iniciativas que permitam facilitar o trabalho desenvolvido pelos próprios.

Por outro lado, e tentando precaver uma reduzida amostra no método quantitativo, a solução encontrada foi a utilização das entrevistas a editores/diretores de órgãos de comunicação social nacional. As respostas analisadas permitem conseguir uma análise subjetiva, mas permitindo ao mesmo tempo analisar a perceção dos entrevistados sobre o tema, as suas decisões, o porquê das mesmas, onde existem constrangimentos e virtudes e construir um modelo capaz de responder às fragilidades encontradas e incrementar os pontos fortes encontrados.

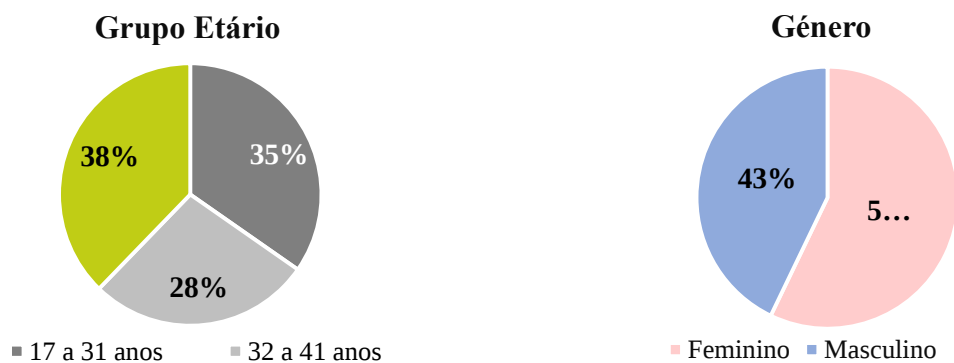
Os resultado obtidos e as suas conclusões poderão ter, desde já, um significado bastante relevante para o atual período de Programação (2014-2020), e ajudar a conceber um modelo comunicacional eficaz para o Pós 2020 que já está a ser preparado pelo atual Governo com a Comissão Europeia (COM), no que concerne ao “desenho” das medidas e iniciativas a adotar para promoção de mecanismos de proximidade com os Jornalistas e os responsáveis dos jornais (papel e *online*), rádios, televisões, procurando assim alcançar

o objetivo primordial em termos de comunicação dos Fundos Europeus no âmbito da Educação/Formação: dar a conhecer o papel positivo dos apoios concedidos na qualificação e na vida das pessoas.

Capítulo III: Análise e discussão dos resultados

Como já referido, escolheu-se o método quantitativo resultante de um questionário *online* dirigido um grupo/público específico da nossa sociedade, os jornalistas, com o intuito de procurar responder à questão principal de uma pesquisa que pretende perceber do interesse da Comunicação Social, nacional e regional, ao tema dos Fundos Europeus no âmbito da Educação/Formação. Ao mesmo tempo foram realizadas duas entrevistas dando ao entrevistado a liberdade de expor todas as suas opiniões com o propósito de perceber de que forma responsáveis pela agenda mediática dos órgãos de comunicação social encaram o tema dos Fundos Europeus para a Educação/Formação e como percecionam a sua importância no contexto social. Assim, foi realizada uma entrevista a um editor de um jornal nacional – Jornal de Notícias e a um editor de um jornal nacional *online* especializado – Economia Online (ECO). As duas entrevistas vão complementar a análise a efetuar do método quantitativo, tentando perceber o alinhamento entre quem produz conteúdos em complemento com quem os valida e promove a agenda mediática. Verificou-se que dos 150 inquéritos remetidos para jornalistas, 98 foram respondidos, representando uma taxa de 65%. Em termos de grupo etário existe uma divisão bastante uniforme, com uma ligeira preponderância dos jornalistas com idades entre os 42 e 52 anos.

Distribuição dos respondentes por Grupo Etário e Género



Legenda: Figura I

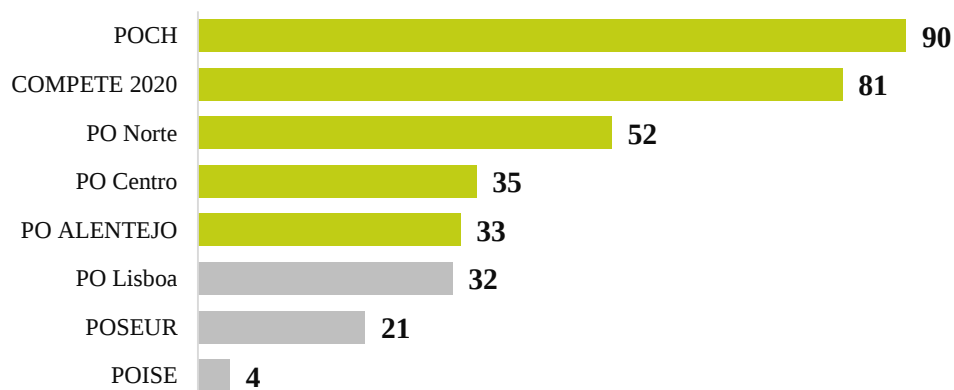
Relativamente ao género, as mulheres foram as que mais responderam ao questionário, com 57% das respostas. Como se procurou aquando do envio do inquérito envolver, tanto quanto possível, o mesmo número de homens e de mulheres no processo de inquirição, podemos concluir que as mulheres estiveram mais predispostas a dar a sua opinião sobre o tema.

Sobre a questão *Conhece a marca Portugal 2020?* todos os inquiridos responderam afirmativamente, verificando-se que em termos de comunicação a designação é facilmente associada à matéria específica dos Fundos Europeus.

Uma vez que o Portugal 2020 é operacionalizado por 16 Programas Operacionais aos quais se juntou o Interreg, pela sua importância transnacional, e a Estrutura de Missão Portugal Inovação Social, pelo seu carácter Inovador e por ser um Organismo Intermédio do PO CH, procurou-se perceber quais são os Programas mais conhecidos pelos Jornalistas que responderam ao questionário. O PO CH, no domínio do capital humano e o Compete 2020, no domínio da competitividade e da internacionalização, destacam-se dos demais com 90 e 81 respostas positivas, respetivamente. O Programa Operacional Regional do Norte, o Programa Operacional Regional do Centro e o Programa Operacional Regional do Alentejo fecham o top 5 dos mais conhecidos.

Destaque para o POISE, o Programa Operacional Temático Inclusão Social e Emprego que obteve apenas quatro respostas positivas. Há ainda 10 programas que compõem o Portugal 2020 que obtiveram menos de 4 respostas.

Os oito Programas Operacionais do Portugal 2020 mais conhecidos pelos jornalistas (nº de respostas)



Legenda: Figura II

Dos 98 jornalistas que responderam ao questionário, 46 afirmam já ter tido contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus, 41 têm habitualmente contacto com a matéria e 11 nunca trabalharam sobre a temática.

Número de inquiridos que já tiveram contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus?
(nº de respostas)

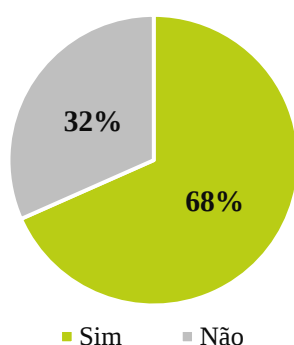


Legenda: Figura III

Dos 87 jornalistas que afirmaram que tiveram, ou têm contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus, 68% produziu conteúdos jornalísticos. A tabela que se encontra no anexo II dá-nos a perceção em que secção os jornalistas exercem as suas funções nos órgãos de comunicação social, verificando-se que são os profissionais especializados em matérias de sociedade, economia, ou que trabalham em jornais *online*, televisão e rádio que estão mais familiarizados com o tema. Para Pedro Araújo, Editor do Jornal de Notícias, “as políticas europeias têm interesse sempre numa perspetiva de proximidade. Ou seja, não há muito interesse em saber quanto é que, por exemplo, o Fundo de Coesão atribuiu à Hungria. A proximidade não irá muito além de dois aspetos mais globais: Portugal obteve mais ou menos relativamente ao quadro comunitário anterior e como estamos em comparação com Espanha”.

Já Mónica Silveiras, editora do Jornal ECO – Economia Online afirma “que existe um enorme interesse nas políticas europeias sobretudo quando em Portugal grande parte do investimento é feito com o apoio dos fundos, seja a nível público, seja privado”.

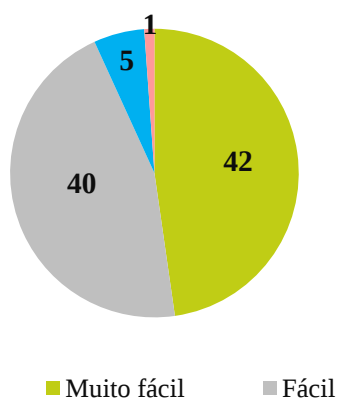
Dos inquiridos quantos já produziram conteúdos jornalísticos sobre o tema?



Legenda: Figura IV

Sobre o acesso às fontes de informação procurou-se aferir o grau de dificuldade que os Jornalistas sentem na interação com os dirigentes dos Programas Operacionais, verificando-se que a maioria considera que o acesso é muito fácil, ou fácil obter informação da fonte direta, demonstrando a receptividade que existe por parte das fontes de informação em disponibilizar a informação solicitada pelos Jornalistas. Dar nota que 10 dos inquiridos não responderam à questão por nunca terem tido contacto com o tema.

O contacto entre jornalistas e os dirigentes máximos dos Fundos Europeus em Portugal



Legenda: Figura V

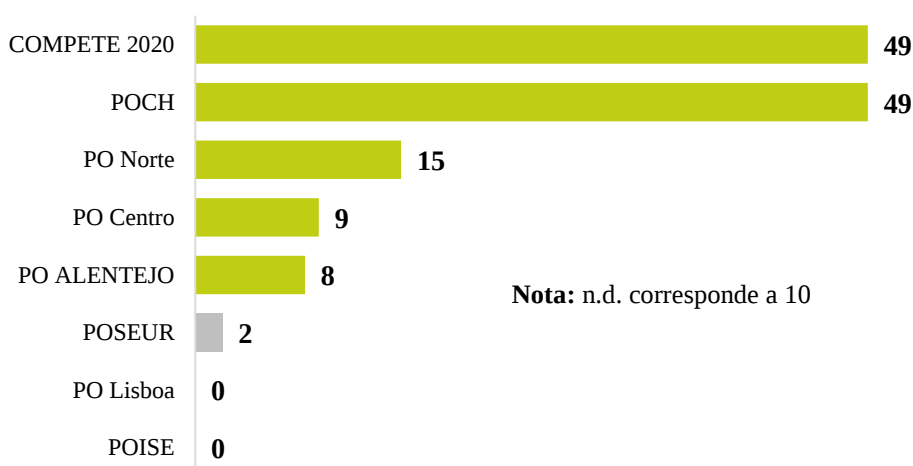
Sobre o papel dos gabinetes de comunicação dos Programas Operacionais e o contacto que existe entre estes e os profissionais de comunicação social, conclui-se que mais de metade dos que trabalham o tema dos Fundos Europeus (59%) já tiveram algum tipo de interação com assessores de comunicação (figura anexo I). Realce para o facto de mais uma vez o PO CH e o Compete2020 serem os Programas com mais solicitações por parte

dos Jornalistas, com o Programa Operacional Regional do Norte, o do Centro e o do Alentejo a fecharem o top 5.

Para o editor do Jornal de Notícias, o contacto com as fontes é imprescindível, neste caso com os gabinetes de comunicação do Programas, porque “a forma como são aplicados os fundos tem um interesse que deriva do facto de estarmos a falar do concreto, do visível e avaliável pelo cidadão. Gastámos em piscinas municipais que têm mais funcionários do que clientes? Investimos em ciclovias que têm uma procura crescente? Investimos em recuperação do património, numa altura em que as receitas do turismo se tornaram essenciais para a economia portuguesa?”

Mónica Silveiras tem uma perspetiva em tudo semelhante ao considerar “que sendo o envelope financeiro finito, é do interesse público saber quais as prioridades na aplicação desse dinheiro. Além disso é relevante garantir que não há abusos na utilização do dinheiro, seja em fraudes no sentido estrito do termo, seja no uso dos fundos para resolver problemas das contas públicas. O efeito multiplicador de cada euro comunitário deveria ser assegurado ao máximo, para além de que a escolha dos projetos a financiar devia ser pautada pelo interesse público e não pela necessidade de suprir falhas que o Orçamento do Estado não consegue assegurar”.

Qual o Programa Operacional que já contactou para obtenção de informação (nº de respostas)



Legenda: Figura VII

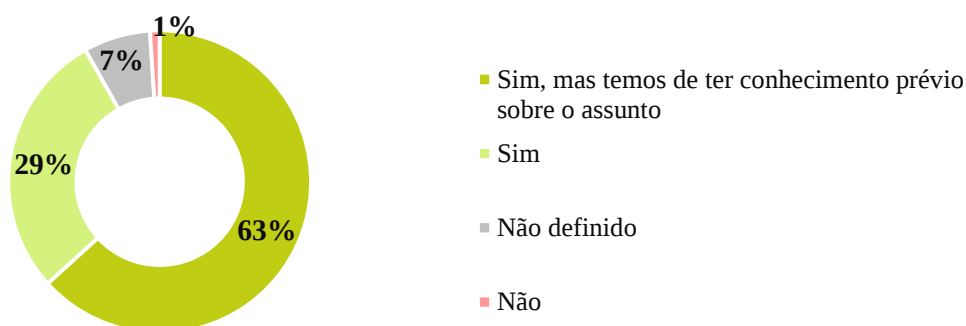
Saber se a comunicação produzida pelos Programas Operacionais nos seus canais de comunicação - páginas na internet e redes sociais – é uma fonte de informação para os jornalistas é uma das questões mais relevantes deste estudo. Tal advém da necessidade de

perceber como e de que forma devem os assessores de comunicação dos PO facultar informação de fácil entendimento por parte dos jornalistas, sabendo-se que a matéria dos Fundos Europeus tem um elevado grau de complexidade, como veremos mais adiante. Assim, 63% dos inquiridos afirmam que a informação disponibilizada pelos Programas serve como fonte, mas só se existir um conhecimento prévio da matéria. 29% responde que a informação serve por completo.

Pedro Araújo, editor do Jornal de Notícias, considera que “a comunicação por parte de quem gere os fundos devia ser mais direta e de fácil entendimento, tornando mais óbvia a relevância dos temas para os cidadãos, admitindo, no entanto, que os Jornalistas também tenham aí uma quota-parte de responsabilidade, enquanto intermediários entre as entidades públicas e os cidadãos”.

A editora do ECO – Economia Online tem outra perspetiva ao realçar que “se para meios sem jornalistas especializados os comunicados acabam por ser seguidos quase à letra, nos outros pode ser um fator de dissuasão”. Mónica Silveiras entende ainda que “seria útil que a política e forma de comunicação fosse uniforme entre os vários Programas Operacionais, porque ajudaria a encontrar a informação com maior facilidade, independentemente da área de especialização dos jornalistas. Uma maior simplicidade na apresentação da informação seria sempre útil, assim como uma maior disponibilidade por parte dos Programas para responder às dúvidas colocadas pelos jornalistas, nomeadamente às horas de fecho que não são coincidentes com as oras "normais" da Função Pública”.

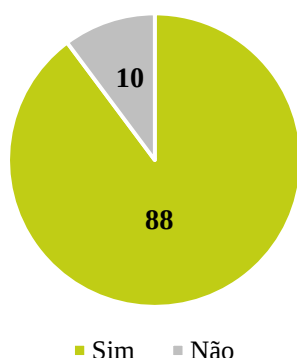
A Comunicação produzida pelos Programas Operacionais serve como fonte de informação?



Legenda: Figura VIII

Colocando a tónica na necessidade dos Programas Operacionais promoverem uma formação prévia sobre o tema, verifica-se que do universo de 98 jornalistas inquiridos, 88 consideram que essa formação é necessária e apenas 10 respondem negativamente. Como já vimos anteriormente, na Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 2007-2013 (2012) uma das notas menos positivas prendeu-se com o facto da linguagem utilizada nos Fundos Europeus não ser acessível aos jornalistas e ainda menos ao público em geral – só os beneficiários diretos dos Fundos não deram nota desta dificuldade.

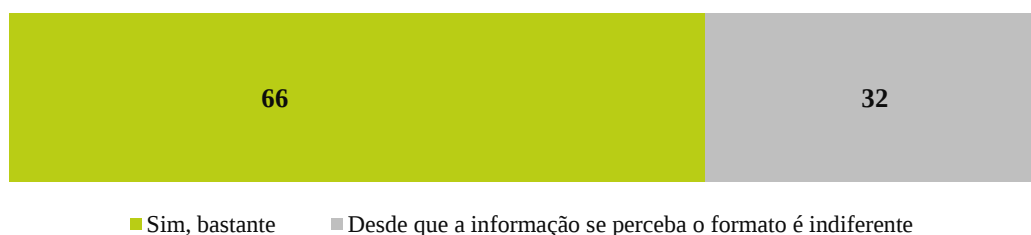
O tema dos Fundos Europeus necessita de uma formação prévia? (nº de respostas)



Legenda: Figura IX

Um dos fatores que tem sido mais debatido e pensado nos últimos anos é a necessidade de dotar os gabinetes de comunicação dos Programas Operacionais com profissionais com estudos ou especializados na área da comunicação, promovendo uma capacitação desses gabinetes em termos técnicos, preparados para assegurar uma linguagem mais acessível e em moldes facilitadores do trabalho dos profissionais da comunicação social. Procurando perceber se essa especialização é de facto importante para que a informação seja disponibilizada na fonte em linguagem e formato jornalístico, constata-se que 66% dos inquiridos afirma que isso seria uma mais-valia.

Facilitaria que os conteúdos fossem construídos em linguagem e formato jornalístico?



Legenda: Figura X

Entrando o inquérito na esfera direta da marca Programa Operacional Capital Humano, procurou-se perceber quantos dos jornalistas conhecem o Programa, verificando-se que 90 dizem conhecer e apenas 8 dizem não conhecer.

Conhece a Marca PO CH – Programa Operacional Capital Humano?

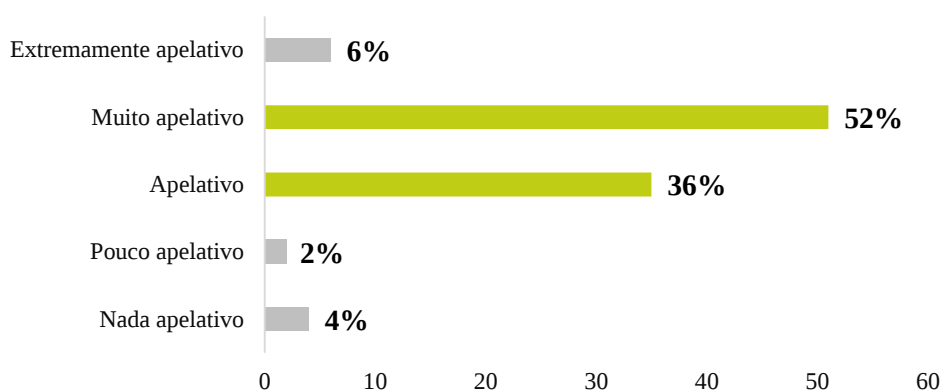


Legenda: Figura XI

Dos que dizem conhecer o PO CH, 57% afirmam já ter tido contacto com o tema dos apoios europeus para a educação/formação. Nota para o grau de importância dado pelos jornalistas que responderam ao inquérito, onde 52% afirmam que o tema educação/formação tem muito interesse jornalístico, contra os 36% que consideram tem apenas interesse jornalístico. Pedro Araújo não dúvida que “o tema Educação e os Fundos para empresas e grandes projetos podem ter igual interesse. Para o editor depende de cada caso, mas tudo pode ser tornado interessante e palpável para o cidadão e, em primeiro lugar, para a Comunicação Social, cujo espaço nas publicações em papel é diminuto, facto que obriga a critérios apertados de escolha. É verdade que existem outros canais, televisões, *online*, rádio, etc. A verdade é que uma televisão ou rádio nunca faz uma notícia a dizer X milhões do Programa Y chegam a Portugal até 2020, ou algo parecido. Porquê? Porque é demasiado etéreo e vazio”.

Já a editora do Jornal ECO entende que “o tema fundos comunitários é, tendencialmente, seguido com maior atenção pelos jornais económicos, a vertente empresarial acaba por assumir uma maior relevância na imprensa. O ponto não é tanto falta de interesse, mas antes necessidade de fazer opções editoriais já que os recursos são finitos. Não quer isto dizer que, nos jornais generalistas, o tema não seja considerado relevante. Sobretudo no jornal Público creio que é onde o assunto educação e fundos comunitários é seguida com maior detalhe”.

Fundos Europeus para a Educação/Formação enquanto tema com interesse jornalístico

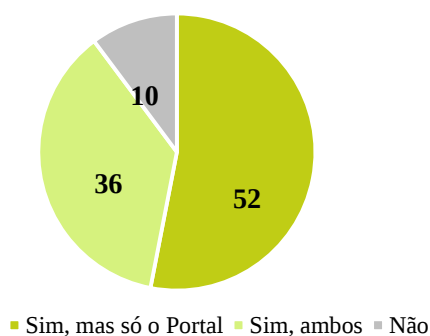


Legenda: Figura XIII

Dos 90 inquiridos que dizem conhecer a marca PO CH, 50% dizem já ter tido contacto profissional com o Gabinete de Comunicação do PO CH desde 2015, representando 45 Jornalistas, conforme figura XIV no anexo II. Sublinha-se que aquando da questão *Qual o Programa Operacional que já contactou para obtenção de informação?* 49 Jornalistas afirmaram já ter entrado em contacto com o PO CH, verificando-se assim que quatro destes não o fizeram através do Gabinete de Comunicação.

Sobre a utilização do Portal e as redes sociais do Programa do PO CH, e num universo de 98 Jornalistas, 52 profissionais dos media afirmam já ter visitado a página na internet e 36 a página e as redes sociais – *Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter*. Este indicador reflete que as redes sociais já são usadas como meio de informação fidedigno desde que haja a chancela do organismo e comprovada a veracidade do canal de informação, algo que o PO CH e os outros Programas do Portugal 2020 asseguraram desde o início do Portugal 2020.

Já visitou o portal e as redes Sociais do PO CH? (nº de respostas)

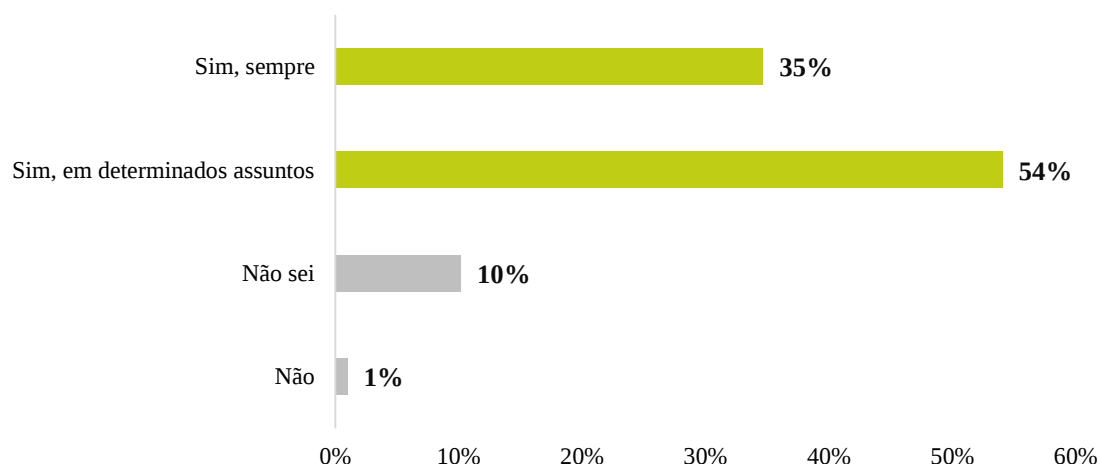


Legenda: Figura XV

89 % dos Jornalistas que dizem conhecer a marca PO CH considera que a Comunicação efetuada pelo Programa no seu portal e nas redes sociais ajuda sempre, ou ajuda em determinados assuntos, a elaboração de conteúdos jornalísticos, uma percentagem bastante elevada considerando os resultados quanto ao indicador do grau de complexidade que o tema Fundos Europeus acarreta para os profissionais da Comunicação Social. Esta satisfação com a comunicação produzida pelo POCH pode indicar que os apoios europeus para a educação/formação são menos técnicos e mais fáceis de explicar, ou que a linguagem utilizada pelo PO CH está mais adequada à do modelo jornalístico. Pedro Araújo apresenta uma opinião não apenas focada no PO CH ao afirmar “que a comunicação realizada pelos gabinetes pode ser melhorada se for assente em dois vetores: *press releases* mais inteligíveis e concretos (adoção de site com infográficas, à semelhança do Eurostat) e maior abertura e capacidade de resposta rápida às solicitações dos jornalistas. Também neste último aspeto gabinetes de comunicação como os do Eurostat e OCDE podem servir de *benchmarking*”.

Mónica Silveiras insiste na questão das respostas às questões colocadas dando nota da importância de uma “maior celeridade nas respostas colocadas, maior disponibilidade, maior acesso ao que os PO fazem, seja no terreno seja aos atores, maior transparência e menos politização do tema por parte da comunicação. A editora do ECO entende ainda que essa politização é “esperada” nos atores políticos, mas não nos gabinetes técnicos que deveriam ajudar precisamente a desmistificar as “rasteiras” políticas que são criadas, em prol da transparência e do dever de esclarecer o público”.

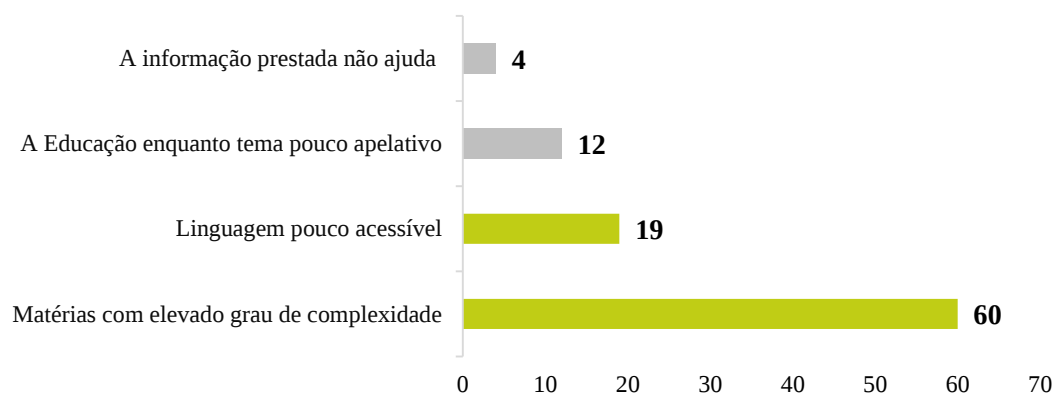
A informação divulgada pelo PO CH ajuda na elaboração de conteúdos jornalísticos?



Legenda: Figura XVI

Quando questionados sobre se o tema dos Fundos Europeus na área da Educação/Formação deve ter mais espaço na agenda mediática apenas 45 Jornalistas responderam à questão, mostrando desde logo que 53 não têm opinião formada, ou não quiseram produzir uma valoração sobre o assunto. Desses 45, 19 consideram que deve ter o mesmo espaço mediático (42%), 18 que devia ter mais espaço na agenda mediática (40%) e cinco que devia ter muito mais (11%). Só três Jornalistas consideram que a importância dada ao assunto deve ser menos (7%). (figura XVII no Anexo II) Nos constrangimentos que os jornalistas encontram sobre o tema, as respostas são reveladoras, com 60 dos inquiridos a afirmarem que as matérias de elevado grau de complexidade são a grande dificuldade, seguidas da linguagem pouco acessível.

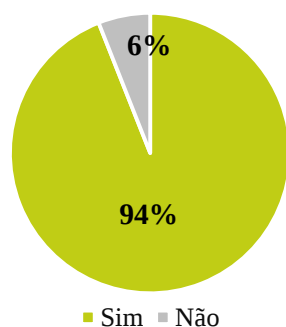
Qual ou quais os constrangimentos lhe parecem mais difíceis de ultrapassar? (nº de respostas)



Legenda: Figura XVIII

Tendo as matérias tratadas no âmbito dos fundos europeus sido alvo de grande referência por parte dos jornalistas inquiridos, questionou-se sobre se os jornalistas aceitariam participar numa formação a realizar pelo PO CH, com 94% de todos os inquiridos (98) a responderem afirmativamente.

Participação num *workshop* organizado pelos responsáveis de Comunicação do PO CH?



Legenda: Figura XIX

Capítulo IV: Considerações finais

Tendo este trabalho de projeto por base a pergunta “A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?” há aspetos que são desde logo relevantes e que são demonstrativos do sucesso da estratégia de comunicação do PO CH relativamente ao contacto com os órgãos de comunicação social e os seus profissionais. 90 dos 98 jornalistas que responderam ao inquérito dizem conhecer a marca PO CH, sendo o Programa com maior índice de notoriedade do Portugal 2020, seguido do Compete 2020 com 81 respostas positivas. Destaque para o facto de, dos cinco Programas mais conhecidos, os dois primeiros serem programas temáticos – capital humano e competitividade e internacionalização e os três seguintes Programas Regionais, Norte2020, Centro2020 e Alentejo 2020, regiões onde o PO CH aplica os apoios concedidos no âmbito do Fundo Social Europeu. Os outros dois programas temáticos do Portugal 2020, o POSEUR e o POISE fecham o top oito dos mais conhecidos.

Com base nestes índices de notoriedade, a questão fulcral deste trabalho é respondida de forma clara: 35% dos jornalistas afirmam que a informação divulgada pelo PO CH no portal e nas redes sociais ajuda sempre na elaboração de conteúdos jornalístico e 54% diz que ajuda, mas em determinados assuntos. Somando as percentagens verifica-se que 89% dos profissionais de comunicação social que dizem conhecer o PO CH - o que corresponde a 80 jornalistas – consideram que a comunicação realizada pelo Programa é positiva ou muito positiva, números que representam uma aceitação considerável relativamente ao trabalho desenvolvido. Acresce um outro fator que pode ajudar nesta perceção tão positiva sobre a informação disponibilizada pelo Programa: sendo a informação disponibilizada no portal do PO CH produzida em formato notícia, com todos os princípios que regem esse formato, constata-se que 66 dos 98 inquiridos afirma que seria uma mais-valia os gabinetes de comunicação dos Programas do Portugal 2020 reproduzirem a sua informação nestes moldes.

Há, no entanto, algumas questões que devem ser tidas em conta e que resultam da análise qualitativa efetuada com base nas entrevistas realizadas a Pedro Araújo, editor do Jornal de Notícias, e a Mónica Silveiras, editora do jornal ECO – Economia Online. Primeiro ambos afirmam, que é de ter em conta a necessidade de “informação mais inteligível e concreta, podendo a adoção de informação mais infográfica, à semelhança do Eurostat, e

uma maior abertura e capacidade de resposta rápida às solicitações dos jornalistas”. Por outro lado, politização é vista como algo negativo no trabalho desenvolvido pelos jornalistas e os gabinetes de comunicação do Portugal 2020, “sabendo-se que essa politização é algo normal nos atores políticos, mas que não devia ser utilizada nos gabinetes técnicos que deveriam ajudar precisamente a determinar o que é política e o que é relevante para os jornalistas informarem os cidadãos, em prol da transparência e do dever de esclarecer o público”, diz Mónica Silveiras.

Um outro aspeto relevante deste trabalho prende-se com a questão dos Fundos Europeus para a Educação/Formação enquanto tema com interesse jornalístico. Sabendo-se que atualmente a agenda mediática é dominada por assuntos de grande impacto social ou considerados “sexy”, procurou-se entender se o tema fundos europeus para educação é empurrado para segundo plano quando são feitas as opções editoriais, uma vez que os recursos humanos são finitos. Ambos os editores entrevistados concordam que o tema pode ter igual interesse relativamente a empresas ou grandes projetos, mas é necessário um trabalho mais eficaz em termos de apresentação do mesmo, tornando-o mais perceptível e não tão técnico. Isto, acontece quer para a educação, para a competitividade, para o emprego, ou para qualquer outro tema dos Fundos.

Neste sentido, a necessidade de perceber qual ou quais os constrangimentos que parecem mais difíceis de ultrapassar pelos Jornalistas no que concerne à informação prestada pelo PO CH sobre os apoios europeus para a educação, foi outra das questões chave deste trabalho. E as respostas são esclarecedoras, podendo ser uma das bases de partida para a preparação do próximo período de programação: 60 jornalistas afirmam que as matérias são de elevado grau de complexidade, 19 referem a linguagem como pouco acessível e 12 consideram o tema pouco apelativo. Há ainda quatro que dizem que a informação prestada não ajuda. Tendo em conta os dois resultados mais elevados que somados atingem os 79%, percebe-se novamente que a barreira entre a informação sobre os Fundos Europeus e os profissionais de comunicação social assenta no pouco conhecimento destes sobre as especificidades técnicas do tema e a linguagem usada, também ela por vezes técnica, aquando da divulgação da informação por parte, neste caso, do PO CH.

Tendo em conta estes resultados, a última questão do inquérito realizado prendeu-se com a participação, ou não, dos jornalistas num *workshop* organizado pelos responsáveis de Comunicação do PO CH com 94% de respostas positivas, demonstrando que existe do

lado da comunicação social uma grande necessidade de aprender e de se capacitar sobre o tema dos Fundos Europeus. Aliás, Mónica Silveiras deixa bem claro que “existe um enorme interesse nas políticas europeias sobretudo quando em Portugal grande parte do investimento é feito com o apoio dos fundos, seja a nível público, seja privado.”

Em termos gerais, e resumindo outros resultados do inquérito, os 98 jornalistas dizem conhecer a marca Portugal 2020, dos 87 Jornalistas que afirmaram que tiveram, ou têm contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus, 59 produziu conteúdos jornalísticos sobre a matéria, verificando-se que a maioria considera que o acesso à informação é muito fácil, ou fácil obter junto da fonte, ou seja, dos Programas Operacionais. E neste caso particular, do acesso às fontes e da sua importância, os dois editores entrevistados relembram que “a forma como são aplicados os fundos tem um interesse que deriva do facto de estarmos a falar do concreto, do visível e avaliável pelo cidadão (...)”, a firma Pedro Araújo e que é “(...) relevante garantir que não há abusos na utilização do dinheiro, seja em fraudes no sentido estrito do termo, seja no uso dos fundos para resolver problemas das contas públicas”, conclui Mónica Silveiras.

4.1. Propostas para o futuro 2020-2030

Há neste trabalho de projeto diversos resultados passíveis de promover melhorias no que respeita à comunicação dos Fundos Europeus em Portugal por parte dos gabinetes de comunicação das autoridades que os gerem. Logo à partida, considera-se de elevada importância, aquando da preparação do próximo período de programação, a organização de sessões de trabalho com jornalistas, de órgãos de comunicação nacional, mas também regional, estes com uma enorme proximidade em termos locais, por forma a garantir uma melhor formação dos profissionais de comunicação social sobre os fundos, o seu papel, a forma como são geridos, as especificidades técnicas e, não menos importante, para se estabelecer uma rede de contactos efetiva onde as pessoas se conhecem e sabem com quem falam, criando uma relação de maior proximidade e confiança, essencial para o desempenho eficaz das duas partes. Essas sessões devem ser repetidas anualmente devido à enorme diversidade e volatilidade de apoios comunitários.

Outro importante resultado que merece ser analisado e que deve ser tido em consideração no momento da constituição dos gabinetes de comunicação dos Programas Operacionais é o facto de os jornalistas afirmarem que a informação prestada pelos Programas pode e

deve ser disponibilizada em formato jornalístico. Esta perceção impõe a necessidade dos gabinetes de comunicação terem em funções técnicos especializados em termos académicos, mas sobretudo em termos profissionais, o que no Portugal 2020 não acontece, salvo algumas exceções “como a do PO CH e do Centro 2020⁸”. Um coordenador e/ou restantes elementos do gabinete de comunicação com experiência jornalística pode conferir uma mais-valia em termos de conhecimento da agenda mediática, da forma, da linguagem, dos contactos e da inovação, uma vez que a comunicação social procura diariamente apresentar a informação em formatos diferenciadores, aliás como anteriormente referido pelo editor do Jornal de Notícias, Pedro Araújo. Essa especialização dos gabinetes de comunicação e a formação dos jornalistas sobre o tema dos Fundos resultará, espera-se, num maior e melhor fluxo de informação entre a fonte e o Jornalista, mas, sobretudo, mais e melhor informação para o público em geral. E, a juntar a estas medidas, os Programas Operacionais e os elementos dos gabinetes de Comunicação podem e devem apresentar a informação em formatos mais apelativos como infografias, animações e vídeos, algo também referenciado por Pedro Araújo do Jornal de Notícias. A aposta em divulgar casos reais de sucesso de pessoas apoiadas fornecerá igualmente aos profissionais de comunicação social um manancial de informação diferenciada e positiva, transformando os números, os montantes financeiros e as taxas em pessoas reais que alcançaram os seus objetivos com o apoio dos Programas Operacionais, no âmbito dos Fundos Europeus.

Por último, a abertura que os Jornalistas dizem sentir por parte dos Programas Operacionais para acederem à informação deve manter-se como boa prática, não descurando a necessidade de melhorar o tempo de resposta às questões colocadas sabendo-se que os *timings* nem sempre coincidem – a parte técnica quando mal redigida e explicada pode dar azo a muitas interpretações distintas. As respostas devem ser o menos politizadas possíveis, caso contrário os Programas Operacionais passarão a ser vistos como gestores políticos e não gestores técnicos, a função para a qual foram constituídos.

⁸ Informação prestada pela Rede de Comunicação do Portugal 2020

Bibliografia

- Almeida, João Ferreira de (2007). Velhos e Novos Aspectos da Epistemologia Das Ciências Sociais, Sociologia, Problemas e Práticas, nº 55, pp.11-24
- Apeme, I. (2013) Estudo de Opinião sobre a Comunicação do QREN
- Carneiro, R., Figueiredo, A., Liz, C., Azevedo, J., Gomes, M.C., Pedroso, P. (2007) Avaliação Ex-ante do POPH.
- Black, T. R. (1993). Evaluating social science research: an introduction. London, Sage.
- Bardin, Laurence (2009). Análise de Conteúdo, 4ª Edição ver- e act Lisboa: Edições 70
- Baym, N. K. (2005). Introduction: Internet research as it isn't, is, could be, and should be. The Information Society, 21, 229-239.
- Best, S. J., & Kruger, B. (2002). New approaches to assessing opinion: The prospects for electronic mail surveys. International Journal of Public Opinion Research, 14, 73-92.
- Bogdan, R., Biklen, S. (1994). Investigação Qualitativa em Educação – uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Porto Editora.
- Cardoso, Gustavo (1998). Para uma Sociologia do Ciberespaço: comunidades virtuais em português, Oeiras, Celta Editora.
- Cardoso, G. Cheong, A. Cole, J. (eds.) (2009), World Wide Internet: Changing Societies, Economies and Cultures. University of Macau Press, SAR Macau. Disponível Online: http://www.liniresearch.org/np4/?newsId=11&fileName=WWI_WIPBook.pdf
- Comissão Europeia (2017). Monitor da Educação e da Formação de 2017 Portugal
- Coomber, R. (1997). Using the Internet for Survey Research. Sociological Research Online, Vol. 2, No. 2
- Estudo de Opinião sobre a Comunicação do QREN, 2013
- Ghiglione, R e Matalon, B (1997). O Inquérito. Teoria e Prática, Oeiras, Celta Editora
- Jones, S. (1999). Doing Internet research: Critical issues and methods for examining the Net. Thousand Oaks, CA, Sage.
- Johns, M. D., S. S. Chen., & G. J. Hall (2003). Online social research. New York: Peter Lang.
- Kazmer, M. M., & Xie, B. (2008). Qualitative interviewing in Internet studies: Playing with the media, playing with the method. Information, Communication & Society, 11, 257-278.
- Kelder, Jo-Anne (2005). Secondary Analysis of Qualitative Data, Vol 6, No 1. Disponível Online: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/501>

- Locke, J. (1999b), Ensaio sobre o entendimento humano. vol.1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Markham, A. (2007). Ethic as Method, Method as Ethic. A Case for Reflexivity in Qualitative ICT Research. *Journal of Information Ethics*
- Murthy, D. (2008). An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42, 837-855.
- Ponte, C (2004). Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico. ed. 1, ISBN: 972-24-1331-7. Lisboa: Livros Horizonte.
- Ponte, C (2005). Para entender as Notícias. Linhas de análise do discurso jornalístico. ed. 1, ISBN: 85-7474-275-9. Florianópolis: Editora Insular.
- Ponte, C e Silva, D (2017). Tornar público o conhecimento científico, comunicar a cidade pelo jornalismo cultural digital. In *Literacia, Media e Cidadania –*
- Ragin, C. C. (1994). *Constructing social research : the unity and diversity of method*. Thousand Oaks, Calif.; London, Pine Forge Press.
- Ribeiro, J e Proença, M (2007). Avaliação Ex-Ante do QREN
- TNS (2012). Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 2007 – 2013, 2012.

Fontes

- Avaliação do Impacto das Ações de Comunicação do POPH 207-2013 (2012)
- Decisão de Execução da Comissão Europeia, CCI 2014PT05SFOP001 (2014)
- Estratégia de Comunicação do PO CH (2015) disponível em www.poch.portugal2020.pt
- Fundo Social Europeu (2018) disponível em <http://ec.europa.eu/esf/home.jsp?langId=pt>
- Observatório do QREN (2018) disponível em <http://www.observatorio.pt>
- Portal do PO CH (2018) disponível em <https://www.poch.portugal2020.pt>
- Portal do Portugal 2020 (2018) disponível em <https://www.portugal2020.pt/Portal2020>
- Rede de Comunicação do Portugal 2020 (2018)

Anexo I - Método de recolha de informação

Fundos Europeus - A comunicação realizada pelo Programa Operacional Capital Humano (PO CH) tem relevância para os media?

Este questionário enquadra-se numa investigação no âmbito de uma tese de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, realizada no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins académicos (tese de Mestrado), sendo realçado que as respostas dos inquiridos representam apenas a sua opinião individual e não do órgão de comunicação social a que pertencem.

O tempo de resposta ao questionário não ultrapassará os cinco minutos. O questionário é anónimo.

Obrigado desde já pela sua colaboração.

1. Conhece a marca Portugal 2020? * *

☐ Sim

☐ Não

2. Qual destes Programas Operacionais conhece? *

☐ Compete 2020

☐ PO CH

☐ POISE

☐ POSEUR

☐ Norte 2020

☐ Centro 2020

☐ Lisboa 2020

☐ Alentejo 2020

☐ Algarve 2020

☐ Açores 2020

☐ Madeira 2020

☐ PDR 2020

☐ ProRural +

☐ Proderam 2020

☐ Mar 2020

☐ POAT 2020

☐ Interreg

☐ Portugal Inovação Social

☐ Nenhum

3. Tem ou já teve contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus? *

- ☐ Sim, tenho habitualmente
- ☐ Sim, já tive
- ☐ Não (passe à questão 9)

4. Já produziu conteúdos jornalísticos sobre o tema dos Fundos Europeus? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

5. Enquanto jornalista considera fácil o contacto com os dirigentes máximos dos Fundos Europeus em Portugal para a obtenção de informação? *

	1	2	3	4	5	
Nada fácil	☐	☐	☐	☐	☐	Muito fácil

6. Já teve contacto profissional com algum responsável de Comunicação dos Programas Operacionais do Portugal 2020? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

7. Se sim, qual Programa? *

Texto de resposta curta

8. A Comunicação produzida sobre os Fundos Europeus por parte dos Programas Operacionais serve como fonte de informação?

- ☐ Sim
- ☐ Não

9. Considera que o tema dos Fundos Europeus necessita de uma formação prévia?

- ☐ Sim
- ☐ Não

10. Facilitaria que os conteúdos disponibilizados nos portais dos Programas Operacionais do Portugal 2020 fossem construídos em linguagem e formato jornalístico? (ex: Título informativo, lead, fotos...)

- ☐ Sim, bastante
- ☐ Desde que a informação se perceba o formato é indiferente
- ☐ Não

11. Conhece a Marca PO CH – Programa Operacional Capital Humano? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

12. Tem ou já teve contacto com a temática dos Fundos Europeus que apoiam a Educação/Formação? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

13. Classifique os Fundos Europeus para a Educação/Formação enquanto tema com interesse jornalístico *

	1	2	3	4	5	
Nada apelativo	☐	☐	☐	☐	☐	Muito apelativo

14. Já teve contacto profissional com algum elemento do Gabinete de Comunicação do PO CH? *

- ☐ Sim
- ☐ Tentei, mas não consegui
- ☐ Não

15. Já visitou o portal e as redes Sociais do PO CH? *

- ☐ Sim, ambos
- ☐ Sim, mas só o Portal
- ☐ Sim, mas só as redes sociais
- ☐ Não

16. Considera que a informação divulgada pelo PO CH ajuda na elaboração de conteúdos jornalísticos? *

- ☐ Sim, sempre
- ☐ Sim, em determinados assuntos
- ☐ Não
- ☐ Não sei

17. O tema dos Fundos Europeus na área da Educação/Formação deve ter mais espaço na agenda mediática?

	1	2	3	4	5	
Muito menos	☐	☐	☐	☐	☐	Muito mais

18. Sobre os constrangimentos que encontra a nível profissional sobre o tema dos Fundos Europeus, qual ou quais lhe parecem mais difíceis de ultrapassar?

- ☐ As matérias com elevado grau de complexidade
- ☐ A linguagem é pouco acessível
- ☐ A informação prestada pelos Programas Operacionais não ajuda
- ☐ A Educação enquanto tema pouco apelativo

18.1. Outros constrangimentos, indique quais

Texto de resposta longa

19. Participaria num Workshop organizado pelos responsáveis de Comunicação do PO CH?

- ☐ Sim
- ☐ Não

20. Em que secção/área trabalha no jornal/rádio/televisão?

Texto de resposta curta

21. Idade

Texto de resposta curta

22. Sexo

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

Muito obrigado pelas suas respostas sem as quais este estudo não seria possível de realizar

Anexo II – Figuras

Distribuição dos respondentes por Grupo Etário e Género (em %)

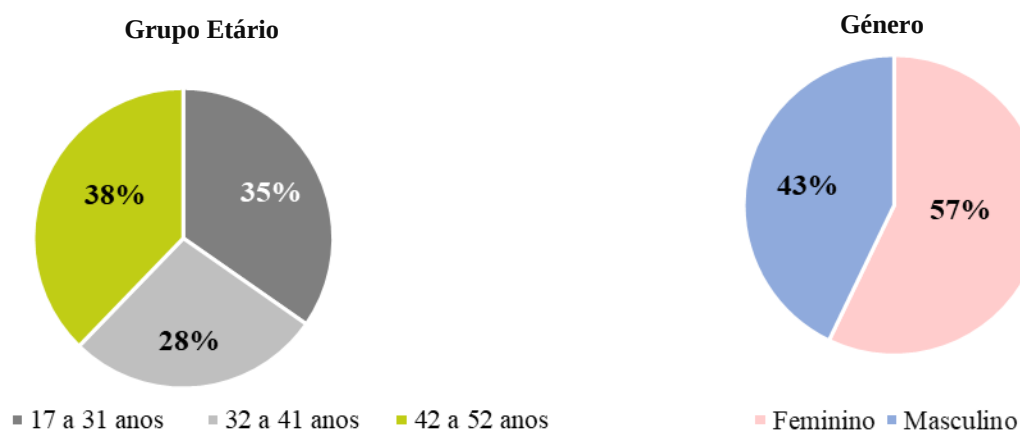


Figura I - Conhece a marca Portugal 2020?

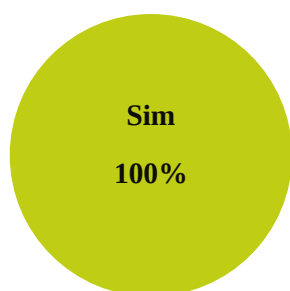


Figura II - Qual destes Programas Operacionais conhece? (em nº de inquiridos)

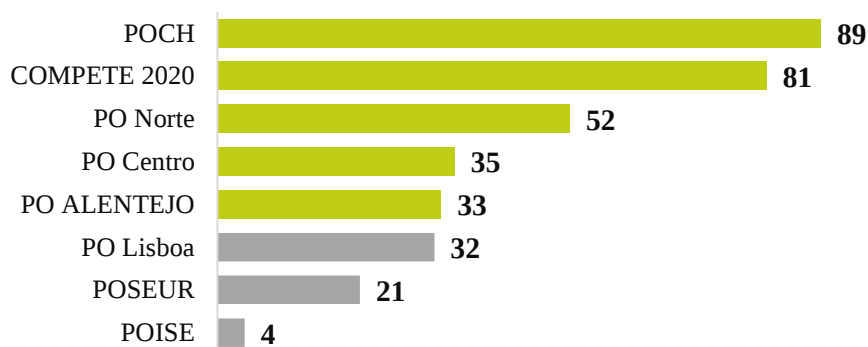


Figura III - Tem ou já teve contacto profissional com o tema dos Fundos Europeus? (em nº de inquiridos)



Figura IV - Já produziu conteúdos jornalísticos sobre o tema dos Fundos Europeus?

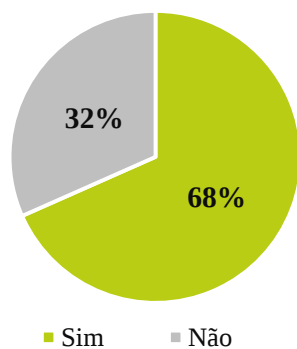


Figura V - Enquanto jornalista considera fácil o contacto com os dirigentes máximos dos Fundos Europeus em Portugal para a obtenção de informação? (em nº de inquiridos)

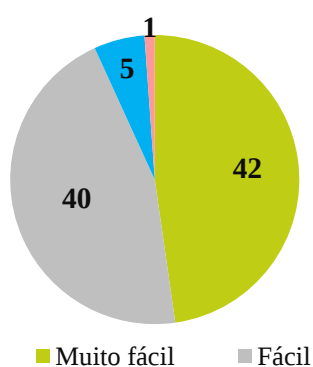


Figura VI - Já teve contacto profissional com algum responsável de Comunicação dos Programas Operacionais do Portugal 2020?

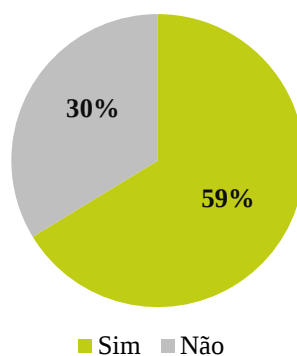


Figura VII - Se sim, qual Programa? (em nº de inquiridos)

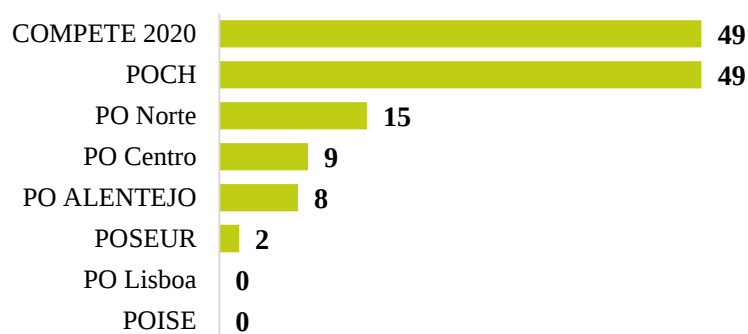


Figura VIII - A Comunicação produzida sobre os Fundos Europeus por parte dos Programas Operacionais serve como fonte de informação?

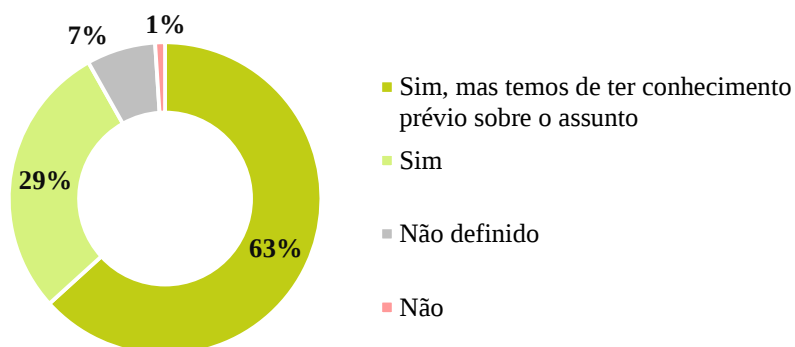


Figura IX - Considera que o tema dos Fundos Europeus necessita de uma formação prévia?
(em nº de inquiridos)

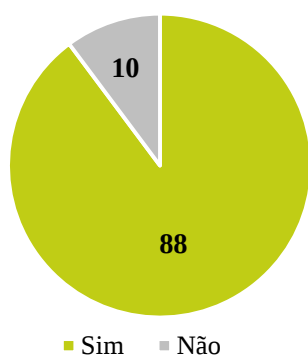


Figura X - Facilitaria que os conteúdos disponibilizados nos portais dos Programas Operacionais do Portugal 2020 fossem construídos em linguagem e formato jornalístico? (ex: Título informativo, lead, fotos...)
(em nº de inquiridos)

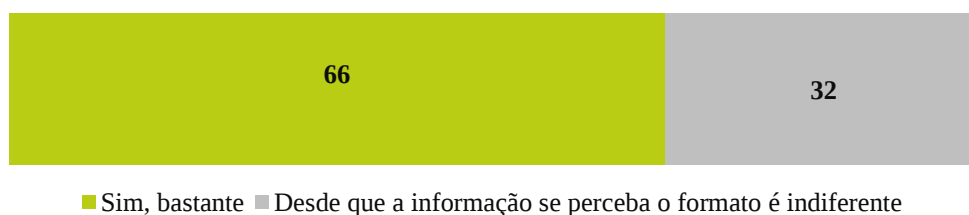


Figura XI - Conhece a Marca PO CH – Programa Operacional Capital Humano? (em nº de inquiridos)



Figura XII - Tem ou já teve contacto com a temática dos Fundos Europeus que apoiam a Educação/Formação?

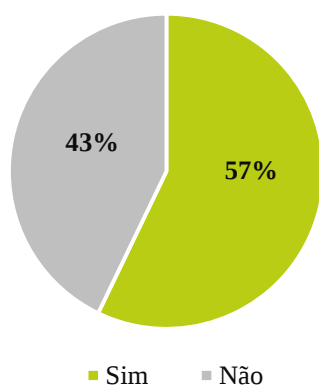


Figura XIII - Classifique os Fundos Europeus para a Educação/Formação enquanto tema com interesse jornalístico

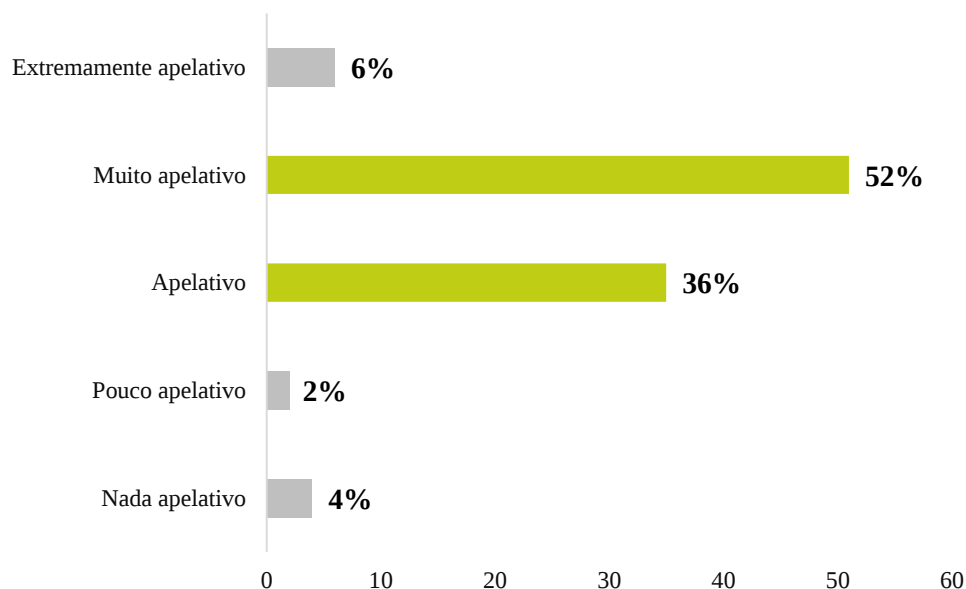


Figura XIV - Já teve contacto profissional com algum elemento do Gabinete de Comunicação do PO CH?

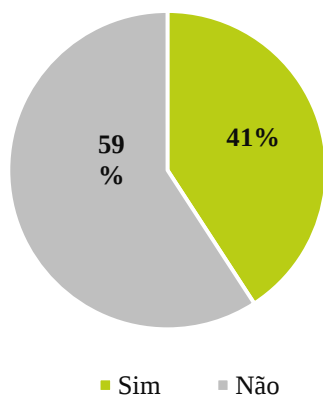


Figura XV - Já visitou o portal e as redes Sociais do PO CH? (em nº de inquiridos)

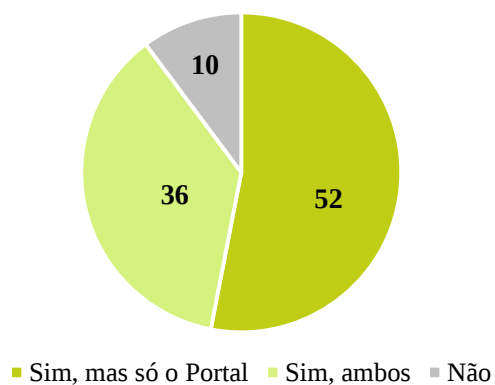


Figura XVI - Considera que a informação divulgada pelo PO CH ajuda na elaboração de conteúdos jornalísticos?

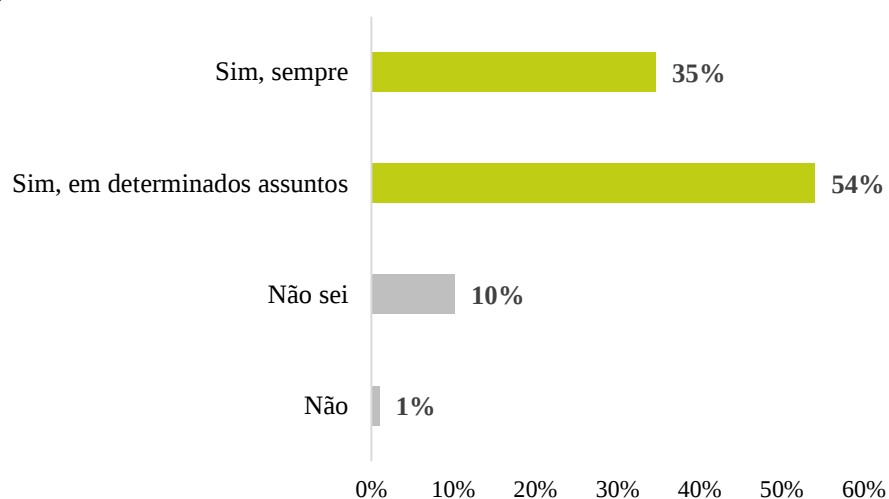


Figura XVII - O tema dos Fundos Europeus na área da Educação/Formação deve ter mais espaço na agenda mediática?

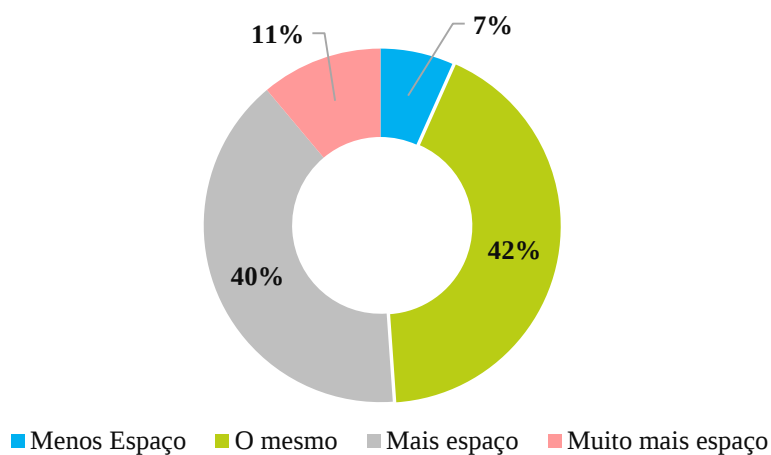


Figura XVIII - Sobre os constrangimentos que encontra a nível profissional sobre o tema dos Fundos Europeus, qual ou quais lhe parecem mais difíceis de ultrapassar?

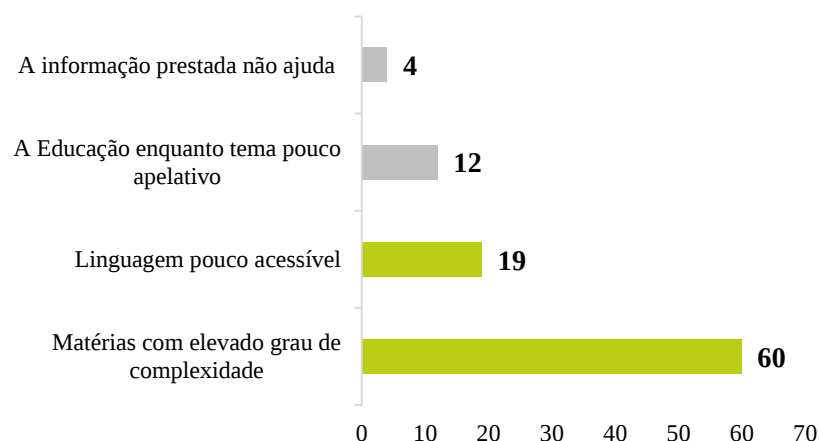


Figura XIX - Participaria num Workshop organizado pelos responsáveis de Comunicação do PO CH? (em %)

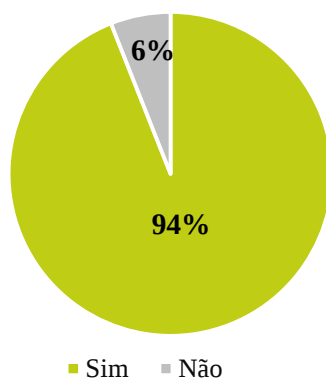


Tabela XX - Em que secção/área trabalha no jornal/rádio/televisão?

Secção/Área	Nº de respostas
Sociedade	21
Economia	19
Jornal online	17
Televisão	10
Rádio	8
Internacional	6
Educação	5
Jornal	4
Redação Jornal	2
Jornal desportivo	2
Economia na lusa	1
Nacional	1
Redação da Rádio Renascença	1
Editor jornal	1
Total de inquiridos	98