

**Valor Público e Boost Comunicacional dos  
Fundos Europeus**

**APRESENTAÇÃO DE PROJETO / FEVEREIRO 2024**

## **FICHA TÉCNICA**

Sérgio Caramelo (coord.)

Gustavo Cardoso

Nelson Ramalho

Teresa Almeida

Beatriz Saavedra

Ana Castilho

Dina Margato

Catarina Mateus

Simão Nunes

DINÂMIA'CET - IUL, Centro de Estudos sobre a Mudança  
Socioeconómica e o Território  
Iscte- do Instituto Universitário de Lisboa  
1649-026 Lisboa, PORTUGAL  
Tel. (+351) 210 464 031 / 210 464 197 | E-mail:  
dinamia@iscte-iul.pt <https://www.iscte-iul.pt>  
<https://www.dinamiacet.iscte-iul.pt>

Projeto financiado no âmbito do Programa de  
Assistência Técnica 2030 no Acordo de Parceria  
Portugal 2030 (PAT2030-FEDER-00023200)

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O presente projeto parte da constatação de que os cidadãos europeus, em geral, e os portugueses, em particular, têm um conhecimento limitado sobre os fundos europeus e uma opinião moderadamente positiva sobre o impacto dos mesmos. Apesar de existirem instrumentos de política em curso por toda a Europa há muitas décadas, designadamente os da política de coesão, e dos enormes volumes de investimento aplicados, trata-se de uma matéria que parece relativamente longínqua e difusa para o cidadão comum. Alguns estudos mais recentes vêm alertar para o facto de isto não ser positivo para o robustecimento do processo de integração europeia nem para o reforço da perceção do valor público destas mesmas políticas, existindo nesta matéria uma boa margem de evolução. A promoção de um melhor conhecimento dos fundos europeus é um caminho a nosso ver exequível e recomendável, que nos conduzirá não só na direção do reforço da democracia como um todo, mas também na do fortalecimento dos nossos valores fundamentais e do bem-estar coletivo. Para além destes fundamentos, só por si bastantes para o imperativo da mudança, é necessário por a ênfase igualmente nos ganhos de eficácia, eficiência, equidade e sustentabilidade que podem ser obtidos através de um maior conhecimento e envolvimento por parte dos cidadãos nos processos de formulação, implementação e avaliação das políticas públicas. A partir do desafio lançado pelo Aviso PAT2030-2023-01, o presente projeto procura contribuir para a resolução do problema da falta de conhecimento dos fundos europeus por parte dos cidadãos através da melhoria qualitativa dos esforços de comunicação do PT2030 enquanto política pública agregadora dos fundos europeus em Portugal. Para tal, propõe-se o desenvolvimento de um projeto de investigação aplicada destinado à identificação das estratégias de comunicação mais adequadas para o reforço e afirmação do valor público destes instrumentos financeiros, estratégias estas orientadas especificamente para os profissionais de comunicação social, assim como à sinalização de lacunas de conhecimentos e competências nesta matéria e consequente identificação de propostas de ação no domínio da capacitação de públicos diretamente relacionados com o ecossistema da comunicação social.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This project starts from the observation that European citizens, in general, and the Portuguese, in particular, have limited knowledge about European funds and a moderately positive opinion about their impact. Despite the huge volumes of investment and the fact that there have been policy instruments in place across Europe for many decades (notably those from cohesion policy), it is a subject that seems relatively distant and diffuse to the ordinary citizen. Some studies warn that this is not positive for the strengthening of the European integration process, nor for the strengthening of the perception of the public value of these same policies, and in this matter it is possible to evolve considerably. It is a path, in our view feasible and recommendable, that will lead us to the strengthening of democracy as a whole, but also to the promotion of our fundamental values and collective well-being. In addition to these fundamentals, which alone are sufficient to justify change, it is necessary to also emphasize the gains in effectiveness, efficiency, equity and sustainability that can be obtained through greater knowledge and citizens involvement in public policies formulation, implementation and evaluation processes. From the challenge launched by the Aviso PAT2030-2023-01, the project seeks to diminish the lack of knowledge about European funds by citizens through the qualitative improvement of the PT2030 communication efforts. To this end, it is proposed to develop an applied research project aimed at identifying the most appropriate communication strategies for strengthening and affirming the public value of these financial instruments. These strategies are specifically pointed to the media professionals and to the knowledge and skills gaps in this field, as well to the detection of action proposals in the field of empowering audiences directly related to the media ecosystem.

# 1. Enquadramento conceptual

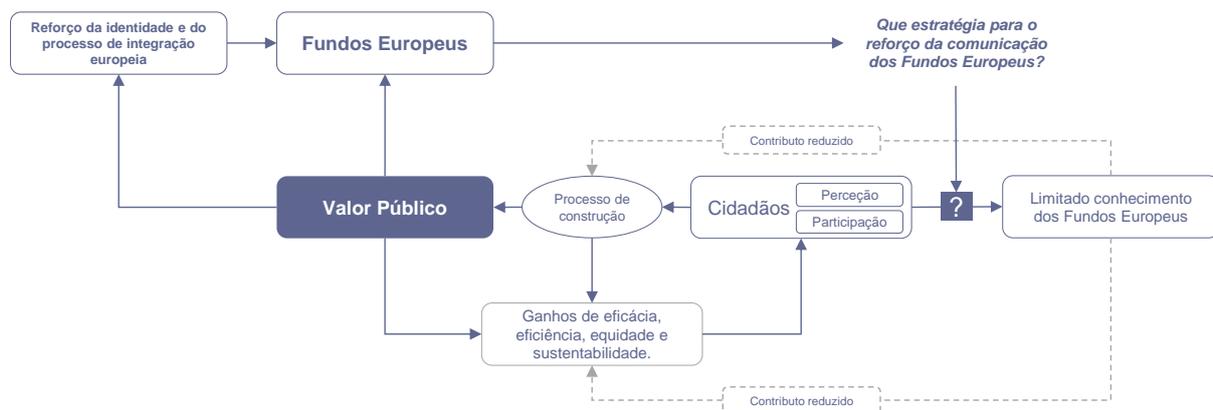
O marco conceptual de referência para este projeto parte do conceito de valor público que é aqui utilizado como quadro analítico para identificar as perspetivas dos cidadãos em relação às questões normativas das políticas públicas (Mendez et al., 2022), assumindo-se igualmente o princípio de que o recurso a este conceito pode ser útil para a melhoria do quadro das intervenções, em geral, e dos fundos europeus, em particular. Em termos de conceptualização do que é o valor público, optou-se pela abordagem interpretativa (Meynhardt & Bartholomes, 2011; Nabatchi, 2012; Bozeman, 2019; Bracci et al., 2019; Meynhardt & Jasinenko, 2020; Li, 2022; Murschetz, et al., 2023) que surge na sequência do trabalho de Barry Bozeman (2007). Esta coloca a ênfase na relação entre a criação de valor público e as perceções subjetivas dos cidadãos e na forma como a ação e participação individual constituem *per se* um elemento da própria criação do valor público. Assume-se, igualmente, que a abordagem interpretativa implica aceitar que os valores públicos numa democracia são tipicamente contestados e que o consenso sobre eles dificilmente será integral e definitivo.

Neste contexto o cidadão tem um papel central na construção do que é o valor público da ação do Estado, desde logo por via das suas perceções pessoais sobre as políticas públicas, mas também como ator (i.e. como elemento ativo no processo de construção da política pública), dada a importância crítica que a perspetiva cidadã tem sobre o "ambiente autorizador" que fornece apoio e legitimidade política às decisões (Mendez et al., 2022) que permitem a criação e implementação das políticas públicas. A questão da perceção e da participação dos indivíduos é portanto fundamental para o processo de construção do valor público e numa perspetiva mais operativa devem ser vistas como uma ferramenta eficaz para: i) ajudar os decisores a compreender o que constitui valor público do ponto de vista dos cidadãos; ii) identificar o que será necessário que aconteça para criar valor público e evitar o fracasso das intervenções públicas; iii) selecionar quais as decisões que precisam ser tomadas para alcançar os fins ambicionados (Nabatchi, 2012).

Os esforços desenvolvidos na tentativa de explorar o conteúdo substantivo e a multidimensionalidade da criação de valor público ou, na perspetiva de Jørgensen & Bozeman (2007), dos valores públicos na sua forma plural, têm colocado a ênfase na taxonomia dos mesmos e em distintas opções em termos de

sistematização e classificação (p.e., Moore, 1995, 2013; Bozeman, 2007; Jørgensen & Bozeman, 2007; Van der Wal et al., 2008; Benington, 2011). No presente projeto será utilizada a proposta de Mendez et al. (2022) que foi estruturada com base na literatura científica sobre políticas europeias e globais, mas tendo como pano de fundo especificamente o caso da política regional europeia e os desenvolvimentos decorrentes de um grande projeto (COHESIFY<sup>1</sup>) destinado à compreensão do que pensam os cidadãos europeus sobre os fundos europeus de apoio à política de coesão. Este projeto conduziu à identificação de quatro dimensões fundamentais de construção do valor público no caso dos fundos europeus - consecução de objetivos, desempenho institucional, desempenho democrático e desempenho sociopolítico. Estas quatro dimensões fornecem um quadro conceptual já testado em abordagens comparadas amplas a nível europeu, onde se confrontaram os valores públicos dos fundos da política de coesão em diferentes jurisdições regionais, que consideramos transferível e adequado para o presente projeto.

**Imagem 1** - Ponto de partida do projeto



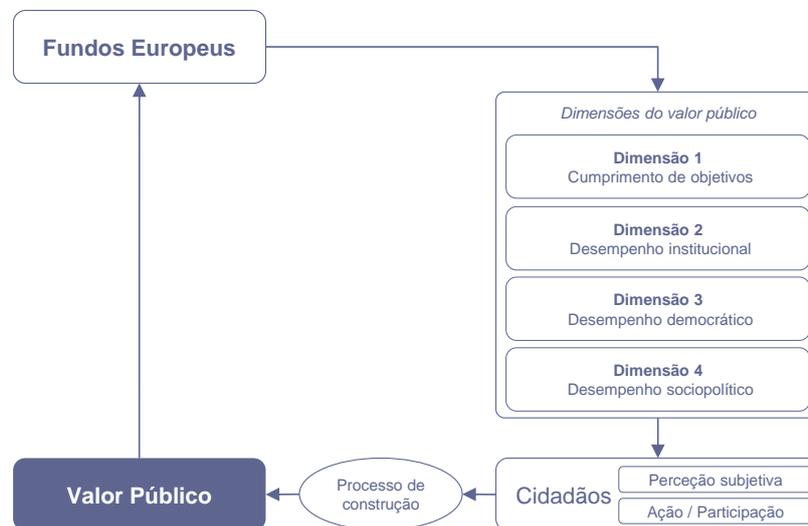
Fonte: elaboração própria.

Mantendo o foco nos fundos europeus, parte-se igualmente do pressuposto que a construção do valor público das políticas europeias não está desvinculada dos fatores identitários europeus e do reforço do processo de integração europeia. Neste campo, são já vários os estudos que identificam a relação entre os fundos europeus e a percepção dos cidadãos em relação ao processo de integração europeia (Aiello et al, 2019; Brasili e tal, 2019; Capello & Perucca 2019; Dąbrowski et al, 2021; Lopez-Bazo & Royuela, 2017, 2020; Osterloh, 2011) e nem sempre com resultados convergentes, quer em relação ao sentido dos efeitos

<sup>1</sup> <https://www.cohesify.eu/>

induzidos pelos investimentos europeus, quer em relação aos motores indutores desses mesmos efeitos. Neste projeto seguiremos de perto proposta de Dąbrowski et al (2021), assumindo que os investimentos dos fundos europeus – materializados em projetos que apoiam o desenvolvimento regional, criam emprego, melhoram a qualidade do ambiente de vida dos cidadãos, etc. – podem ter um impacto positivo na identificação europeia e no apoio ao processo de integração europeia, sendo necessário para que este impacto aconteça, no entanto, que os cidadãos tenham um adequado conhecimento da ação dos fundos europeus nas suas regiões, bem como da forma como estas políticas são executadas.

**Imagem 2** – Principais dimensões do processo de construção do valor público dos Fundos Europeus



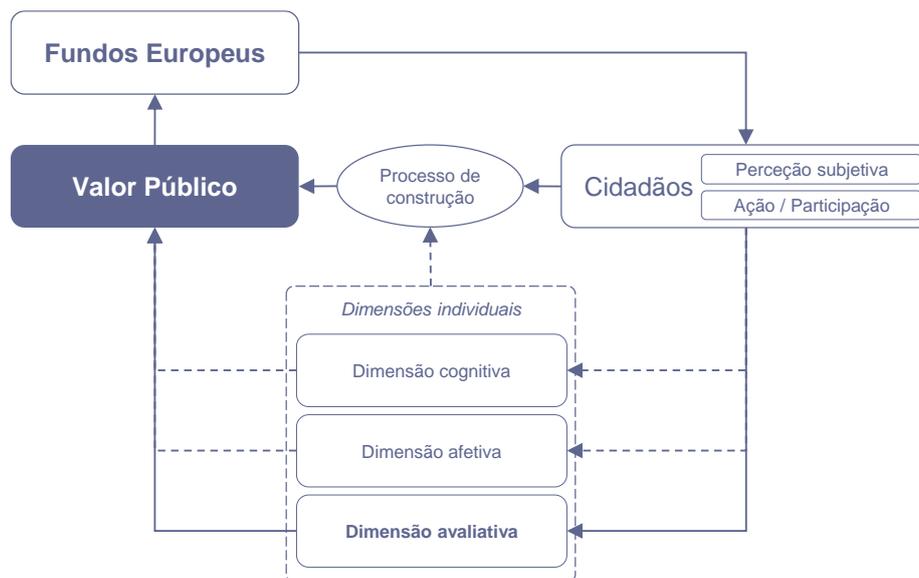
Fonte: elaboração própria.

O acesso ao conhecimento dos indivíduos sobre as políticas europeias leva-nos inevitavelmente à questão da forma como estas são comunicadas. Sabemos que a literatura sobre comunicação de política pública destaca que o nível de adequação da mensagem tem influência nos cidadãos e pode aumentar a confiança e a lealdade junto das instituições governamentais, assim como pode promover a identidade coletiva (Karens et al., 2016; Teodoro & Na, 2018; Alon-Barkat, 2020; Borz et al., 2022). Em particular, um amplo estudo europeu, intitulado PERCEIVE<sup>2</sup>, vem mostrar que para o caso europeu um dos principais motores da identificação dos cidadãos com o processo de integração europeia não é apenas o “como” e “se” as políticas europeias são aplicadas, mas também,

<sup>2</sup> PERCEIVE - Perception and Evaluation of Regional and Cohesion policies by Europeans and Identification with the Values of Europe (2016-2019). <https://cordis.europa.eu/project/id/693529>

e mais importante, como os cidadãos estão cientes delas e “como” e “se” sentem os benefícios e custos de fazer parte do projeto europeu (Lopez-Bazo & Royuela, 2017; Bergbauer 2018). Mas nesta matéria Borz et al. (2022) identificaram um enigma óbvio: porque razão uma política que proclama um profundo compromisso com os valores democráticos não é reconhecida pelos cidadãos como encarnando esses mesmos valores? Os dados fornecidos pelos cidadãos no referido estudo (Borz et al., 2022) sugerem que as principais explicações são a falta de capacidade de resposta da política de coesão às necessidades dos cidadãos, o reduzido envolvimento direto dos cidadãos nas mesmas e a ausência de uma comunicação adequada. Neste sentido e assumindo que uma comunicação ineficaz pode reduzir a sensibilização e a confiança dos cidadãos, o esforço de comunicação das intervenções no domínio dos fundos europeus tem que ser visto como um esforço coletivo para promover valores públicos considerados importantes pelos cidadãos (Mendez et al., 2022) e para o próprio processo de integração europeia.

**Imagem 3** – Dimensões individuais do reforço do valor público

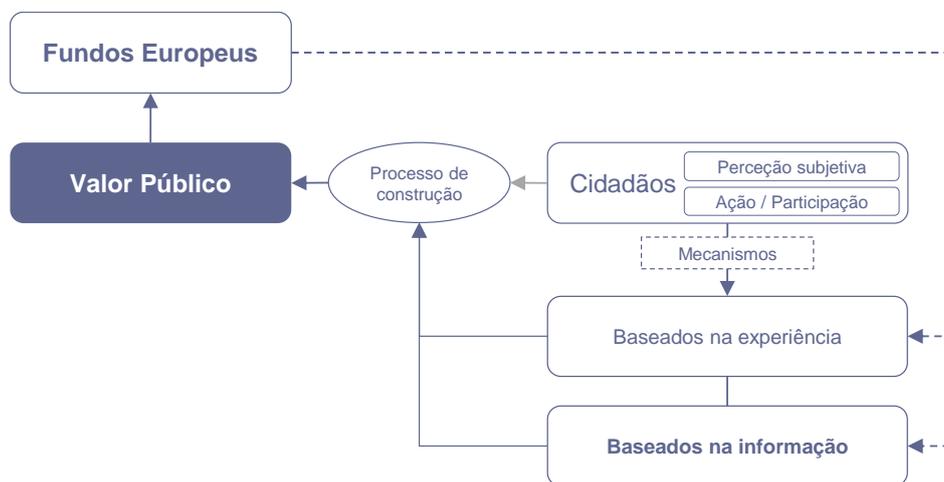


Fonte: elaboração própria.

No processo de construção e reforço do valor público dos fundos europeus, a dimensão da identificação individual com o processo de integração europeia como um todo também é importante, uma vez que incorpora o desenvolvimento de uma identificação coletiva por parte dos cidadãos, podendo esta ser conceptualizada em três dimensões distintas (Mendez & Brachtler, 2016; Bergbauer, 2018; Dąbrowski et al, 2021): i) cognitiva - relacionada com a autoidentificação ou consciência do indivíduo como sendo

européu; ii) afetiva - associada ao sentimento de pertença ou apego a uma comunidade política europeia partilhada; iii) avaliativa - mais utilitária e ligada à atribuição de uma conotação ou sentido de valor (custo-benefício) à sua pertença à UE. O valor público dos fundos europeus deriva essencialmente desta última e de uma avaliação custo-benefício mais utilitarista do processo de integração europeia, isto é, da percepção dos benefícios que estas políticas trazem aos indivíduos num determinado momento (Gabel & Palmer, 1995). Como salientam Dąbrowski et al (2021), trata-se de uma perspetiva mais egocêntrica, na qual os cidadãos agem como intervenientes racionais e com base numa avaliação microeconómica do tipo *'what's in it for me'*.

**Imagem 4** - Mecanismos de construção do valor público dos Fundos Europeus



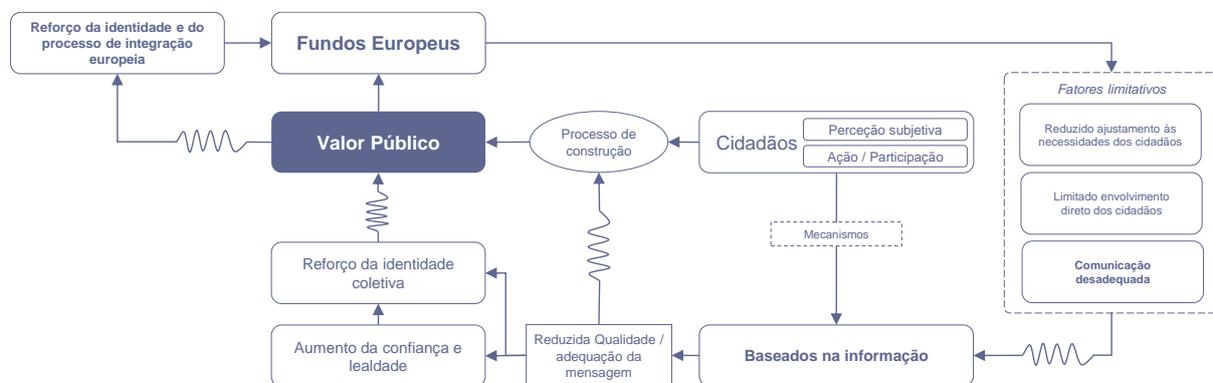
Fonte: elaboração própria.

Ainda no processo de reforço do valor público por via da identificação individual com o projeto europeu é possível identificar também dois mecanismos principais (Lopez-Bazo & Royuela, 2017; Bergbauer 2018). O primeiro está "baseado na experiência" e assenta no pressuposto de que os contactos pessoais e experiências diretas dos indivíduos são uma fonte de identificação coletiva. O segundo está "baseado na informação" e assenta no pressuposto de que a existência de mensagens convincentes constitui uma fonte de identificação de grupo, mas dependendo sempre do "se" e "como" os indivíduos são expostos a essas mesmas mensagens.

Os resultados dos esforços na comunicação dos fundos europeus têm levantado algumas dúvidas em termos de eficácia, dado que o envolvimento dos cidadãos tem sido baixo e desigual em toda a

UE (Van Der Zwet et al., 2017) e a própria comunicação da política regional é considerada débil pelos cidadãos (Mendez et al., 2022). De acordo com os resultados do projeto COHESIFY existe uma perceção generalizada de que a política regional europeia não é suficiente ou eficazmente divulgada, sendo a responsabilidade por este facto atribuída, por exemplo, às autoridades de gestão europeias e nacionais e aos próprios meios de comunicação social, muitas vezes percecionados como excessivamente focados em histórias sensacionalistas sobre conflitos políticos, ignorando histórias de sucesso e não informando adequadamente o público (Mendez et al., 2022). Na verdade alguns dados oriundos de um Eurobarómetro de 2021<sup>3</sup> evidenciam que uma parte significativa (em algumas regiões, a clara maioria) dos cidadãos europeus, ainda que considere que estas políticas têm um impacto positivo no desenvolvimento dos seus territórios, nunca ouviu falar especificamente dos fundos europeus mais relevantes e persistentes no tempo (p.e. FEDER, FSE, Fundo de Coesão), não consegue identificar projetos apoiados na sua região ou cidade e considera que na vida quotidiana não beneficia dos investimentos.

**Imagem 5** – Fatores limitativos do reconhecimento do valor público dos Fundos Europeus



Fonte: elaboração própria.

Mesmo no caso português, um estado-membro contribuinte líquido que há quatro décadas aplica estes fundos em percentagens significativas do PIB, o cenário relativo à opinião pública sobre os fundos europeus não é muito distinto. Um estudo nacional sobre esta matéria (Silva & Flores, 2021), vem evidenciar igualmente que a grande maioria dos inquiridos não consegue recordar-se de qualquer projeto financiado pelos fundos europeus na sua região, para além de outras perceções negativas sobre a

<sup>3</sup> <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2286>

política de coesão em geral, tais como, a má utilização, o reduzido impacto e o baixo nível de transparência e controlo.

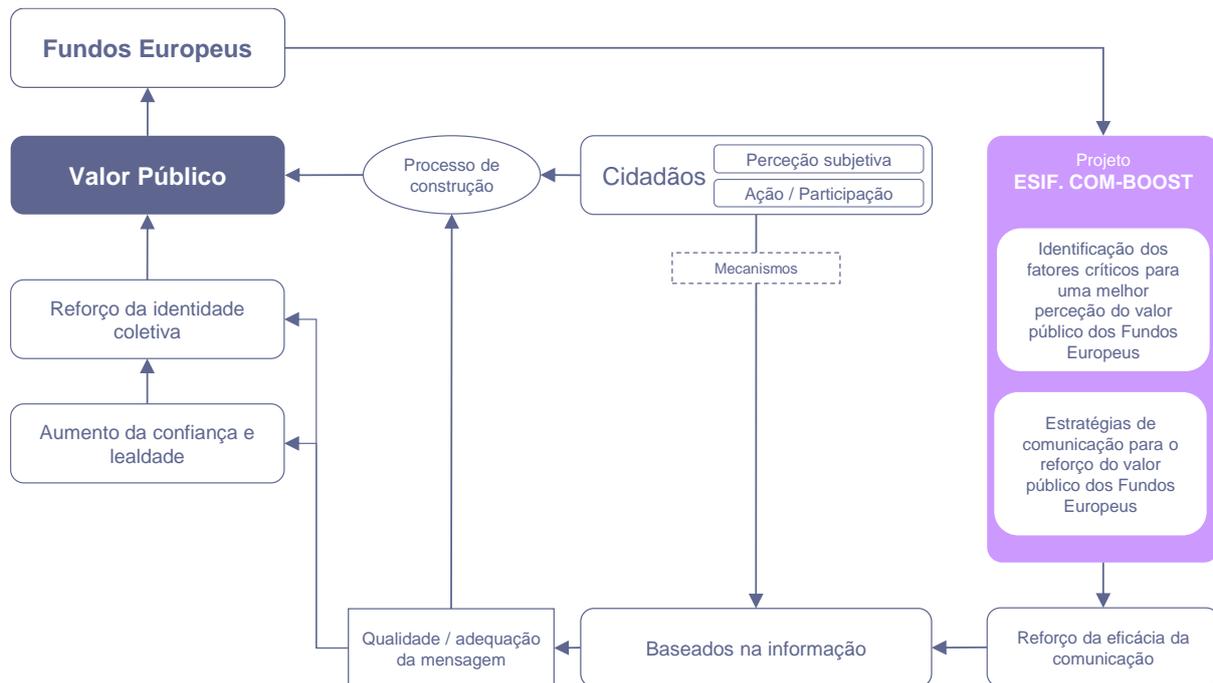
Apesar dos esforços de comunicação dos fundos europeus, são variados os estudos que indicam que existe margem para fazer melhor e que subsistem potencialidades a explorar, bem como indícios de que o reforço deste domínio trará vantagens individuais e coletivas importantes para os cidadãos europeus. A comunicação surge assim como um elemento fundamental não só para aumentar a sensibilização para as políticas europeias, mas também para a identidade europeia e ambas estão profundamente interligadas.

## **2. Objetivos**

O projeto tem como objetivo principal potenciar o valor público da aplicação dos fundos europeus em Portugal, com destaque para os instrumentos integrados no PT2030, através da construção de um quadro de referência e uma abordagem inovadora para a informação e capacitação de públicos profissionais no domínio da comunicação social. Procura-se assim:

- 1.** Identificar quais são os fatores críticos que dificultam uma melhor perceção do valor público dos fundos europeus por parte dos cidadãos e as melhores alternativas para os superar;
- 2.** Identificar estratégias de comunicação para a valorização das componentes essenciais no processo de reforço e afirmação do valor público dos fundos europeus em Portugal diretamente orientadas para os profissionais de comunicação social e para a "Rede de Comunicação do PT2030";
- 3.** Identificar propostas de ação concretas no domínio da capacitação de públicos-alvo diretamente relacionados com a comunicação social que sejam importantes para potenciar o valor público dos fundos europeus.

**Imagem 6** – Enquadramento dos objetivos do projeto no processo de construção do valor público dos Fundos Europeus



Fonte: elaboração própria.

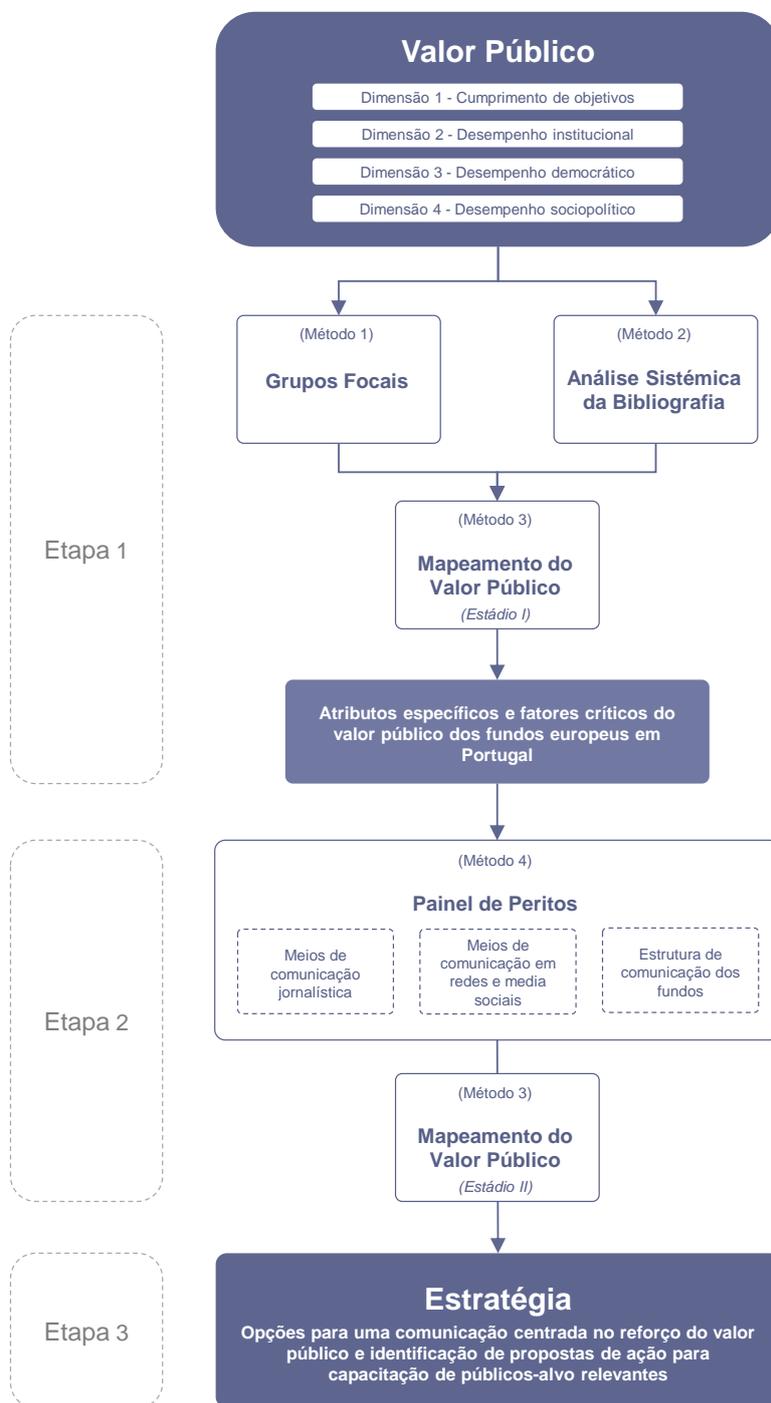
### 3. Abordagem metodológica

Em termos metodológicos o projeto partirá das quatro dimensões fundamentais do valor público nos fundos europeus, ou seja, a consecução de objetivos, o desempenho institucional, o desempenho democrático e o desempenho sociopolítico. Será este o quadro conceptual que servirá de referencial-base para o desenho da metodologia e para a construção dos diferentes instrumentos de análise e recolha de informação, estando o percurso investigativo repartido em três etapas principais e quatro métodos.

A primeira etapa destina-se à identificação dos atributos específicos e fatores críticos do valor público dos fundos europeus em Portugal e arranca com dois métodos em simultâneo. Um deles corresponde à realização de um conjunto de Grupos Focais que se destinam essencialmente à identificação dos fatores críticos que dificultam uma melhor percepção do valor público dos fundos europeus no caso português. O outro é a Análise Sistemática da Bibliografia que se destina a compreender o estado da arte nesta matéria e a identificar as potenciais virtudes, sucessos, constrangimentos e boas práticas em termos

de promoção do valor público dos fundos europeus, com especial incidência no domínio da comunicação da política pública.

**Imagem 7** – Desenho metodológico



Fonte: elaboração própria.

Os resultados destes dois métodos servirão de suporte à construção do terceiro método, isto é, o Mapeamento do Valor Público, que será aplicado em dois momentos distintos (Estádio I e Estádio II). Com esta ferramenta procuraremos obter uma

imagem abrangente do funcionamento do ecossistema que caracteriza o processo de reforço do valor público dos fundos europeus em Portugal, na qual se inclui a identificação dos vários fatores que influenciam este processo e as atividades que o podem direcionar (positivamente ou negativamente). A sua materialização estará traduzida num conjunto de diagramas causais e modelos lógicos do mapeamento do valor público, bem como num referencial explicativo do funcionamento deste ecossistema, nomeadamente no que concerne aos atributos específicos do processo de reforço do valor público dos fundos europeus em Portugal e respetivos fatores críticos.

A segunda etapa está centrada na realização do quarto método e corresponde à realização de três Painéis de Peritos. Estes serão constituídos por um *mix* de profissionais com atuação direta no domínio da comunicação social em geral ou especificamente da comunicação dos fundos europeus, bem como de investigadores ou especialistas nos domínios tratados. Serão realizados três painéis de peritos organizados em função de três áreas de atuação na produção, partilha e classificação de informação: i) meios de comunicação jornalística; ii) meios de comunicação em redes e media sociais; iii) e rede de comunicação dos fundos europeus. Os painéis de peritos serão utilizados, desde logo, para triangular a componente mais conceptual e investigativa do projeto, com a componente final que é mais propositiva. Neste sentido, os painéis de peritos destinam-se, primeiro, a avaliar a validade das proposições decorrentes das etapas anteriores (Mapeamento do Valor Público - Estádio I) e a validar / aprofundar os fatores críticos presentes no processo de reforço do valor público dos fundos europeus em Portugal e, segundo, à incorporação de uma grande quantidade de experiências prévias de peritos e organizações. Espera-se ainda a identificação de juízos de valor e conclusões generalizadas sobre as estratégias de reforço da comunicação dos fundos europeus e potenciais propostas de ação no domínio da capacitação de públicos-alvo relevantes neste domínio. A Etapa 2 será finalizada com a produção de uma nova versão do Mapeamento do Valor Público (Estádio II) que servirá de base para o desenho da estratégia relativa às opções para uma comunicação centrada no reforço do valor público e na identificação de propostas de ação para capacitação de públicos-alvo relevantes prevista na parte final do projeto (Etapa 3).

## 4. Resultados esperados e desafios de inovação

Os principais resultados esperados decorrem dos seus objetivos e serão consubstanciados essencialmente em dois domínios específicos:

- **Atributos específicos e fatores críticos:** identificação dos atributos específicos do processo de criação do valor público dos fundos europeus em Portugal e da forma como a comunicação dos mesmos está a impulsionar (ou não) o conhecimento dos cidadãos em relação a estas políticas em geral (e por inerência ao processo de integração europeia) e identificação dos fatores críticos que possam estar a cercear um processo de maior notoriedade e identificação das políticas comunitárias junto dos cidadãos.
- **Operacionalização:** construção de uma estratégia que permita alcançar um *boost* comunicacional dos fundos europeus assente em duas componentes essenciais, uma primeira focada nas opções mais adequadas para uma comunicação dos fundos que maximize o reforço do seu valor público na perspetiva dos cidadãos e, uma segunda, destinada à identificação de propostas de ação para a capacitação de públicos-alvo que possam ter um papel relevante neste processo (e que para tal devem ser mobilizados).

A natureza inovadora do projeto pode ser entendida também desde duas perspetivas distintas, mas profundamente interligadas, sendo a primeira a perspetiva científica. O seu desenho tem como grande referência os trabalhos resultantes do projeto COHESIFY, designadamente no que concerne ao quadro conceptual das dimensões do valor público, acrescentando alguns elementos diferenciadores que acreditamos terem um potencial de inovação ao nível do desenho metodológico e dos resultados esperados. Por exemplo: i) vai permitir (ou obrigar a) recentrar o quadro conceptual do valor público dos fundos europeus na questão do esforço de comunicação das políticas europeias, de modo a tentar perceber o enquadramento da "comunicação" não só dentro do processo de perceção do valor público, mas também a conceptualizar o papel da "comunicação" como produtor (ou destruidor) deste; ii) recorre à utilização de uma ferramenta analítica específica deste tipo de análises (mapeamento do valor público), que será construída com uma abordagem metodológica própria e especificamente orientada para o desenho de

estratégias de ação; iii) possibilita a construção de modelos analíticos do funcionamento das cadeias causais que decorrem das ações de comunicação das políticas, obtendo desta forma uma imagem abrangente do funcionamento do ecossistema que caracteriza o processo de reforço do valor público dos fundos europeus em Portugal, bem como a identificação dos vários fatores que influenciam este processo e as atividades que o podem direcionar (positivamente ou negativamente).

Em segundo lugar temos a perspetiva operacional. Neste caso, pensamos que os resultados deste projeto possibilitam o desenvolvimento de aspetos inovadores face ao que já tem sido implementado ao nível da comunicação dos fundos, não tanto pela ação direta - uma a materialização da dimensão mais direta e objetiva da estratégia passará sempre pela implementação em concreto das ações de capacitação junto dos públicos-alvo - mas acima de tudo pelo potencial de conhecimento e aprendizagem que pode fornecer para um melhor desenho, implementação e avaliação dos esforços de comunicação do PT2030. O acesso por parte da "Rede de Comunicação do PT2030" a um quadro explicativo e fundamentado sobre as melhores opções para uma comunicação centrada no reforço do valor público e na identificação dos públicos-alvo mais adequados para a corporizar, constituirá certamente uma ferramenta útil para uma comunicação mais eficaz e focada dos fundos europeus.

## **5. Bibliografia**

- Aiello, V., Reverberi, P. M., & Brasili, C. (2019). European identity and citizens' support for the EU: Testing the utilitarian approach. *Regional Science Policy & Practice*, 11(4), 673-693.
- Aivazidou, E., Cunico, G. & Mollona, E. (2018). Report on causal qualitative model. Deliverable 6.1 PERCEIVE project.
- Aivazidou, E., Cunico, G. & Mollona, E. (2019). Report with analysis of model behaviour and scenario analysis. Deliverable 6.3 PERCEIVE project.
- Alford, J., & Yates, S. (2014). Mapping public value processes. *International Journal of Public Sector Management*, 27(4), 334-352.
- Alford, J., & Yates, S. (2014). Mapping public value processes. *International Journal of Public Sector Management*, 27(4), 334-352.

- Alon-Barkat, S. (2020). Can government public communications elicit undue trust? Exploring the interaction between symbols and substantive information in communications. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 30(1), 77-95.
- Andersen, L. B., Jørgensen, T. B., Kjeldsen, A. M., Pedersen, L. H., & Vrangbæk, K. (2013). Public values and public service motivation: Conceptual and empirical relationships. *The American Review of Public Administration*, 43(3), 292-311.
- Bache, I. (2010). Partnership as an EU policy instrument: A political history. *West European Politics*, 33(1), 58-74.
- Bachtler, J. & Mendez, C. (2018). Handbook of Communications - Proposals for a new communication strategy for Cohesion Policy. Deliverable 5.4. The COHESIFY project.
- Bala, B. K., Arshad, F. M., & Noh, K. M. (2017). System dynamics. Modelling and Simulation. Singapore: Springer Nature.
- Barberio, V., Kuric, I., Höllerer, M., Mollona, E., & Pareschi, L. (2017). Descriptive report on the specific role of new media in EU financed projects' communication strategies. PERCEIVE project-Deliverable D3.3. December 2017.
- Barberio, V., Kuric, I., Mollona, E., & Pareschi, L. (2020). The use of social media in EU policy communication and implications for the emergence of a European public sphere. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (46), 111-129.
- Barca, F., McCann, P., & Rodríguez-Pose, A. (2012). The case for regional development intervention: place-based versus place-neutral approaches. *Journal of regional science*, 52(1), 134-152.
- Barroso, S. (coord.) (2022). Roteiro para a capacitação do ecossistema dos fundos da política da coesão para o período 2021-2027 - Relatório Final. CEDRU/EY-Parthenon Lisbon/AD&C.
- Befani B (2012) Models of causality and causal inference. Broadening the range of designs and methods for impact evaluation. Available at: <https://mande.co.uk/wp-content/uploads/2022/06/Models-of-Causality-and-Causal-Inference.pdf> (accessed 14 December 2023).
- Benington, J. (2011). From private choice to public value. *Public value: Theory and practice*, 31-51.
- Bergbauer, S. (2018). Explaining European Identity Formation. Springer.
- Borz, G., Brandenburg, H., & Mendez, C. (2018). The Impact of EU Cohesion Policy on European identity: Results from the COHESIFY citizen survey. COHESIFY Research Paper 13. The COHESIFY project.

- Borz, G., Brandenburg, H., & Mendez, C. (2022). The impact of EU Cohesion Policy on European identity: A comparative analysis of EU regions. *European Union Politics*, 23(2), 259-281.
- Bozeman, B. (2007). *Public values and public interest: Counterbalancing economic individualism*. Georgetown University Press.
- Bozeman, B. (2019). Public values: Citizens' perspective. *Public Management Review*, 21(6), 817-838..
- Bozeman, B., & Sarewitz, D. (2011). Public value mapping and science policy evaluation. *Minerva*, 49, 1-23.
- Bozeman, B., & Sarewitz, D. (2011). Public value mapping and science policy evaluation. *Minerva*, 49, 1-23.
- Bracci, E., Papi, L., Bigoni, M., Deidda Gagliardo, E., & Bruns, H. J. (2019). Public value and public sector accounting research: a structured literature review. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 31(1), 103-136.
- Brasili, C., Calia, P., & Monasterolo, I. (2019). Mapping citizens' identification with the EU. *Regional Science Policy & Practice*, 11(4), 655-672.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (2014). Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management. *Public administration review*, 74(4), 445-456.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (Eds.). (2015a). *Public value and public administration*. Georgetown University Press.
- Capello, R., & Perucca, G. (2018). Understanding citizen perception of European Union Cohesion Policy: the role of the local context. *Regional Studies*, 52(11), 1451-1463.
- Carrascosa, J. M., Mendez, C., & Triga, V. (2020). EU Cohesion policy in the media: A computational text analysis of online news, user comments and social media. COHESIFY Research Paper 12. The COHESIFY project.
- Corchado, L., Fernández, N., Martín, F., & Méndez, C. (2018). A Comparative Analysis of Cohesion Policy Communication Strategies. COHESIFY Research Paper 11. The COHESIFY project.
- Cunico, G., Aivazidou, E., & Mollona, E. (2020). European Cohesion Policy performance and citizens' awareness: A holistic System Dynamics framework. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (46), 131-162.
- Cunico, G., Aivazidou, E., & Mollona, E. (2020). European Cohesion Policy performance and citizens' awareness: A holistic System Dynamics framework. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (46), 131-162

- Cunico, G., Aivazidou, E., & Mollona, E. (2023). Investigating supply and demand in European Cohesion Policy: micro-foundations of macro-behaviours. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-31.
- Cyr, J. (2019). *Focus groups for the social science researcher*. Cambridge University Press.
- Dąbrowski, M., Spaans, M., Fernandez-Maldonado, A. M., & Rocco, R. (2021). Cohesion Policy and the citizens' perceptions of the EU: the role of communication and implementation. *European Planning Studies*, 29(5), 827-843.
- European Commission (2021). *Citizens' awareness and perception of EU regional policy*. Flash Eurobarometer 497, European Commission.
- Gabel, M., & Palmer, H. D. (1995). Understanding variation in public support for European integration. *European Journal of political research*, 27(1), 3-19.
- Hartley, J., Alford, J., Hughes, O., & Yates, S. (2015). Public value and political astuteness in the work of public managers: The art of the possible. *Public Administration*, 93(1), 195-211.
- Hartley, J., Alford, J., Knies, E. & Douglas, S. (2017). Towards an Empirical Research Agenda for Public Value Theory. *Public Management Review*, 19 (5): 670-685.
- Hernández, E., & Pannico, R. (2020). The impact of EU institutional advertising on public support for European integration. *European Union Politics*, 21(4), 569-589.
- Irfan, A., Rasli, A., Sulaiman, Z., Sami, A., & Qureshi, M. I. (2019). The influence of social media on public value: A systematic review of past decade. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(1), 1-6.
- Jenal M and Liesner M (2017) *Causality and attribution in market systems development*. Report, The BEAM Exchange, March 2017.
- Jensen, T. B., Waldorff, S. B., & Kornberger, M. (2023). Rethinking value in public management. *International Journal of Management Reviews*. 1-15.
- Jörg T (2021) *Generative complexity in a complex generative World*. Cham: Springer International Publishing.
- Jørgensen, T. B., & Bozeman, B. (2007). Public values: An inventory. *Administration & Society*, 39(3), 354-381.
- Karens, R., Eshuis, J., Klijn, E. H., & Voets, J. (2016). The impact of public branding: An experimental study on the effects of branding policy on citizen trust. *Public Administration Review*, 76(3), 486-494.
- Li, S. (2022). Public value account: Establishment and application. *International Journal of Public Administration*, 45(7), 537-547.

- Lin, G., Palopoli, M. & Dadwal, V. (2020). From causal loop diagrams to system dynamics models in a data-rich ecosystem. In L. A. Celi, M. S. Majumder, P. Ordóñez, J. S. Osorio, K. E. Paik & M. Somai. Leveraging data science for global health (pp. 77-98). Cham: Springer Nature.
- Lopez-Bazo, E., & Royuela, V. (2017). Mapping the determinants of EU citizen's perception and identification. Deliverable 2.2 PERCEIVE project.
- Lopez-Bazo, E., & Royuela, V. (2020). Understanding the process of creation of European identity: the role of Cohesion Policy. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (46), 51-70.
- Marques, F. C., Ferreira, F. A., Zopounidis, C., & Banaitis, A. (2022). A system dynamics-based approach to determinants of family business growth. *Annals of Operations Research*, 1-21.
- Mendez, C. & Brachtler, J. (2016). European Identity and Citizen Attitudes to Cohesion Policy: What do We Know?. COHESIFY Research Paper 1. [http://www.cohesify.eu/downloads/Cohesify\\_Research\\_Paper1.pdf](http://www.cohesify.eu/downloads/Cohesify_Research_Paper1.pdf).
- Mendez, C., Dozhdeva, V., & Bachtler, J. (2016). The Implementation of ESIF Communication Strategies in 2014-20: Are they Achieving Expectations?. IQ-Net Thematic Paper 39(3), European Policies Research Centre.
- Mendez, C., Pegan, A., & Triga, V. (2022). Creating public value in regional policy. Bringing citizens back in. *Public Management Review*, 1-25.
- Mendez, C., Vasiliki, T., Bachtler, J., Djouvas, C., Mendez, F. & Stier, S. (2019). The visibility and communication of cohesion policy in online media. European Parliament, Brussels.
- Meynhardt, T., & Bartholomes, S. (2011). (De) composing public value: In search of basic dimensions and common ground. *International Public Management Journal*, 14(3), 284-308.
- Meynhardt, T., & Jasinenko, A. (2020). Measuring public value: scale development and construct validation. *International Public Management Journal*, 24(2), 222-249.
- Meynhardt, T., & Jasinenko, A. (2021). Measuring public value: scale development and construct validation. *International Public Management Journal*, 24(2), 222-249.
- Mollona, E. (coord.) (2019). PERCEIVE - Guidelines on cohesion policy communication. European Policybrief, Ares(2019)7637891 - 12/12/2019.
- Moore, M. H. (1995). *Creating public value: Strategic management in government*. Harvard university press.

- Moore, M. H. (2013). *Recognizing public value*. Harvard University Press.
- Murschetz, P. C., Frantz, E., & Alm, N. (2023). Public Value for Public Service Media? A Case Study Analysis of Austria's ORF. In *CSR Communication in the Media: Media Management on Sustainability at a Global Level* (pp. 39-58). Cham: Springer International Publishing.
- Nabatchi, T. (2012). Putting the "public" back in public values research: Designing participation to identify and respond to values. *Public Administration Review*, 72(5), 699-708.
- OECD. (2019). *Public Value in Public Service Transformation Working with Change*. OECD Publishing.
- Olsson, J. (2003). Democracy paradoxes in multi-level governance: theorizing on structural fund system research. *Journal of European Public Policy*, 10(2), 283-300.
- Oonk, D., Kaul, M., Maurer, B., & Karwat, D. M. (2023). Public value mapping to assess and guide governmental investments in energy and environmental justice: Studying the United States Department of Energy. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 188, 113765.
- Oonk, D., Kaul, M., Maurer, B., & Karwat, D. M. (2023). Public value mapping to assess and guide governmental investments in energy and environmental justice: Studying the United States Department of Energy. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 188, 113765.
- Osterloh, S. (2011). *Can Regional Transfers Buy Public Support? Evidence from EU Structural Policy* (February 1, 2011). ZEW - Centre for European Economic Research Discussion Paper, No. 11-011. doi:10.2139/ssrn.1763267.
- Pawson R (2007) *Causality for beginners*. Unpublished Manuscript. Available at: [https://eprints.ncrm.ac.uk/245/1/Causality\\_for\\_Beginners\\_Dec\\_07.doc](https://eprints.ncrm.ac.uk/245/1/Causality_for_Beginners_Dec_07.doc) (accessed 14 December 2023).
- Pawson R (2007) *Causality for beginners*. Unpublished Manuscript. Available at: [https://eprints.ncrm.ac.uk/245/1/Causality\\_for\\_Beginners\\_Dec\\_07.doc](https://eprints.ncrm.ac.uk/245/1/Causality_for_Beginners_Dec_07.doc) (accessed 14 December 2023).
- Pegan, A., Mendez, C. & Triga, V. (2018). What do Citizens Think of Cohesion Policy and Does it Matter for European identity?: A Comparative Focus Group Analysis. COHESIFY Research Paper 13. The COHESIFY project.
- Powell, S., Copestake, J., & Remnant, F. (2023). Causal mapping for evaluators. *Evaluation*, 13563890231196601.

- Rolfe S, Garnham L, Godwin J, et al. (2020) Housing as a social determinant of health and wellbeing: developing an empirically-informed realist theoretical framework. *BMC Public Health* 20(1): 1-19.
- Sami, A., Jusoh, A., Nor, K. M., Irfan, A., & Qureshi, M. I. (2018). Systematic review of public value. *Journal of public value and administrative insight*, 1(1), 1-6.
- Sanz, J. (2020). Las aportaciones de las revisiones sistemáticas de la literatura al diseño de las políticas públicas. *Guía práctica* 16. Ivàlua.
- Shin, D. H., & Lee, M. K. (2017). Public value mapping of network neutrality: Public values and net neutrality in Korea. *Telecommunications Policy*, 41(3), 208-224.
- Shin, D. H., & Lee, M. K. (2017). Public value mapping of network neutrality: Public values and net neutrality in Korea. *Telecommunications Policy*, 41(3), 208-224.
- Silva, P & Flores, I. (2021). Os fundos europeus e as políticas públicas em Portugal: sondagem uso dos fundos europeus, *Fórum das Políticas Públicas*, IPPS-IUL, 29 de outubro de 2021.
- Slade, C. P. (2011). Exploring societal impact of nanomedicine using public value mapping. *Minerva*, 49, 71-86.
- Stoker, G. (2006). Public value management: A new narrative for networked governance?. *The American review of public administration*, 36(1), 41-57.
- Teodoro, M. P., & An, S. H. (2018). Citizen-based brand equity: A model and experimental evaluation. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 28(3), 321-338.
- Triga, V. & Vadratsikas, K. (2018). Framing of Cohesion Policy. *COHESIFY Research Paper 9*. The COHESIFY project.
- Van der Wal, Z., De Graaf, G., & Lasthuizen, K. (2008). What's valued most? Similarities and differences between the organizational values of the public and private sector. *Public administration*, 86(2), 465-482.
- Van Der Zwet, A., Bachtler, J., Ferry, M., McMaster, I., & Miller, S. (2017). Strategies for integrated development: how are ESIF adding value in 2014-20?. *Publications Office of the European Union*.
- Welch, J., Rimes, H. & Bozeman, B. (2015). Public value mapping. In: J. M. Bryson, B. C. Crosby & L. Bloomberg, (eds.). *Public value and public administration*, (pp. 131-146). Georgetown University Press.