

RELATÓRIO DE PROGRESSO

Relatório de 2009 sobre o Questionário dos Indicadores de Avaliação aos Membros da ABMP

Resumo Executivo

Os dados apresentados neste questionário dos indicadores de avaliação são extraídos de um questionário preenchido pelas empresas afiliadas à ABMP (Parceria dos Media Africanos de Difusão Contra o VIH e SIDA). 63 das empresas afiliadas, ou 83% das amostras elegíveis, submeteram as suas respostas ao questionário dos indicadores de avaliação. De maneira geral, os resultados reflectem um contínuo nível elevado de dedicação, por parte das empresas afiliadas, aos objectivos da ABMP e à sua institucionalização. Mais notável é a constante, sustentável e crescente dedicação de tempo de antena, juntamente com mais liderança por parte do sector público na luta contra o VIH/SIDA.

O Questionário dos indicadores de avaliação está dividido em 5 categorias principais, concentrando-se nos cinco objectivos principais da Declaração de *Old Fort* de 2005 (o documento fundador ABMP), que são:

- A. Desenvolver políticas, estratégias e estruturas para assegurar a integração do VIH /SIDA como uma prioridade de actividade principal da empresa.
- B. Dedicar recursos, incluindo financeiros, técnicos e outras competências, dos seus recursos próprios existentes para apoiar o objectivo acima mencionado(a).
- C. Identificar e desenvolver conteúdo para programas de vários estilos e planos com mensagens consistentes, claras e directas dentro de um enquadramento de comunicações abrangente para a redução do HIV.
- D. Participar com o governo e outros parceiros nacionais e coordenar campanhas no seio dos próprios países contra o VIH/SIDA e obter recursos adicionais para apoiar estes objectivos.
- E. Comprometer-se a um mínimo de 5% de tempo de antena por dia, numa programação diária de 18 horas (das 06h00 às 24h00), sendo metade durante o horário nobre e o resto durante o resto da programação em todas as estações emissoras e em todos os formatos de programas.

Resultados Chave:

Os principais resultados da sondagem podem ser resumidos da seguinte maneira:

Integrar o VIH/SIDA como parte do Planeamento e Estratégia de Negócio

- 79% das empresas que responderam informaram que integraram o VIH/SIDA como parte da estratégia de negócio da empresa. Este valor é ligeiramente acima dos 77% em 2008.

Alocação/Distribuição de Recursos

- O número de empresas que confirma ter pessoal engajado e recursos de produção (66%) mostra uma queda pela primeira vez em três anos. No entanto, o número de empresas que dedicam mais de 20% do orçamento global anual ao apoio da programação relacionada com o VIH / SIDA subiu de 47% em 2008 para 64% em 2009.

Conteúdo

- 48% das empresas indicaram que possuem uma estratégia de comunicação escrita sobre o VIH/SIDA. Acima dos 43% em 2008. As empresas também indicaram a integração de temas e mensagens sobre o VIH / SIDA para programas de vários tipos e em quase todas as plataformas e géneros.

Liderança

- A liderança pública em torno do VIH/SIDA também sofreu um grande avanço ao longo do ano passado, de 64% em 2008 para 83% em 2009. Um resultado é que 72% das empresas indicam que esperam um aumento no apoio do governo para a difusão dos programas relativos ao VIH / SIDA durante dos próximos 12 meses.

Tempo de Antena

- 80% das empresas apresentaram um aumento no tempo de antena dedicado à programação relativa ao VIH /SIDA ao longo do ano passado e mais de 81% das empresas dizem que dedicaram 5% ou mais do tempo de antena diário a conteúdos relacionados com VIH /SIDA. 95% das empresas afirmaram que esperam que o tempo de antena dedicado ao VIH/SIDA continue a aumentar no próximo ano.

O acompanhamento anual do desempenho das empresas afiliadas da parceria ABMP, em função dos objectivos fundamentais da parceria, indica um aumento de ano para ano no engajamento e crescente institucionalização do esforço dos últimos quatro anos.

Resumo das conclusões da sondagem anual dos membros da ABMP (conduzida em Junho) tendo em conta a dedicação nos últimos 12 meses.

(Nota: Como o ABMP começou em Setembro de 2005, os resultados de 2006 reflectem os 9 meses anteriores em vez de 12 meses como é o caso dos outros.)

	2006	2007	2008	2009
# Empresas Emissoras Membros da ABMP	37	50	57	61
# Países Representados no ABMP	30	32	35	38
% dos membros dedicando, pelo menos, 5% de tempo de antena ao VIH/SIDA conforme compromisso com ABMP	59%	71%	84%	81%
LIDERANÇA				
Integrou VIH/SIDA como parte de estratégia de negócio?	63%	76%	77%	79%
Se "Sim" como resposta aos objectivos da ABMP?	25%	29%	41%	67%
Se "Sim" A posição da empresa sobre VIH/SIDA como um assunto estratégico principal tem sido				
- Documentada?	38%	56%	57%	65%
- Comunicada a todos os empregados?	42%	67%	74%	76%
- Comunicada publicamente fora da empresa?	25%	51%	57%	75%
Políticas escritas, sobre VIH/SIDA, para os funcionários?	54%	58%	57%	64%
Se "Sim" foi comunicado a todos os empregados?	29%	59%	80%	90%
Nos últimos 12 meses foram envidados esforços para discussão de coordenação da ABMP com...				
- Membros do Governo?	75%	60%	77%	71%
- ONGs?	83%	67%	75%	71%
ALOCAÇÃO DE RECURSOS				
Orçamento anual para produção de programas relacionados com VIH/SIDA?	58%	49%	58%	66%
Se "Sim" houve aumento em relação aos anos anteriores?	46%	40%	71%	67%
Para além do tempo de antena foram investidos recursos financeiros, técnicos, ou outros?	67%	69%	77%	66%
Se "Sim", houve aumento em relação aos anos anteriores?	58%	58%	85%	75%
CONTEÚDO				
Tem escrita uma estratégia de comunicação e programação sobre o VIH/SIDA?	33%	36%	43%	48%
Incluído mensagens relacionadas com VIH/SIDA nos formatos seguintes:				
- Anúncios de Serviços Públicos (PSAs)?	83%	93%	92%	89%
- Noticiários?	88%	91%	94%	94%
- Divertimentos (Música/Desporto/Teatro/ Comédia/ Shows ao Vivo)?	58%	45%	50%	46%
- Outros (Programas interactivos/Em forma de Revista/Documentários)	85%	86%	82%	78%
Aumento, em relação ao ano anterior, na dedicação de tempo de antena a programas sobre VIH/SIDA cujo conteúdo é relacionado com VIH/SIDA?	67%	78%	89%	80%
Se "Sim", o aumento é em resposta aos objectivos da ABMP?	67%	82%	85%	91%
Prevê, para o próximo ano, um aumento em tempo de antena para programas relacionados com VIH/SIDA?	96%	98%	98%	95%