

Instituto Politécnico de Portalegre

Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

Relatório de Estágio

As redes sociais na comunicação das autarquias locais – Estudo de caso, Câmara Municipal de Abrantes

Docente Orientador: Professora Doutora Cláudia Pacheco

Discente: Ana Catarina Alves Alexandre

Julho 2024

Instituto Politécnico de Portalegre

Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

Relatório de Estágio para obtenção do grau de Mestre em Média e Sociedade

Curso de Segundo Ciclo de Estudos

As redes sociais na comunicação das autarquias locais – Estudo de caso, Câmara Municipal de Abrantes

Docente Orientador: Professora Doutora Cláudia Pacheco

Discente: Ana Catarina Alves Alexandre

Julho 2024

Constituição do Júri

Presidente: Professor Doutor Joaquim Luís Rodrigues Bonixe

Arguente: Professora Doutora Rita Andreia Monteiro Mourão

Orientador: Professora Doutora Cláudia Liz de Castro Pacheco

À medida que o conhecimento aumenta, o espanto se aprofunda.

Charles Morgan

Agradecimentos

Gostaria de agradecer em primeiro lugar à minha família, pelo incentivo e apoio nesta caminhada. Ao meu marido e companheiro pela resiliência e espírito crítico, ao meu filho e aos meus pais pelo amor incondicional.

À minha orientadora Professora Doutora Cláudia Pacheco, pela disponibilidade e acompanhamento durante todo o processo de realização deste trabalho.

A todos os elementos da Câmara Municipal de Abrantes, que se cruzaram comigo durante este estágio, em especial à coordenadora Dra. Graça Veiga e aos colegas Margarida Serôdio e Carlos Grácio, que tornaram este trabalho mais leve e divertido.

Resumo

A utilização das redes sociais nas estratégias de comunicação das instituições públicas tornou-se cada vez mais importante nos últimos anos. Este estudo pretende aferir o papel das redes sociais na comunicação institucional da Câmara Municipal de Abrantes (CMA). O estudo foi realizado através de um estágio curricular no Departamento de Comunicação da CMA, que ocorreu entre 6 de outubro de 2022 e 5 de janeiro de 2023. Durante este período, foram realizadas diversas atividades relacionadas com a comunicação institucional, com foco na comunicação digital desta instituição. O principal objetivo foi demonstrar a importância do uso das redes sociais na comunicação das instituições públicas. Foi realizada uma análise estatística das várias plataformas de redes sociais utilizadas pela CMA para divulgar e promover as suas diversas áreas de atuação. O estudo destaca a importância das redes sociais em estabelecer um canal de diálogo entre a administração pública e os cidadãos, permitindo que estes acedam às informações necessárias para exercer plenamente a sua cidadania. Além disso, a comunicação eficiente contribui para construir uma imagem positiva da entidade perante a sociedade e fortalece a confiança dos cidadãos nas ações do governo local. Os resultados deste estudo fornecem perspetivas importantes sobre o uso das redes sociais pelas instituições públicas e o seu impacto nas práticas da comunicação institucional.

Palavras-chave: Redes sociais; municípios; comunicação, instituições públicas, cidadania

Abstract

In recent years, the use of social media in the communication strategies of public institutions has become increasingly important. This study assesses the role of social media in the institutional communication of the Abrantes City Council (CMA). The study was conducted through a curricular internship in the CMA's Communication Department, which took place between October 6, 2022, and January 5, 2023. During this period, various activities related to institutional communication were conducted, focusing on digital communication. The main objective of this study was to demonstrate the importance of using social media in the communication of public institutions. Statistical analysis was carried out on the various social media platforms used by the CMA to publicize and promote its various areas of activity. The study highlights the importance of social media in establishing a channel for dialogue between public administration and citizens, allowing them to access the information they need to fully exercise their citizenship. In addition, efficient communication contributes to building a positive image of an entity in society and strengthens citizens' trust in the actions of the local government. The results of this study provide important insights into public institutions' use of social networks and their impact on institutional communication practices.

Keywords: Social networks; municipalities; communication, public institutions, citizenship

Lista de Abreviaturas

CMA – Câmara Municipal de Abrantes

GC – Gabinete de Comunicação

Índice

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	ENQUADRAMENTO TEÓRICO	11
2.1	A COMUNICAÇÃO COMO INFORMAÇÃO	12
2.2	A RÁDIO-DIFUSÃO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO.....	14
2.3	COMUNICAÇÃO DIGITAL E “CIBERESPAÇO”	15
2.4	AS REDES SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	16
2.5	AS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E A COMUNICAÇÃO.....	17
2.6	A COMUNICAÇÃO APLICADA AOS MUNICÍPIOS.	19
3	CARACTERIZAÇÃO DA ENTIDADE.....	21
3.1	MUNICÍPIO DE ABRANTES	21
3.2	CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES	22
4	ESTÁGIO	25
5	METODOLOGIA	38
5.1	ANÁLISE DE DADOS	39
6	ANÁLISE CRÍTICA.....	41
7	CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E LINHAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURAS.....	42
8	REFERÊNCIAS	43
9	ANEXOS	46

Índices (imagens, gráficos, quadros, tabelas...)

ANEXO 1 - TEXTO ABERTURA DE ANO LETIVO	46
ANEXO 2 - TEXTO CONGRESSO DO DESPORTO	47
ANEXO 3 - TEXTO ACADEMIA 100 FIOS	47

1 Introdução

No âmbito do Mestrado em Média e Sociedade, realizado no Instituto Politécnico de Portalegre, das opções disponibilizadas para o trabalho do segundo ano, optou-se pela realização de um estágio curricular no departamento de comunicação, da Câmara Municipal de Abrantes (CMA), com um total de quatrocentas e cinquenta horas, executado entre o dia seis de outubro de 2022 e o dia cinco de janeiro de 2023. Na sequência do estágio apresenta-se o relatório que visa compilar as atividades desenvolvidas durante o mesmo, estabelecendo uma relação entre a componente teórica-científica e a prática em contexto de trabalho. Neste caso, o objeto de estudo focou-se na importância das redes sociais na comunicação autárquica, tendo sido definida como questão de partida: Qual a importância do uso das redes sociais na comunicação das instituições públicas?

Durante o estágio curricular na CMA, foram realizadas diversas atividades que proporcionaram uma experiência enriquecedora e contribuíram para o desenvolvimento profissional da estagiária.

A comunicação nas instituições públicas é fundamental para garantir a transparência e eficiência na prestação de serviços à população. Neste estudo de caso, analisaremos a comunicação da CMA, particularmente no que se refere à comunicação digital, procurando compreender como esta instituição comunica com os cidadãos e quais os desafios desse processo. Durante o estágio curricular foi possível observar e participar ativamente das atividades relacionadas com a comunicação institucional. A relevância deste tipo de comunicação está relacionada com a criação de um canal de diálogo entre a administração pública e os cidadãos, permitindo que estes tenham acesso às informações necessárias para exercerem plenamente a sua cidadania. Além disso, uma comunicação eficiente contribui para a construção de uma imagem positiva da entidade perante a sociedade e fortalece a confiança dos cidadãos nas ações do poder autárquico. O relatório encontra-se estruturado em 7 capítulos, incluindo as referências bibliográficas e anexos, a saber: Introdução, Enquadramento teórico, Caracterização da entidade, Estágio, Metodologia, Análise crítica e Conclusão

2 Enquadramento teórico

A comunicação institucional assume um papel crucial na sociedade contemporânea, servindo como ponte entre as organizações e os seus diversos públicos. Mediante um conjunto de estratégias e ferramentas, as instituições constroem e gerem a sua imagem, reputação e relacionamentos com *stakeholders*, influenciando a perceção do público sobre as suas atividades, valores e missão. Este enquadramento teórico visa apresentar um panorama

sobre a comunicação, em particular a institucional, explorando as suas principais definições, características, funções e desafios. Para tal, serão abordadas diferentes perspectivas teóricas, procurando fornecer uma compreensão profunda dos elementos que compõem essa área complexa e dinâmica, relacionando a comunicação como informação no âmbito da mensagem político-institucional.

2.1 A Revolução Tecnológica e o Impacto na Comunicação Social

A comunicação sempre existiu. A comunicação é a procura de relacionamentos e partilhas com outras pessoas. Isso pode ser um símbolo de modernidade, democracia e liberdade, e pode ser encontrado em todas as áreas e atividades sociais (Wolton, 2008). A comunicação também se deve adequar aos diferentes modelos culturais e sociais, o que significa que não se comunica da mesma maneira no Norte, no Sul, no Leste ou no Oeste. Se "*informação é comunicação em potencial*", não há comunicação sem informação (Hohlfeldt et al., 2001). O conteúdo da informação, a comunicação e a maneira como queremos transmitir a mensagem são cada vez mais importantes num mundo cada vez mais interligado. Nas últimas duas décadas, a evolução das tecnologias de informação e comunicação levou a comunicação a níveis nunca vistos. A massificação dos canais de distribuição *online* e o crescimento da *internet* como canal predominante permitiram que a comunicação em rede atingisse um alcance inimaginável. Castells (2011) identifica três características de um novo paradigma que indicia o caminho para uma transformação social. A primeira é que a informação é a sua essência, servindo a tecnologia para agir sobre a informação, e não apenas informação para agir sobre tecnologia. A segunda fala sobre a "*penetrabilidade*" dos efeitos das novas tecnologias. Todos os processos da nossa existência individual e coletiva são diretamente influenciados pelo novo meio-tecnológico, pois a informação é uma parte essencial da atividade humana. A terceira, aborda a lógica das redes dessas novas tecnologias de informação. Essas redes podem ser encontradas em qualquer sistema ou conjunto de relações. A morfologia da rede parece funcionar bem com a complexidade crescente das interações e os modelos de desenvolvimento imprevisíveis gerados pelo poder criativo dessas interações. Por outro lado, o autor refere também que o paradigma das tecnologias da informação assenta na flexibilidade, alegando que organizações e instituições podem ser alteradas e modificadas fruto da sua influência, sendo um aspeto decisivo numa sociedade em constante mudança. Daniel Bell e Manuel Castells, são dois dos mais importantes teóricos sobre a evolução da informação. Pela sua importância nesta área, Duff (2022) realizou uma investigação confrontando as teorias destes dois grandes pensadores, concluindo que, tanto Bell como Castells veem a evolução da informação como uma força significativa que forma e molda a sociedade contemporânea. Reconhecem o princípio de uma

nova revolução através das tecnologias de informação como um grande desenvolvimento comparável à revolução industrial. Bell, inicialmente cético quanto ao descritor "sociedade da informação", mais tarde reconheceu o surgimento de um novo quadro social baseado em telecomunicações que teria impacto sobre as trocas económicas e sociais, a criação de conhecimento, ocupações e trabalho. Castells, por outro lado, abraçou o conceito da sociedade da informação e desenvolveu as teorias do "espaço dos fluxos"¹ e do "tempo atemporal"² para justificar o seu impacto. Duff (2022) refere também que ambos os teóricos enfatizam o papel instrumental das tecnologias da informação e das telecomunicações na reestruturação da sociedade. Reconhecem que as forças económicas e culturais interagem com a tecnologia, moldando-a e sendo moldada por ela. Bell e Castells argumentam que a revolução da informação, com a reestruturação do capitalismo, desempenha um papel crucial na explicação das mudanças sociais. Ambos destacam a importância das redes na era da informação, com Castells teorizando sobre a sociedade em rede (Castells, 2002) e mapeando vários tipos de redes. Enquanto Bell e Castells compartilham muitas semelhanças nas visões sobre a evolução da informação, há também diferenças notáveis. Castells vai mais longe do que Bell, elaborando teorias como a cidade de informação e o papel das redes de base, trazendo uma perspetiva Kantiana³ para a sua análise, explorando conceitos como o espaço de fluxos. Em geral, tanto Bell como Castells veem a evolução da informação como uma força transformadora que forma a sociedade, mas Castells fornece uma análise mais profunda. Serra (2007) por seu lado, refere que: *“o século XX é o da comunicação social, explicando, desde logo, pelo facto, de que, e utilizando as distinções de McLuhan⁴, após séculos em que vigoraram a “aldeia tribal”, dominada pela oralidade, e a “galáxia Gutenberg”, dominada pela escrita e sobretudo pela imprensa (livros, jornais), surge a “galáxia Marconi”, dominada pelos meios eletrónicos como o telefone, o cinema, a rádio e a televisão e, mais recentemente, a Internet, que não só introduzem novas modalidades de comunicação como potenciam a níveis extremos a “comunicação de massas” surgida com os jornais dos finais do século XIX”*. No entanto, refere ainda o autor, é claro que a tecnologia não é o único fator que determina a relevância e o papel que a comunicação desempenhou no século XX. Além disso, é preciso considerar os seguintes fatores:

¹ O capitalismo da informação criou a Sociedade em Rede e submeteu o “Espaço dos Lugares” à pressão do “Espaço dos Fluxos”, espaço onde a informação se move (Alfieri, 2021).

² De acordo com Manuel Castells, é o tipo de tempo que ocorre quando há uma perturbação sistémica na ordem sequencial das práticas sociais desempenhadas num contexto específico, como a sociedade em rede.

³ A teoria de Kant refere que, apenas algumas vezes, é verdade que as ações são motivadas pelas crenças e desejos não racionais do agente. (Esteves, 2009)

⁴ Destacado educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadiano, conhecido por vislumbrar a Internet quase trinta anos antes de ser inventada.

- O fator económico, que se traduz no aumento da atividade produtiva e, talvez mais importante que isso, na substituição de um paradigma baseado na produção por um paradigma baseado no consumo de bens e serviços que, ao mesmo tempo, são cada vez mais "comunicacionais", culturais e informacionais, produzidos e divulgados por grandes corporações, muitas vezes de âmbito internacional;
- O fator político, que se concentra na afirmação da democracia como um regime político no qual o poder se exerce não através da violência, mas sim através da palavra e da comunicação em geral.

As novas tecnologias apresentam-se assim como um desafio à comunicação e à forma como a mesma tem evoluído, e continuará a evoluir no futuro.

2.2 A Radiodifusão como meio de publicitário.

A rádio é um meio de comunicação social com uma importância fundamental na sociedade. É um meio de comunicação acessível a todos, independentemente da classe social, nível de escolaridade ou localização geográfica. Historicamente a rádio tem o seu início nos anos 20 do Séc. XX, essencialmente de iniciativa privada, tendo, no entanto, seguido vias diferentes nos Estados Unidos da América (EUA) e na Europa. Se os americanos fizeram prevalecer o seu conceito de mercado nesse desenvolvimento, já no velho continente europeu a rádio tornar-se-ia uma arma política e ideológica com muito peso, tendo a sua propriedade, em muitos países, passado para a esfera estatal, sendo utilizada como meio de propaganda e informação durante a Primeira e a Segunda Guerra Mundial. Só mais tarde, após a Segunda Guerra Mundial, a rádio tomaria um novo rumo (Santos, 2013). Atualmente, segundo Cordeiro (2011), a rádio tem um impacto significativo no estilo de vida e na identidade social das pessoas. A rádio afeta os gostos e preferências das audiências através da transmissão de conteúdo, como música, programas de rádio e anúncios, influenciando o modo e estilo de vida dos ouvintes. A rádio como meio de comunicação social desempenha um conjunto de funções extremamente importantes na sociedade atual. Como meio de publicidade, a rádio é um meio rápido e eficaz para a divulgação de atividades e eventos culturais. É um meio importante para que as pessoas se mantenham informadas sobre o que acontece no mundo ao seu redor. A rádio pode também desempenhar um papel importante na promoção da cultura e da identidade local, regional ou nacional. A rádio desempenha um papel importante no contexto urbano como um difusor de cultura, permitindo que as pessoas se relacionem e compartilhem experiências através dela. É um importante suporte para a comunicação publicitária, permitindo a distribuição global de mensagens (Cordeiro, 2011). Um estudo recente da (Marketest, 2023), refere que, no primeiro semestre de 2023, 84,3% dos

portugueses responderam ter ouvido rádio pelo menos uma vez por semana, demonstrando a importância da rádio como meio de comunicação social e a sua capacidade para difundir informação.

Como complemento aos diversos canais digitais de comunicação, a rádio tem, na CMA, uma elevada importância na estratégia de comunicação desta entidade, sendo utilizada como meio de difusão das diversas iniciativas municipais de âmbito cultural e recreativo. Devido às características da população e a sua faixa etária, este ainda é um meio eficaz e importante de passar informação municipal à população.

2.3 Comunicação digital e “ciberespaço”

A *internet* veio mudar todo o paradigma do acesso à informação. As novas tecnologias vieram mudar não só o entretenimento e o lazer, mas também todas as vertentes da sociedade, desde o trabalho, à política, da atividade militar e policial ao consumo, comunicação e educação e toda a cultura em geral (Santaella, 2023). Como refere Wolton (2008b), o uso da *internet* através do computador, é uma forma de cultura que atravessa os países, as línguas e as classes sociais. O sentimento de liberdade desta nova aventura, é uma possibilidade de emancipação que se abre e uma via para se afastar das gerações precedentes que, das telecomunicações à informática, passando pelo audiovisual, davam a sensação de ter monopolizado o progresso técnico. É neste contexto que encontramos o termo “ciberespaço”, cunhado pelo escritor de ficção científica William Gibson no seu romance *Neuromancer*, de 1984. No livro, esse termo designa o universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, nova fronteira económica e cultural (Lévy, 1999). Relativamente ao surgimento deste novo espaço virtual, Lévy (1999) diz que é hoje um terreno onde funciona a humanidade. Um espaço de interação humana que já adquiriu uma enorme importância quer económica, quer científica e que vai certamente ampliar-se e estender-se a outros campos. O espaço cibernético é uma rede de todas as memórias informatizadas e de todos os computadores. Para Bergmann (2007), o ciberespaço agrega o espaço socialmente produzido, como resultado duma estrutura criada pelo desenvolvimento das tecnologias e pelas construções sociais resultantes das apropriações feitas pelos indivíduos. O potencial do ciberespaço seria a sua capacidade de fornecer uma comunicação rápida, livre e social que pode auxiliar na democratização dos meios de comunicação (Lemos, 2003). É assim, visto como uma dimensão de uma sociedade em rede, onde as relações sociais nesse espaço, embora virtuais, tendem a se concretizar no mundo real (Bergmann, 2007). Neste sentido, novas formas da sociedade surgem nestes ambientes virtuais, permitindo novas dinâmicas, novas formas de organização social. Com a massificação dos computadores digitais e a sua ligação em rede, acompanhada pela

propagação da *internet*, assistimos ao surgimento do movimento da cibercultura (Paudyal, 2023). A criação de realidades virtuais e comunicação por computador entre indivíduos que não se encontram, converge para a “desencarnação” digital, característica própria da cibercultura. Neste deslocamento do espaço físico para o ciberespaço e para o digital, assistimos a uma interconexão com os outros, partilha de conceitos, conversação digital. No fundo, estas tecnologias vieram influenciar o relacionamento com os outros, seja na forma política, cultural ou social. Para Lévy (1999) a cibercultura constitui o principal canal de comunicação e suporte da memória da humanidade, um novo espaço de socialização, comunicação e conhecimento. Desta forma, as cidades passam também a ter um espaço próprio neste novo ambiente, formando-se cidades virtuais. Este espaço virtual, torna-se uma extensão do espaço urbano, com comércio, escolas, bibliotecas, museus (Bergmann, 2007). Segundo a mesma autora, o ciberespaço e a cibercultura já fazem parte integrante da sociedade atual. Através da literatura podemos inferir que a cibercultura se tornou um "segundo mundo" que se integra na cultura urbana e facilita as interações sociais sem fronteiras através da realidade virtual.

2.4 As redes sociais e a comunicação institucional

As redes sociais desempenham um papel crucial na comunicação institucional, aumentando a visibilidade, a confiança e o envolvimento com o público, além disso, oferecem às instituições a capacidade de partilhar informações, interagir com as partes interessadas e monitorizar eficazmente o sentimento coletivo (Urse & Taseñte, 2023). A comunicação nas instituições públicas tornou-se cada vez mais importante na era digital. As plataformas de redes sociais como o Twitter, Facebook, YouTube e Instagram podem ser utilizadas para aumentar a sensibilização do público, promover mensagens-chave e interagir com as partes interessadas de uma forma direta e significativa (Urse & Taseñte, 2023). O Facebook, em particular, pode ser uma forma eficiente de informar o público sobre as atividades e programas das instituições públicas, construindo relações mais profundas com potenciais beneficiários (Câşloiu & Taseñte, 2023). Além disso, a análise de conteúdos visuais em canais institucionais de redes sociais enfatiza a necessidade de um melhor envolvimento, abordando questões sociais e políticas e potenciando o impacto emocional da comunicação com o público (Leone & Mura, 2020). As redes sociais desempenham um papel crucial na comunicação da administração pública, facilitando o intercâmbio de informações, aumentando a transparência e envolvimento com o público (Câşloiu & Taseñte, 2023; Gherheş & Cismaru, 2023; Kuzmina & Abramov, 2023). Estas redes permitem uma rápida disseminação de iniciativas de desenvolvimento, informação de serviço público e monitorização de feedback, fomentando a confiança e a transparência. Plataformas como o

Twitter, o Facebook e o YouTube auxiliam as instituições públicas a alcançar públicos mais amplos, partilhar mensagens-chave e interagir diretamente com as partes interessadas, criando relações mais informadas e de envolvimento com o público. A infraestrutura digital das redes sociais garante o envolvimento dos atores sociais em processos de comunicação essenciais para uma gestão pública eficaz e governabilidade na era digital. Geralmente, as redes sociais na comunicação da administração pública aumentam a visibilidade, a confiança, o diálogo e o envolvimento das partes interessadas, levando, em última análise, a estratégias de comunicação mais eficazes e eficientes (Kuzmina & Abramov, 2023).

2.5 As instituições públicas e a comunicação.

Comunicar é um processo fundamental que ocorre em todas as organizações, sejam empresas, governos ou outras entidades. Trata-se da troca de informações, ideias e mensagens entre indivíduos ou grupos. A comunicação organizacional é um processo intrincado com muitas práticas simbólicas que escondem uma aparente naturalidade visando criar uma comunidade étnica para gerar bens ou serviços e obter aceitação externa (Ruão, 2016). A comunicação pode ser entendida como uma prática que dá forma à organização e está intimamente ligada à sua cultura e identidade. No contexto de ambientes complexos, a comunicação desempenha um papel estratégico na obtenção dos objetivos e intenções das organizações (Cardoso, 2006). Também pode ser vista como uma ferramenta para a gestão e deve permitir que os indivíduos compartilhem ideias, comportamentos, atitudes e cultura organizacional. Além disso, a comunicação também se estende para além das organizações e permeia a sociedade, incluindo as interações entre o estado, o governo e os cidadãos. Este tipo de comunicação, conhecida como comunicação pública, envolve o fluxo de informação e a sua utilização para fins de cidadania. Ruão (2016) ressalta a importância da comunicação como um elemento central para o funcionamento eficaz das organizações, destacando o seu papel na coordenação de atividades, na construção de identidade organizacional e no alcance de objetivos estratégicos. A comunicação engloba os processos e práticas através dos quais a informação e o significado são trocados, tanto nas organizações como no contexto social mais amplo (Cardoso, 2006). O conceito de comunicação pública é complexo e tem diferentes significados dependendo do país, autor e contexto em que é usado. Trata-se de uma área que engloba uma ampla variedade de conhecimentos e atividades profissionais e ainda em processo de definição e compreensão. Ruão (2016) refere diferentes práticas de comunicação adotadas pelas organizações, incluindo comunicação interna e externa, gestão de crises, comunicação de *marketing*, comunicação intercultural, entre outras, destacando a importância de uma abordagem estratégica e integrada. Uma percepção sobre comunicação pública é que esta está relacionada com o conhecimento e as técnicas

de comunicação organizacional. Esta perspectiva enfatiza a relação entre comunicação e política, com ênfase na natureza pública da comunicação, e na importância da informação como bem público. Kunsch (2018) refere a comunicação estratégica como um processo que integra as atividades de comunicação das organizações com os seus objetivos e metas estratégicas. Isso implica uma abordagem planeada e deliberada da comunicação para alcançar resultados específicos. A autora destaca que a comunicação eficaz desempenha um papel crucial na persecução dos objetivos organizacionais e na construção de uma vantagem competitiva, enfatizando a necessidade de uma abordagem sistemática e integrada. Isso inclui a definição de objetivos claros, identificação de públicos-alvo, seleção de canais adequados e avaliação de resultados. Outra perspectiva vê a comunicação pública como uma forma científica de comunicação. Este ponto de vista reconhece a diversidade de significados e interpretações da comunicação pública e reconhece que o conceito continua a ser construído e definido. Existe também uma ligação entre a comunicação pública e a Comunicação do Estado ou Governamental. A comunicação pública é vista como separada da comunicação política e governamental, mas partilha um foco comum na comunicação cívica e o seu papel na democracia contemporânea (Brandão, 1998). É importante notar que, atualmente, não existe um consenso claro ou uma definição universalmente aceite de comunicação pública. O conceito continua em evolução e sujeito a debate e discussão em curso no campo dos estudos de comunicação.

2.6 A comunicação político-institucional

A comunicação política institucional refere-se às formas como as instituições e os atores políticos utilizam estratégias de comunicação para informar, envolver e influenciar o público. Engloba a disseminação de informação por parte dos governos, partidos políticos e outras entidades políticas para moldar a opinião pública e encorajar a participação cívica (Ahrens, 2024; Mahar et al., 2023). É interessante notar que, embora a comunicação política institucional tenha como objetivo promover o envolvimento do público, também pode ser moldada pelo sentimento do público. Por exemplo, a perceção de autenticidade na comunicação governamental pode afetar significativamente o envolvimento público e o cinismo, o que, por sua vez, influencia os comportamentos de transmissão de informação (Kim & Krishna, 2018). Além disso, o uso de plataformas de media social como o Twitter demonstrou alterar o cenário político, permitindo uma opinião pública dinâmica e envolvimento político, embora também apresente desafios como desinformação e divisões digitais (Nikmah & Rasyid, 2023; Okonkwo et al., 2024). A comunicação política institucional é uma ferramenta crítica para as entidades políticas se envolverem com o público e moldarem a opinião. No entanto, a sua eficácia é influenciada por fatores como a autenticidade

percebida e os desafios colocados pelas plataformas de comunicação digital. A interação entre as estratégias de comunicação e o sentimento público sublinha a complexidade da comunicação política na sociedade contemporânea (Ahrens, 2024; Kim & Krishna, 2018; Mahar et al., 2023).

No domínio da comunicação política institucional, são vários os trabalhos académicos que se debruçam sobre diferentes aspetos deste campo. Hepp (2013) discute as figurações comunicativas dos mundos mediatizados, enfatizando a tradição institucional da investigação sobre mediatização na comunicação política. Teixeira (2019) fornece diretrizes para a elaboração de uma política de comunicação científica, apoiando-se na metodologia de Bueno, empregando diversos métodos de pesquisa para a construção efetiva de políticas de comunicação institucional. Penteado et al. (2020) aprofundam as estratégias de comunicação digital utilizadas por partidos e personalidades políticas nas redes sociais online, destacando a evolução dos métodos de análise da comunicação com o surgimento de plataformas como Twitter e Facebook. Larangeira & Magno (2021) destacam a importância de políticas públicas de comunicação sustentáveis e ações institucionais para fortalecer a relação Estado-sociedade. Santos (2016) aponta a importância dos blogues não oficiais como fontes alternativas de informação na comunicação política, oferecendo uma perspetiva diferente dos canais institucionais oficiais. Moreira (2019) discute a utilização da infraestrutura institucional para a comunicação política, enfatizando o papel dos responsáveis em alavancar os recursos disponíveis para fins de comunicação. Além disso, Severo et al. (2020) ressaltam a necessidade de políticas de comunicação institucional serem bem definidas e implementadas para potenciar a comunicação organizacional.

2.7 A comunicação aplicada aos municípios.

A comunicação aplicada aos municípios refere-se às estratégias, práticas e ferramentas utilizadas para facilitar uma comunicação eficaz entre os governos locais e os residentes de um município. Trata-se de processos de comunicação interna e externa destinados a promover a transparência, o envolvimento e o intercâmbio de informações entre o município e os seus constituintes. Camilo (2010) argumenta que uma comunicação municipal eficaz exige uma compreensão profunda das especificidades estruturais de cada município, incluindo os seus valores, princípios administrativos e a relação entre eficácia e democracia. As iniciativas de comunicação neste contexto visam incentivar a cooperação entre a população e melhorar as atividades municipais mediante contribuições e opiniões públicas. Camilo (1999) define a comunicação municipal enquanto informação como: *“No que diz respeito à informação municipal, o objetivo principal da comunicação municipal é o da “publicidade”, no sentido de uma difusão pública, isto é, da afixação ou publicação obrigatória*

por lei, das decisões dos órgãos municipais, bem como dos respetivos titulares, destinadas a ter eficácia externa nos concelhos. Estamos no domínio da comunicação empresarial, cujo objetivo comunicacional consiste em dotar de notoriedade as deliberações políticas e administrativas dos municípios. Neste contexto, à semelhança do Diário da República, ao nível da Administração Central, surgem nos municípios, o Edital ou o Boletim Municipal". Cornelissen et al. (2015), defende que a comunicação pode ser o agente formativo da realidade institucional, desempenhando um papel constitutivo na construção e manutenção das instituições. O conceito de institucionalismo comunicativo, vê a comunicação como um processo contínuo, dinâmico e interativo que manipula os símbolos para criar, manter, destruir e transformar significados que são centrais para a existência das instituições. Nesta visão, a comunicação não é simplesmente um canal para a promulgação de discursos, mas um processo através do qual formas coletivas como as instituições são construídas através da interação. Barradas (2016) sugere que, pela sua importância, a comunicação dos serviços de administração pública e municipais deve ter como objetivo último gerar consensos, uma vez que, o desenvolvimento económico que estes organismos acabam por poder promover devem levar em linha de conta a opinião pública. Por outro lado, Camilo (1999) destaca a relevância da comunicação eficaz nos municípios, não apenas para informar os cidadãos, mas também para promover a transparência, participação e o envolvimento público, sugerindo diferentes estratégias que os municípios podem adotar para melhorar a comunicação com os cidadãos, como o uso de redes sociais, sites oficiais, boletins informativos, eventos públicos e parcerias com a imprensa local. Kunsch (2018) refere também o papel da tecnologia e da inovação na comunicação estratégica, destacando como as novas ferramentas e plataformas podem ser aproveitadas para alcançar e envolver o público de maneiras inovadoras. Outro aspeto a salientar é o *mix* da comunicação municipal, Camilo (1999) refere que a comunicação autárquica se centra apenas e só no município, considerando que existe uma mistura de comunicação que assenta em publicidade municipal; relações públicas municipais; promoções municipais; informação ou comunicação municipal interpessoal, tendo como objetivo a legitimação política das decisões municipais ou para condicionar comportamentos específicos coletivos visando objetivos públicos pré-estabelecidos. Objetivamente, a comunicação autárquica visa a disseminação de iniciativas e decisões de carácter público, procurando a validação político-eleitoral dos órgãos eleitos, através das iniciativas promovidas/estabelecidas, quer sociais, quer de governança, consideradas como sendo para o bem da comunidade.

3 Caracterização da Entidade

3.1 Município de Abrantes

A construção de Abrantes ocorreu em meados do século XII, como resultado da necessidade de proteger os territórios conquistados e manter a atividade de Santarém. De modo a assegurar essa defesa, D. Afonso Henriques doou o seu Castelo e um extenso termo à Ordem de S. Tiago da Espada em 1173. Seis anos depois, concedeu-lhe um foral (1179). A origem do nome Abrantes está associada a uma lenda encantada. O perfil de Abrantes no século XII é militar, condicionando a implantação da estrutura amuralhada e Castelo num local difícil de ser expugnável e usando o rio Tejo como obstáculo natural. O Tejo era a principal via de comunicação e, na sua margem sul, surgiu um importante porto marítimo. Aqui chegavam, por terra, produtos vindos do Alentejo e, daí, partiam por barco até Lisboa. No regresso os barcos vinham carregados das mercadorias que por aqui faltavam. Abrantes também deixou o seu nome registado na história de Portugal em diversas ocasiões. Em 1385 D. João I, com D. Nuno Álvares Pereira, esteve aqui com as suas tropas antes de partir para a batalha de Aljubarrota, como conta Camões nos Lusíadas, (Canto n.º 4 / Est. 23) “... Joanne forte sai da fresca Abrantes...”. A 13 de junho de 1476 D. Lopo de Almeida, pai do 1º vice-rei da Índia, foi nomeado 1º Conde de Abrantes, iniciando essa linhagem. Em 1518 D. Manuel reformou o 1º foral concedido a Abrantes. Em 1641 Abrantes é intitulada “Notável Vila de Abrantes”, por ser, depois de Lisboa, a primeira vila a aclamar o Rei D. João IV. A 23 de novembro de 1807, a vila foi ocupada pelas tropas francesas, lideradas pelo General Junot, a quem Napoleão concedeu o título de Duque de Abrantes. A expressão “Tudo como antes, Quartel General em Abrantes” é atribuída a essa época e faz referência ao papel relevante desempenhado por Abrantes nesse período. Que foi uma espécie de senha militar. No dia 14 de junho de 1916, Abrantes é elevada à categoria de Cidade, passando a ser o Dia da Cidade, feriado municipal, data comemorada com os festejos anuais (Município de Abrantes, 2023). Localizada na Região Centro, e pertencente à sub-região do Médio Tejo, Abrantes faz parte do Distrito de Santarém, contando com uma população aproximada de 17500 habitantes. O concelho de Abrantes é composto por treze freguesias (Abrantes e Alferrarede; Aldeia do Mato e Souto; Alvega e Concovada; Bemposta; Carvalhal; Fontes; Martinchel; Mouriscas; Pego; Rio de Moinhos; São fecundo e Vale das Mós; São Miguel do Rio Torto e Rossio ao Sul do Tejo; e Tramagal). Geograficamente o município de Abrantes faz fronteira a norte com os municípios de Vila de Rei, Sardoal e Mação. A sul confronta com Ponte de Sôr, a este com Gavião e a Oeste com os municípios de Chamusca, Constância, Vila Nova da Barquinha e Tomar. Economicamente é um município assente na atividade comercial, agrícola e industrial,

com destaque especial para a indústria metalúrgica e metalomecânica, com a Mitsubishi Fuso Truck Europe como referência nacional.

3.2 Câmara Municipal de Abrantes

Funções na gestão pública

A Câmara Municipal é um órgão representativo do Município de Abrantes, dotado de poderes executivos. A Câmara Municipal é responsável por definir e executar políticas que promovam o desenvolvimento do Concelho em diferentes áreas, tendo as competências materiais e as competências de funcionamento fixadas no Regime Jurídico das Autarquias Locais (*Município de Abrantes, 2023b*). A Tabela 1 apresenta a missão, visão e valores definidos para o município de Abrantes.

Tabela 1

Missão, visão e valores do município de Abrantes.

Missão	Desenvolvimento Económico e Social do concelho de forma a proporcionar a melhoria das condições gerais de vida, de trabalho e de lazer dos seus habitantes, no respeito pelo ambiente, património edificado e no legítimo interesse pelas minorias.
Visão	O Município orienta a sua ação no sentido de promover e dinamizar o Concelho a nível económico, social e ambiental, primando a sua atuação por modelos de gestão de excelência que permitam a otimização sustentável dos seus recursos.
Valores	No processo de governação autárquica, a CMA, no seu todo, deve pautar sua atuação de acordo com os princípios éticos que regem a prática de um serviço público de excelência e que consagrem, cumulativamente, uma identidade própria em defesa do interesse público.

Fonte: www.cm-abrantes.pt

Estrutura executiva

A Câmara Municipal é composta por 7 autarcas eleitos – 1 Presidente e 6 vereadores - representando as diferentes forças políticas. A equipa composta pelo Presidente da Câmara e pelos vereadores, também é referida como executivo municipal ou como vereação. Aos vereadores podem, ou não, ser atribuídos pelouros. No caso do Município de Abrantes, a Câmara Municipal e o Executivo Municipal é constituído pelo Presidente, Vice-Presidente e Vereadores eleitos pelo PS a quem foram atribuídos os pelouros municipais e mais dois Vereadores sem pelouro, um eleito pelo PSD e outro eleito pelo Movimento Independente ALTERNATIVAcom. (*Município de Abrantes, 2023b*).

Assembleia Municipal

A Assembleia Municipal é um órgão representativo do Município de Abrantes, dotado de poderes deliberativos, sendo constituído pelos membros eleitos diretamente e pelos presidentes de junta de freguesia, que o integram por inerência.

A Assembleia Municipal tem as competências de apreciação e fiscalização e as competências de funcionamento fixadas no Regime Jurídico das Autarquias Locais (*Município de Abrantes*, 2023b).

Unidades Orgânicas

Por deliberação de 22/02/2019, a Assembleia Municipal de Abrantes aprovou o modelo de organização interna com a estrutura nuclear dos serviços municipais, que fixou em 15 (quinze) o número máximo de unidades orgânicas flexíveis, 7 (sete) o número máximo de subunidades orgânicas flexíveis e 1 (uma) equipa de projeto.

O artigo 7º, do Decreto-Lei n.º 305/2009, de 23 de outubro estipula que compete à Câmara Municipal, sob proposta do/a Presidente da Câmara Municipal, deliberar sobre a criação de unidades orgânicas flexíveis, bem como definir as respetivas atribuições e competências, nos limites fixados pela Assembleia Municipal (*Município de Abrantes*, 2023b).

A Tabela 2 apresenta a estrutura orgânica do Município de Abrantes, constituída por 14 divisões.

Tabela 2
Unidades Orgânicas CMA

Unidades Orgânicas Câmara Municipal de Abrantes	Divisão de Gestão das Pessoas
	Divisão Administrativa
	Divisão Financeira
	Divisão do Conhecimento
	Divisão do Desenvolvimento Social
	Divisão da Cultura e Turismo
	Divisão do Desporto e Associativismo
	Divisão do Urbanismo
	Divisão de Obras Públicas
	Divisão de Logística
	Divisão do Ambiente
	Divisão do Desenvolvimento Económico
	Divisão de Comunicação
	Divisão de Sistemas de Informação

Fonte: elaboração própria

A comunicação na Câmara Municipal de Abrantes

A Comunicação Municipal tem como principal objetivo a difusão pública, ou seja, a divulgação das decisões dos órgãos municipais com vista à eficácia externa a que a lei obriga, quer na Constituição da República Portuguesa, quer na Lei 5-A/2002 de 11 Janeiro (alteração à Lei 169/99 de 18 Setembro). Na Câmara Municipal de Abrantes a comunicação é desenvolvida pelo Gabinete de Comunicação, tendo como principais objetivos (*Município de Abrantes*, 2023b):

- Promover adequadamente, interna e externamente, a comunicação e imagem institucional do Município e da atividade dos seus órgãos, valorizando os diferentes canais de comunicação da autarquia, ajustados aos desafios das tecnologias da informação e comunicação;
- Desenvolver suportes de comunicação sobre as atividades da câmara municipal, como, catálogos, cartazes, *outdoors*, *muppies*, *flyers*, roteiros, boletim municipal, *merchandising*, entre outros;
- Estabelecer contactos com os órgãos de comunicação social, recolher e analisar a informação veiculada e manter organizado o respetivo arquivo, constituindo um repositório municipal;
- Assegurar uma adequada articulação com os órgãos de comunicação social nacional e regional com vista à difusão da informação municipal;

Divisão de comunicação/Gabinete de comunicação

O Gabinete de Comunicação (GC) articula-se em três áreas distintas: a Informação, o *Design* e as Tecnologias e é constituído por três Técnicas de Comunicação (na área da Informação); um Técnico de fotografia e TIC (na área das Tecnologias); três *Designers* (na área do *Design* e Tecnologias) e um Técnico (para apoio geral).

Para além da promoção de campanhas de informação municipal feitas junto dos munícipes, através dos meios de comunicação social, do boletim municipal ou da execução de brochuras, *flyers*, de entre outros, o GC é também responsável pela divulgação das atividades culturais e desportivas que a Autarquia promove através das suas diferentes divisões.

Exemplos de meios que a Câmara tem ao seu dispor para a divulgação dos eventos:

- Spots publicitários nas rádios locais;

- Publicidade na imprensa;
- Outdoors - execução e afixação de painéis informativos / promocionais;
- Portal do Município, em permanente atualização, contendo, na página inicial, destaques de eventos e notícias, bem como informação institucional;
- Página no Facebook, Instagram e Youtube;
- A participação em Feiras e Exposições com o Stand Multimédia do município, também da responsabilidade deste serviço.

Este último, um exemplo de que a comunicação municipal é também constituída por ações específicas onde o município promove a sua identidade, a sua marca, proporcionando assim tanto o incentivo ao investimento, como a procura do município por agentes económicos (*Município de Abrantes, 2023b*).

4 Estágio

Este relatório insere-se no âmbito do Mestrado em Média e Sociedade na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais. Nas opções do plano de estudos do Mestrado, foi optado pelo estágio, por estabelecer uma ligação prática às matérias lecionadas nas unidades curriculares. Este estágio foi realizado no Departamento de Comunicação da Câmara Municipal de Abrantes, supervisionado pela Chefe de Divisão de Comunicação, Graça Veiga.

Período e datas

O estágio iniciou no dia seis de outubro de dois mil e vinte e dois e terminou no dia cinco de janeiro de dois mil e vinte e três, perfazendo um total de quatrocentas e cinquenta horas.

Enquadramento face ao Mestrado

Durante o primeiro ano do mestrado, os alunos são colocados perante diversas realidades relacionadas com a comunicação e as suas diversas variáveis, abordando assuntos e temáticas tão diversas como estratégias de comunicação, teoria e discurso dos média, novos média e sociedade, entre outras. Perante estas temáticas o aluno tem como opção a realização de uma dissertação, um projeto ou um estágio curricular. Considerando a falta de experiência da estagiária na área da comunicação institucional, optou-se pela realização de um estágio para validar e aplicar em contexto real de trabalho as diversas aprendizagens obtidas através das diversas unidades curriculares lecionadas no primeiro ano do mestrado.

A comunicação institucional, como uma das áreas da comunicação abordadas, ganha maior desafio quando aplicada às instituições públicas e particularmente às instituições públicas de carácter político, como o caso das câmaras municipais. Este tipo de comunicação cobre-se de maior relevância e importância, pois visa atingir um público, que diferente das instituições privadas, normalmente clientes, são munícipes e eleitores, que, pela sua condição, tendem a aplicar uma maior pressão sobre estas instituições. O trabalho e a função das câmaras municipais estão vocacionados para a gestão pública do território e, teoricamente, para a melhoria das condições de vida dos seus cidadãos que do ponto de vista económico, social e cultural, envolvendo as populações com o seu território, valorizando a história, a cultura, os usos e os costumes ao mesmo tempo que se aspira desenvolver economicamente territórios que, dependendo da localização, pode ter maior ou menor dificuldade na persecução desses objetivos. Para a comunicação institucional estes é um grande desafio.

Objetivos e motivações

Tal como mencionado anteriormente, a opção pelo estágio curricular visou proporcionar à estagiária uma capacidade prática de aplicar as aprendizagens realizadas no primeiro ano do mestrado. Um contacto mais direto e num contexto real de trabalho valoriza e consolida os conhecimentos obtidos, permitindo legitimar as melhores práticas e a relação entre a teoria e a prática cruzando os conceitos com a sua aplicação prática.

Apresentando um perfil social e extrovertido, a estagiária valoriza as relações-públicas e a comunicação pessoal, conjugando dessa forma uma motivação extraordinária para o desafio que é um estágio curricular. O contacto com as diversas atividades inerentes a um departamento de comunicação, assim como a diversidade de eventos e acontecimentos que o dia a dia de um município proporciona, reforçaram a vontade de enveredar por esta opção que se tornou uma mais-valia e uma oportunidade única de compreender o valor da comunicação institucional. Além disso, a estagiária também teve a oportunidade de desenvolver competências no planeamento e organização, ao lidar com prazos e pedidos do departamento de comunicação. Essa experiência proporcionou um crescimento profissional significativo e uma visão mais ampla sobre o papel da comunicação no contexto institucional.

Departamento de comunicação

O departamento de comunicação está integrado na divisão de comunicação da CMA. É responsabilidade deste departamento toda a comunicação externa do município, bem como a cobertura dos vários eventos e iniciativas proporcionados por outras instituições do município, como escolas, associações desportivas, culturais e recreativas, instituições

governamentais, como o exército, ou organizações privadas, sempre que essas iniciativas contribuam para a divulgação do município junto dos munícipes e outros interessados. Este departamento conta com uma equipa de técnicos superiores e técnicos operacionais cobrindo as áreas de comunicação, fotografia e informática, *design* gráfico e uma área geral de apoio. Neste departamento são definidas as linhas estratégicas de comunicação e a produção de conteúdos que depois servirão para alimentar várias formas e vários canais de comunicação onde o município tem presença. Entre eles estão spots publicitários nas rádios locais; publicidade na imprensa local, regional e nacional; *outdoors*, realizando a execução e afixação de painéis informativos/promocionais; no Portal do Município, que está em permanente atualização, contendo, na página inicial, destaques de eventos e notícias, bem como informação institucional; a página na rede social Facebook, Instagram e Youtube; ou a participação em Feiras e Exposições com o Stand Multimédia do município, também da responsabilidade deste departamento. O departamento de comunicação tem como responsável uma Técnica Superior, assumindo o cargo de chefe de divisão, respondendo diretamente à vereação do município.

Funções exercidas

Considerando a diversidade das ações realizadas pelo departamento onde a estagiária desenvolveu a sua atividade, não foi definido inicialmente um cronograma ou uma divisão específica de atividades a realizar, tendo optado por um acompanhamento dos elementos do departamento sempre que uma oportunidade surgisse para a realização de tarefas inerentes ao departamento. Existiram tarefas consideradas rotineiras, realizadas regularmente pelo departamento em face da necessidade de produzir determinado tipo de conteúdos comunicacionais assentes num planeamento semanal ou mensal, fruto das publicações regulares do município, como, por exemplo, a revista do município, de carácter bimestral. No entanto, mesmo tendo a publicação um carácter regular, a recolha de conteúdos para a referida publicação era efetuada ao longo do mês através dos diversos eventos e iniciativas de carácter publico, político ou específicos.

Ao longo do período do estágio, acompanhou as diversas equipas do departamento de comunicação contribuindo para a produção de conteúdos informativos, participando em reuniões de equipa, efetuando a cobertura de eventos ou escrevendo textos para publicação quer em meios radiofónicos, escritos ou em redes sociais, o que proporcionou uma visão abrangente do trabalho realizado pelo departamento de comunicação. Um descritivo das atividades realizadas ao longo do estágio é apresentado abaixo, acompanhado dos anexos referentes aos resultados dessas atividades.

O estágio tinha início às nove horas da manhã e terminava às dezassete horas. Diariamente era realizada uma reunião matinal onde era distribuído o trabalho a realizar pelas várias equipas, discutidos os assuntos mais relevantes, efetuada um resumo dos trabalhos em curso, bem como definidos os prazos para a conclusão de tarefas. Após a reunião as equipas iniciavam a sua atividade. Em dias em que não havia, ou havia pouco trabalho exterior, os mesmos eram aproveitados para desenvolver conteúdos assentes na recolha de material de eventos ou iniciativas realizadas anteriormente e que tinham prazos de entrega definidos, dando prioridade aos mais urgentes.

Abaixo são apresentadas as atividades realizadas pela estagiária no departamento de comunicação:

Boletim Municipal

O boletim municipal da CMA, é um boletim de carácter informativo, bimestral, com distribuição gratuita, com o nome de “Passos do concelho d’Abrantes”. Tem a dimensão A5, a cores sendo numerado. Este boletim também é disponibilizado no *website* institucional da CMA.

Na ficha técnica, entre outra informação, podemos verificar que a direção pertence ao Presidente da CMA e a coordenação e edição à divisão de comunicação. Aqui estão incluídos os textos e fotografia, os quais são da autoria dos funcionários afetos à divisão, onde a estagiária se encontrava.

Este boletim, sendo uma publicação oficial produzida e divulgada pelo Município, divulga as atividades do concelho, informa os munícipes sobre vários temas que afetam a vida dos residentes e promove uma maior transparência na gestão municipal. Neste sentido, durante o período do estágio, a estagiária escreveu três artigos, em três boletins distintos.

O primeiro artigo (Anexo 1), versava sobre a abertura do ano letivo 2022/2023. Foi proposto pela coordenadora da estagiária e chefe da divisão de comunicação, Graça Veiga. O intuito era desenvolver um artigo sobre o início do ano letivo, onde os temas centrais fossem a cerimónia de abertura, a requalificação e investimento em duas escolas do concelho de Abrantes, e os vários projectos/atividades que as escolas/agrupamentos disponibilizam em parceria com CMA. De referir que a estagiária não esteve presente neste evento (já tinha acontecido antes do início do estágio), pelo que teve de efetuar toda a recolha de informação sobre o assunto *à posteriori*. Depois do trabalho de pesquisa, a estagiária escreveu um artigo de quatro páginas, acompanhado de fotografias tiradas pelo fotógrafo do município, publicado no boletim nº 122 de Set-Out 2022 – ano 28.

O segundo artigo (Anexo 2) proposto pela coordenadora do estágio, foi sobre a I Edição do Congresso do Desporto, uma iniciativa conjunta entre 4 municípios da região do Médio Tejo, dividida em dois dias (5 e 6 de Novembro) que ocorreu em simultâneo nos municípios participantes. Com este artigo, pretendia-se fazer um resumo do congresso, com especial enfoque no Município de Abrantes, as temáticas abordadas e os seus participantes/oradores. Neste evento, a estagiária participou nas atividades do congresso (fotografia, acompanhamento de entidades e órgãos de comunicação social, etc). Foi escrito um artigo de duas páginas no boletim nº 123 de Nov/Dez 2022 – ano 28.

O terceiro e último artigo (Anexo 3) proposto, foi sobre um projeto intitulado Academia Cem Fios. Este projeto é desenvolvido pela Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes, desde 2021 e onde os participantes (seniores) aprendem a utilizar os serviços públicos *online* no seu *smartphone* e computador. As sessões são semanais, gratuitas e dinamizadas por uma formadora da CMA. Neste evento, a estagiária decidiu assistir a uma dessas sessões e entrevistar os participantes, para perceber a motivação e perceção que os seus utilizadores têm destas ações de cidadania digital. Após recolher os testemunhos (em áudio), foram realizadas fotografias para enquadrar o artigo. O artigo foi elaborado com 2 páginas, tendo sido publicado no boletim nº 124 de Jan/Fev 2023 – ano 29.

Produção conteúdos para as plataformas online

A CMA está presente em várias plataformas digitais, tais como Facebook, Instagram, Youtube, *website* e a aplicação Abrantes 360.

A divisão de comunicação faz a organização dos conteúdos, agenda a periodicidade, publica e atualiza os conteúdos. Aqui são publicados conteúdos sobre cultura, educação, ação social, eventos que vão acontecer no concelho, informação sobre serviços úteis aos munícipes ou eventos de relevância que aconteceram no concelho, entre outros.

Como exemplo, no Facebook, organiza-se às segundas-feiras todas as ações para a semana que entra. São agendadas três publicações por dia, às 13h, 18h e 21h. Acontece com frequência esta periodicidade ser afetada por eventos/informações de carácter importante que surgem no momento, podendo, por vezes, serem realizadas seis publicações por dia ou mais.

A estagiária produziu onze conteúdos online (texto e alguns em fotografia) para o Facebook e Instagram, as redes mais utilizadas.

De referir, que esteve presente em todos os eventos, à exceção dos de eventos futuros. Todos os conteúdos podem ser consultados nas páginas online da CMA.

Abaixo são listados os conteúdos produzidos e que podem ser consultados nos respetivos anexos:

21 Outubro 2022 – Workshop Origami – Decorações de Natal (Anexo 4)

21 Outubro 2022 – Juramento bandeira no RAME (Anexo 5)

24 Outubro 2022 – Projeto Promoção de Interculturalidades com Carlão (Anexo 5)

10 Novembro 2022 – Centenário do nascimento de José Saramago (Anexo 6)

11 Novembro 2022 – Caminhos Literários – Recital de poesia e harpa (Anexo 7)

17 Novembro 2022 – Concurso de Ideias de Negócio Arrisca C para projetos de valorização da Região Centro (Anexo 8)

17 Novembro 2022 – Concurso de Ideias de Negócio Arrisca C (Anexo 9)

18 Novembro 2022 – Oficina de Filosofia para crianças no MIIA (Anexo 10)

18 Novembro 2022 – Oficina de Filosofia para crianças e famílias no Museu (Anexo 11)

24 Novembro 2022 – Convite Associação Melhoramentos da Freguesia de Tramagal (Anexo 12)

30 Novembro 2022 – Formação no Edifício Pirâmide (Anexo 13)

30 Novembro 2022 – Aniversário do RAME (Anexo 14)

22 Dezembro 2022 – Juramento bandeira RAME (Anexo 15)

Spots Publicitários de Rádio

Pela importância e alcance que a rádio apresenta, particularmente em territórios com uma população envelhecida e pouca literacia digital, a transmissão via rádio é outra estratégia de comunicação utilizada pelo município de Abrantes, passando pela divulgação de atividades

e informações ao público, via spots na rádio. Acaba por ser uma forma rápida, segura e com um grande alcance para transmitir as informações pretendidas aos munícipes e fomentar a participação cívica dos eleitores. Um anúncio na rádio, num território de baixa densidade populacional e francamente envelhecido, acaba por também captar públicos que não têm acesso a conteúdos *online*, seja por via da idade, seja pela dispersão territorial, onde nem sequer chega a *internet*.

Assim, a CMA optou por fazê-lo através da Rádio Antena Livre, uma rádio local do Ribatejo com frequência em 96.7 FM que transmite as notícias do Médio Tejo. A premissa para estes conteúdos, eram textos pequenos e objetivos, frisando sobretudo datas, locais, horários, sobre os mais variados eventos/atividades no concelho.

Ao longo do período do estágio, a estagiária escreveu vinte e sete conteúdos publicitários sobre os mais diversos temas. Na Tabela 1, apresentam-se os textos e as datas de transmissão.

Tabela 1

Textos de spots publicitários

Texto	Data de transmissão
“Respirar com música” Concerto para grávidas. Dia 12 de novembro, às 11h. Na Biblioteca Municipal António Botto. Sessão com a fisioterapeuta Liliana Lopes. Dedicada à respiração e com um momento musical de harpa e trompa. “Respirar com música” Concerto para grávidas. Dia 12 de novembro, às 11h, na Biblioteca Municipal António Botto. Bilhetes disponíveis no Welcome Center – Posto de Turismo de Abrantes. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	7 a 11 de novembro
“No dia de S. Martinho, come-se castanhas e bebe-se vinho” E no dia 12 de novembro. Há Magusto do Mercado. Entre as 9h e as 12h. Junte-se a nós e venha celebrar. Magusto do Mercado. Dia 12 de novembro, entre as 9h e as 12h. No Mercado Municipal de Abrantes. Organização: Município de Abrantes	
Sábado, 12 de novembro, a partir das 10h. Há Jogos Tradicionais no Carvalhal. Macaca, corrida de sacos, malha de madeira, entre outros. Venha experimentar os diversos jogos tradicionais. Sábado, dia 12 de novembro. No Jardim do Eucalipto, em Carvalhal, a partir das 10h. Venha jogar connosco! A entrada é livre	
Torneio Judo Mais Dia 12 de novembro, a partir das 10h45. No Pavilhão Municipal do Pego. Homenagem ao Mestre Fernando Correia. Torneio Judo Mais. Dia 12 de novembro, a partir das 10h45. No Pavilhão Municipal do Pego. Organização da Associação de Judo do Distrito de Santarém. A entrada é livre	
Sábado, 19 de novembro, a partir das 11h. Há Jogos Tradicionais em São Facundo. Macaca, corrida de sacos, malha de madeira, entre outros.	14 a 19 de novembro

Venha experimentar os diversos jogos tradicionais. Sábado, 19 de novembro. No Polidesportivo de São Facundo, a partir das 11h. Venha divertir-se connosco! A entrada é livre	
Workshop com o ator Marcantonio Del Carlo "Voz e comunicação". Dias 26 e 27 de novembro. Na Biblioteca António Botto em Abrantes. Falar em público, projecção de voz e postura corporal. Workshop "Voz e comunicação" com Marcantonio Del Carlo. Dias 26 e 27 de Novembro, das 9h30 às 18h. Na Biblioteca Municipal de Abrantes. Inscrições gratuitas em biblioteca@cm-abrantes.pt . Para maiores de 16 anos.Participe! Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	14 a 25 de novembro
Centenário do nascimento do escritor José Saramago. De 21 a 23 de novembro. Espetáculo de música e dança para escolas. Exibição do filme "José e Pilar". Dia 22 de novembro, às 21h30, na Biblioteca Municipal António Botto. Numa parceria com o Espalhafitas. E espetáculo "A bagagem do viajante José Saramago". Dia 23, às 10h30. Centenário do nascimento do escritor José Saramago. De 21 a 23 de novembro. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	14 a 22 de novembro
Jornadas das Bibliotecas de Abrantes. Dias 25, 26 e 27 de novembro, na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes. Oficinas, comunicações, apresentações de livros, espetáculos e atividades diversas. Participação gratuita, mas com inscrição obrigatória e sujeita ao número limite de participantes. Jornadas das Bibliotecas de Abrantes. Dias 25, 26 e 27 de novembro, na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes. Organização: Câmara Municipal de Abrantes. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	
Quem quer casar com a carochinha? Dia 26 de novembro, sábado, às 10h. Venha assistir ao espetáculo infantil da história da carochinha. Na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes. Bilhetes disponíveis no Welcome Center – Posto de Turismo de Abrantes e, caso não esgotem, no local e dia do espetáculo. A história da carochinha. Sábado, dia 26, na Biblioteca de Abrantes. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	17 a 25 de novembro
Dia 26 de Novembro às 21h30 todos os caminhos vão dar à Biblioteca Municipal de Abrantes. Recital de poesia e harpa. Com o ator Paulo Pires e Emanuela Nicoli na harpa. Deixe-se levar pela música e pelas palavras de autores nacionais. Entrada gratuitas, mas sujeita ao levantamento de bilhetes no Welcome Center – Posto de Turismo de Abrantes. Sujeito a lotação máxima. Recital de Poesia e Harpa. Com o ator Paulo Pires e Emanuela Nicoli. Dia 26 de novembro, às 21h30. Na Biblioteca Municipal de Abrantes. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	
Festa rija e música da boa. É dia 27 de novembro, a partir das 21h, na Sociedade União Crucifixe. Com o fado Humorístico "os 4 ou 5". E a fadista convidada Joana Cota. Tenha uma noite de alegria e bom humor no Crucifixo, Tramagal. Dia 27 de novembro vai-se cantar o fado. Venha daí e garanta já o seu lugar. A entrada é livre. Mais informações em agenda.cm-abrantes.pt	17 a 26 de novembro
Domingo, dia 27 de novembro, no Complexo Municipal de Piscinas de Abrantes. 2º Torneio do Circuito de Cadetes de Natação – infantis. Uma	

organização da Associação de Natação do Distrito de Santarém. Dia 27 de novembro, a partir das 9h30, no Complexo de Piscinas de Abrantes. 2º Torneio do Circuito de Cadetes de Natação –infantis. Apareça e participe nesta festa do desporto. A entrada é livre.	
Encontro com o escritor Rui Couceiro. Apresentação do livro “Baiôa sem data para morrer” 25 de novembro, 21h30, na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes. Encontro com o escritor Rui Couceiro. 25 de novembro, 21h30, na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes. Entrada livre	18 a 25 de novembro
“Para um Natal especial, compre no comércio local” Sorteio de Natal. Para os clientes que façam compras no comércio tradicional. Entre 6 de dezembro e 4 de janeiro. Faça compras de valor igual ou superior a 10 euros. No comércio e serviços do centro histórico de Abrantes. E habilite-se a um dos nove vales de compras. Sorteio de Natal. Uma iniciativa da Associação Comercial. Com o apoio da Câmara Municipal de Abrantes. “Para um Natal especial, compre no comércio local”	1 a 23 de dezembro
Este fim de semana. Venha ao Centro histórico de Abrantes. E traga as crianças. Espetáculo de rua com o Clown Tosta Mista “O Malabarista”. Dias 3 e 4 dezembro, a partir 15h30. Passe uma tarde divertida Com Tosta Mista “O Malabarista”. Dias 3 e 4 dezembro, a partir das 15h30. No centro histórico de Abrantes. Apareça!	1 a 3 de dezembro
Já escreveste a carta ao Pai Natal? Se ainda não escreveste, ainda vais a tempo. Até 16 dezembro. Envia a tua carta ao Pai Natal. Através do e-mail correiodenatal@cm-abrantes.pt . Escreve os teus desejos e aguarda a resposta do Pai Natal. Correio de Natal. Até 16 de dezembro. A magia do Natal.	1 a 16 de dezembro
De 2 de dezembro a 10 de janeiro. A tradição japonesa do origami chega a Abrantes. Exposição “Neve de origami” da artista Maria Luís. Na Biblioteca Municipal António Botto. Venha conhecer esta original exposição de Natal. De 2 de dezembro a 10 de janeiro. Origami na Biblioteca de Abrantes. Entrada Livre	19 e 19 a 23 de dezembro
Visite a Mostra de Artes e Ofícios de Abrantes. Dias 10 e 17 de dezembro, das 9H às 13H. Apoie os artesanatos locais e compre aquele presente de Natal especial. Mostra de Artes e Ofícios. Dias 10 e 17 de dezembro das 9H às 13H, em Abrantes. Visite-nos. A entrada é livre.	5 a 16 de dezembro
Dia 8 de Dezembro. Venha divertir-se no Centro Histórico de Abrantes. Animação garantida com a Banda às Riscas. Espetáculos às 11h30 e 15h30 no Centro Histórico. Boa disposição e gargalhadas. Com a Banda às Riscas. Dia 8 de Dezembro, às 11h30 e 15h30, em Abrantes. Traga as crianças e apareça.	2 a 8 de dezembro
As músicas de natal vão-se ouvir na Praça Barão da Batalha. Dia 8 de dezembro, às 18h. Concerto de Natal. Com Vox Populi. Entre no espírito natalício e assista a este concerto. A entrada é livre. Dia 8 de dezembro, às 18h, na Praça Barão da Batalha, em Abrantes.	
“Vai nevar em Abrantes”. Espetáculo para bebés dos 18 aos 36 meses. Na Biblioteca Municipal António Botto. Dia 10 de Dezembro, às 10h30. Traga o seu bebé e venha participar na magia do Natal. A sessão é gratuita, mas exige inscrição prévia em biblioteca@cm-abrantes.pt . Limitado a um máximo de 12 bebés acompanhados por um familiar. “Vai nevar	2 a 9 de dezembro

em Abrantes". Dia 10 de dezembro, às 10h30, na Biblioteca Municipal de Abrantes	
Já fez as decorações de Natal? A Oficina de decorações sustentáveis de Natal pode ajudar. Dia 10 de dezembro, das 10h às 12h. No Mercado Municipal em Abrantes. A participação é gratuita, mas tem inscrições obrigatórias. Decore a sua mesa de natal com materiais sustentáveis. Oficina de decorações sustentáveis de natal, em Abrantes. Dia 10 de dezembro, das 10h às 12h. Inscrições em mercado@cm-abrantes.pt	
Musical infantil "A Cinderela". Era uma vez uma donzela. Que vivia num palácio muito velho...Vem ouvir o musical infantil da Cinderela. Dia 11 de dezembro às 15h30. Na Praça Raimundo Soares, em Abrantes. Uma história de encantar. Dia 11 de dezembro às 15h30. A Cinderela na Praça Raimundo Soares. Apareça. A entrada é livre.	2 a 10 de dezembro
Oficina de Natal de origami por Maria Luís. Para crianças entre os 5 e os 12 anos. Dia 17 de dezembro, das 10h às 12h30. Na Biblioteca Municipal António Botto. Vem aprender a fazer origami. Oficina de Natal de Origami por Maria luis. Dia 17 de Dezembro das 10h às 12h30 na Biblioteca Municipal António Botto. Participação gratuita, mas com inscrição obrigatória em biblioteca@cm-abrantes.pt . Lotação máxima de 12 crianças	9 a 16 de dezembro
O natal é magia, o natal é alegria. Desfile de Natal. No Centro Histórico de Abrantes. Dia 18 de dezembro, às 11h30 e às 15h30. Traga as crianças e venha assistir ao desfile de Natal. No centro histórico de Abrantes. Dia 18 de dezembro, às 11h30 e às 15h30. A entrada é livre	9 a 17 de dezembro
Dias 20 e 22 de dezembro há histórias de Natal na Biblioteca. Vem descobrir os mais belos contos de natal. Às 10h30 e às 14h, na Biblioteca Municipal António Botto. Atividade para crianças do pré-escolar e 1º ciclo. Dias 20 e 22 dezembro. Vamos ouvir uma história?	12 a 16 de dezembro

Source: elaboração própria

Entrevista

Uma das funções de quem trabalha num gabinete de comunicação é a procura de pontos de informação ou reportagem. Uma das funções do GC da CMA é a colaboração com outras instituições do concelho na produção de conteúdos para eventos especiais ou específicos. Durante o estágio, a Escola Secundária de Abrantes solicitou a colaboração do GC da CMA para a produção de conteúdos para incluir nas atividades do Dia Mundial da Alimentação, que se comemorou a 16 de outubro. O pedido foi efetuado pela nutricionista da escola, Teresa Mariano, que pretendia salientar a importância do peixe na alimentação dos estudantes e servir como mote para a preparação dos trabalhos dos alunos na exposição do mercado municipal. Foi sugerido uma entrevista a um pescador local, para falar sobre os peixes do rio e o impacto na economia local, tendo o concelho uma tradição piscatória.

Coube à estagiária efetuar o guião da entrevista, bem como entrevistar o pescador, o Sr. Carlos Serras. A entrevista foi filmada e posteriormente exibida na sala de aula e serviu como base de trabalho para os trabalhos da exposição. Para o trabalho foi criado um enquadramento para definir os objetivos.

Objetivos da Entrevista:

Conhecer as rotinas e as dificuldades da profissão de pescador

Identificar os vários tipos de peixe do rio e a sua importância na alimentação

Reconhecer na atividade o contributo para o desenvolvimento da economia local

Público-alvo – alunos do ensino secundário

Entrevistado: pescador Carlos Serras

Com base nestes objetivos foi definido um guião para a entrevista, o qual se transcreve no anexo 4.

Na Imagem 1, uma fotografia tirada com o pescador Carlos Serra aquando da entrevista.

Imagem 1

Fotografia da entrevista



Ilustração 1- Entrevista com Pescador Carlos Serra

Campanhas publicitárias

De entre as diversas valências que o departamento de comunicação utiliza para comunicar com os munícipes, as campanhas publicitárias em meios não digitais (brochuras, prospectos e comunicação estática na via pública, vulgo *outdoors*), são bastante comuns. Considerando que uma parte da população do município de Abrantes tem uma idade avançada e pouca literacia digital, este formato permite atingir os munícipes de forma mais próxima. São diversas as campanhas realizadas ao longo do ano e podem assumir um carácter interno (para os colaboradores do município) ou externo (para todos os munícipes e pessoas externas ao concelho). Durante o estágio foi possível colaborar na produção de duas campanhas com este formato. Uma das campanhas foi solicitada pelo serviço de ação social da CMA, a colaboração para a criação de um prospecto, para divulgação pela comunidade, a comunicar o novo Serviço de Atendimento e Acompanhamento Social (SAAS). Nesta campanha, a estagiária redigiu os conteúdos e a *designer* implementou o grafismo. Na Imagem 2, é possível ver a arte final do prospecto.

Imagem 2

Prospeto de campanha para o SAAS



Serviço de Atendimento
e Acompanhamento Social

o que é?

Atendimento e acompanhamento de
pessoas e famílias em situação vulnerável,
exclusão social e em emergência social

para quem é?

População residente
no concelho de Abrantes

onde está?

Divisão de Desenvolvimento Social
Câmara Municipal de Abrantes

horários e contactos?

2^a a 6^a - 09:30h-12:30h e 14:30h-17:30h

Apenas com marcação, através de:

Mail: saas_cl@cm-abrantes.pt

Tel: 241 330 100 (tecla5 + tecla2)



+info: www.cm-abrantes.pt

Outro trabalho realizado neste âmbito, foi um pedido de colaboração conjunta entre os municípios de Abrantes, Sardoal e Constância, para a criação de um folheto/cartaz para sensibilização contra os maus-tratos aos animais de companhia. A ideia seria criar algo forte e apelativo, com mensagem direta e curta. Nesta campanha, foram utilizadas fotografias do arquivo da CMA, o grafismo efetuado pela *designer* e os conteúdos pela estagiária. Foram sugeridos para aprovação duas propostas, conforme imagem 3 e 4.

Imagem 3

Proposta de prospekto para campanha sobre maus-tratos a animais de companhia.



Imagem 4

Proposta de prospeto para campanha de sobre maus-tratos de animais de companhia.



5 Metodologia

Em todos os trabalhos de investigação académica, a metodologia utilizada é um dos fatores mais importantes para garantir a fiabilidade dos mesmos. Nas ciências sociais, a recolha de dados pode ser considerada quantitativa ou qualitativa dependendo do facto observado. Dados qualitativos relegam para uma análise profundamente dedutiva, enquanto dados qualitativos permitem uma análise fortemente indutiva (Bryman, 2016). Dependendo da

tipologia da investigação também é possível utilizar uma metodologia mista. No caso do presente relatório, para responder à questão de partida, considerando que o objetivo do estudo pretendia validar a importância do uso das redes sociais na comunicação das instituições públicas, e por ser um estágio curricular, utilizou-se a técnica de observação direta ou participante relacionada com uma análise mais indutiva (Bryman, 2016) associada à recolha de dados quantitativos, utilizando assim uma metodologia mista. A observação participante serve como um método valioso para a investigação organizacional, permitindo aos investigadores mergulhar na cultura em estudo mantendo uma distância observacional crítica (Vinten, 1994). Esta abordagem permite a recolha de descrições detalhadas e percepções que podem não ser facilmente obtidos através de outros métodos de investigação (Hickson, 1974). Ao participarem no quotidiano do grupo ou organização, os investigadores podem recolher dados substanciais para análise, resultando muitas vezes em extensa documentação e modelos teóricos (Becker, 1958). Durante o estágio foi possível observar e participar nas diversas atividades ligadas à área em estudo e obter valiosa informação para validar o objeto do estudo. Para além da observação direta foi também realizada a recolha de dados quantitativos através do número de publicações realizadas nas plataformas digitais onde a CMA tem presença, Facebook, Instagram e Youtube, para verificar a importância destas plataformas na comunicação municipal.

5.1 Análise de dados

Durante o período do estágio foram recolhidos dados quantitativos demonstrativos da importância da comunicação institucional através das plataformas e redes sociais. Na Tabela 3 podemos verificar a quantidade de publicações efetuadas no período de 7 de outubro a 4 de janeiro nas redes sociais Facebook e Instagram. Na Tabela 4 as publicações realizadas na plataforma digital Youtube. Na Tabela 3 apresenta-se também o número médio de publicações diária efetuada em cada rede social. Para o cálculo da média considerou-se a totalidade das publicações a dividir por 89 dias.

Tabela 3
Publicações no Facebook e Instagram por mês

Mês	n.º de publicações Facebook	n.º de publicações Instagram
Outubro	151	96
Novembro	171	98
Dezembro	156	105
Janeiro	19	9
Média	5,58	3,46

Tabela 4*Publicações no Youtube por mês*

Mês	n.º de publicações
Outubro	0
Novembro	14
Dezembro	1
Janeiro	0

Na Tabela 4, não foi calculada a média de publicações mensal, uma vez que o número de publicações identificadas nesta plataforma não justifica essa análise

Como podemos verificar pela Tabela 1, a rede social Facebook (Anexo 5) é a que apresenta uma maior utilização na comunicação digital, com uma média de 5,58 publicações por dia. Durante o estágio observou-se que à segunda-feira era efetuado um agendamento de três publicações diárias nesta rede, sendo, no entanto, e devido ao surgimento de conteúdos relevantes, ultrapassado este número. A rede social Instagram (Anexo 6) apresenta uma média diária de publicações de 3,46, indicando uma menor atividade nesta rede social. Pelo que foi possível apurar pela observação realizada, tal deve-se à especificidade da rede, funcionando melhor com conteúdo visuais (imagem e vídeo) e por ter um público-alvo mais jovem. Esta seleção era efetuada no GC pela equipa de comunicação. Já em relação à plataforma Youtube (Anexo 7) podemos verificar a pouca utilização da mesma, sendo publicado apenas alguns vídeos relativos a eventos realizados ou transmissões em direto de eventos como congressos ou reuniões da Assembleia Municipal. Neste último caso, regista-se a preocupação da transmissão desta Assembleia em direto para que todos os municípios possam assistir às reuniões que, de certa forma, implicam as decisões políticas e de governança do município.

Do ponto de vista dos conteúdos foi possível observar que a rede social Facebook era utilizada para a partilha de todo o tipo de conteúdos relacionados com o município e exclusivamente do município, confirmando a tese defendida por Camilo (1999). Tal como referido pelo autor, esta rede serve para publicidade municipal; relações-públicas municipais; promoções municipais e informação e comunicação municipal interpessoal. Os conteúdos partilhados, estando sempre relacionados com iniciativas do município ou de entidades integrantes do município, vão desde eventos culturais, sociais e desportivos, políticos, datas festivas e informação de interesse público. A seleção dos conteúdos estavam a cargo do GC da CMA que após reunião da respetiva equipa, e em função dos eventos agendados, definia a calendarização das publicações. De referir ainda que, exceção feita à publicação da revista

municipal, com cariz mais político, não existia intervenção da vereação municipal na seleção das publicações.

6 Análise crítica

A realização deste estágio revelou-se uma opção acertada face aos objetivos pretendidos. Por um lado, porque permitiu observar diretamente o dia a dia de um gabinete de comunicação de uma entidade pública, neste caso de um município. Por outro lado, entender as dinâmicas associadas à comunicação institucional pública, que de forma diferente da comunicação institucional privada apresenta um público-alvo diferente e específico. No caso de um município o público-alvo para além de ter um interesse direto no dia a dia da atividade municipal, por interferir diretamente na sua vida, tem um interesse político-eleitoral de escrutínio continuo implicando uma comunicação consensual, transparente e que transmita confiança.

A participação na organização e colaboração no dia a dia do gabinete de comunicação, participando em eventos, realizando conteúdos, recolhendo informação, fortaleceu substancialmente as competências adquiridas ao longo do ano curricular do mestrado tendo sido possível aplicar na prática a aprendizagem teórica.

Compreender a importância das plataformas sociais na comunicação institucional foi outro desafio colocado para este estágio. Efetivamente estamos perante uma nova forma de comunicar, onde o mundo virtual social ocupa um grande espaço na vida das pessoas. Foi possível compreender a importância da comunicação *offline*, com a utilização de muitas soluções estáticas, nomeadamente agendas culturais, *mupis*, revistas, etc., ou através da rádio, para promover essencialmente eventos culturais, mas compreender que para comunicar rápido, de forma dinâmica e com um maior alcance a melhor solução é efetivamente recorrer às redes sociais. Para além de ser um meio de comunicação “vivo”, onde é possível existir interação entre as partes através de comentários, partilhas ou reações, permite medir o impacto e o alcance, para além do custo reduzido deste tipo de meio de comunicação. A comunicação nas redes sociais tem também a vantagem de poder ser vista pelos munícipes como comunicação de proximidade entre os eleitos e os eleitores.

De notar também a organização do GC da CMA, onde toda a equipa está alinhada com a estratégia do município, disponível para apoiar, com um grande sentido de responsabilidade e serviço público. Ao longo do período do estágio todos os colaboradores do GC da CMA demonstraram a vontade para partilhar e contribuir com as suas opiniões para a melhor estratégia de comunicação municipal.

7 Conclusão, limitações e linhas de investigação futuras

A conclusão deste trabalho de estágio académico reflete a ligação entre a teoria adquirida no âmbito do Mestrado e a prática observada durante o estágio no município de Abrantes. Em primeiro lugar, é essencial destacar que o estágio cumpriu com os objetivos propostos, permitindo uma transferência eficaz do conhecimento teórico para o contexto prático, reforçando assim as competências profissionais da aluna. Esta experiência prática proporcionou uma compreensão aprofundada sobre a importância das plataformas sociais na comunicação institucional, evidenciando que a utilização de redes sociais como o Facebook e Instagram são cruciais para alcançar uma comunicação dinâmica, interativa e de grande alcance. No entanto, como qualquer investigação, este estudo apresenta algumas limitações. A principal limitação reside, do ponto de vista teórico, na escassez de estudos atualizados sobre a temática da comunicação institucional/municipal, sendo muitos dos estudos relevantes datados de mais de duas décadas. Esta carência de literatura recente limita a possibilidade de comparação e validação dos resultados obtidos com as tendências e práticas contemporâneas. Além disso, a análise foi centrada exclusivamente no município de Abrantes, restringindo a generalização dos resultados para outros contextos municipais. Em termos de limitações metodológicas, a abordagem mista adotada, combinando observação participante e análise quantitativa de publicações nas redes sociais, embora robusta, poderia ser complementada por métodos adicionais, como entrevistas com stakeholders ou análises de conteúdo mais aprofundadas, para obter uma visão mais holística sobre a eficácia das estratégias de comunicação utilizadas. No que concerne às linhas de investigação futuras, sugere-se a realização de estudos comparativos que envolvam múltiplos municípios, de diferentes dimensões e características socioeconómicas, para avaliar a eficácia e adaptabilidade das estratégias de comunicação digital em contextos diversos. A investigação poderia também beneficiar de uma análise longitudinal para entender as mudanças e evoluções nas práticas de comunicação institucional ao longo do tempo, especialmente com o rápido desenvolvimento das tecnologias digitais e plataformas sociais. Outra vertente de investigação promissora seria explorar mais profundamente o impacto das redes sociais na perceção pública e no envolvimento cívico, investigando como diferentes demografias interagem com as plataformas digitais e quais são os fatores que influenciam a eficácia comunicacional. Adicionalmente, estudos poderiam focar-se na análise de métricas de envolvimento e impacto das publicações nas redes sociais, utilizando ferramentas analíticas avançadas para obter insights mais precisos sobre o alcance e a eficácia das campanhas comunicacionais. Em suma, se por um lado, este trabalho de estágio trouxe contribuições valiosas e cumpriu os seus objetivos, por outro, também destacou a necessidade de investigações contínuas e aprofundadas no campo da comunicação institucional/municipal,

especialmente à luz das rápidas mudanças tecnológicas e comportamentais na sociedade contemporânea. A continuidade e expansão destas investigações são fundamentais para o desenvolvimento de estratégias de comunicação mais eficazes e adaptadas às necessidades e expectativas dos cidadãos. Esta conclusão reitera a importância da prática baseada na teoria e da teoria informada pela prática, num ciclo virtuoso que promove a melhoria contínua e a inovação no campo da comunicação.

8 Referências

- Ahrens, L. (2024). The impact of public opinion on voting and policymaking. *Zeitschrift Für Politikwissenschaft*, 34(1), 77–100. <https://doi.org/10.1007/s41358-024-00366-w>
- Alfieri, A. (2021). Space of Flows and Space of Places: Manuel Castells and the Information Age. In D. La Rosa & R. Privitera (Eds.), *Innovation in Urban and Regional Planning* (pp. 221–224). Springer International Publishing.
- Barradas, C. L. de C. P. (2016). *Las salas de prensa online – Estudio de los municipios portugueses. Una propuesta de sala de prensa virtual*. <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/4058>
- Becker, H. S. (1958). *Problems of Inference and Proof in Participant Observation* (Vol. 23). <https://doi.org/10.2307/2089053>
- Bergmann, H. M. B. (2007). Ciberespaço e cibercultura: novos desafios para a sociedade, a escola e as formas de aprendizagem. *Caminhos de Geografia*, 8(20), 22–28. <https://doi.org/10.14393/RCG82015439>
- Brandão, E. P. (1998). *Conceito de comunicação pública*. <http://www.soc.american.edu/main.cfm?pageid=3>.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Camilo, E. (1999). *Estratégias de Comunicação Municipal. Uma reflexão sobre as modalidades de comunicação nos municípios*. Universidade Beira Interior.
- Cardoso, O. de O. (2006). Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. *Revista de Administração Pública*, 40(6), 1123–1144. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122006000600010>
- Câșloiu, A., & Tasente, T. (2023). Characteristics of online communication in Public Administration. Analysis of the online communication strategy for town halls in Olt county. *Ars Aequi*, 12, 226–236. <https://doi.org/10.47577/10.1234/arsaequi.12.1.226>
- Castells, M. (2002). *A Sociedade em Rede* (6th ed.). Paz e Terra. <https://scholar.google.com/scholar?q=The rise of the network society>
- Cordeiro, P. (2011). A rádio como um meio social: tendências de consumo e modelos de negócio. *Comunicação e Sociedade*, 20, 115–128. [https://doi.org/10.17231/comsoc.20\(2011\).886](https://doi.org/10.17231/comsoc.20(2011).886)
- Cornelissen, J. P., Durand, R., Fiss, P. C., Lammers, J. C., & Vaara, E. (2015). Putting communication front and center in institutional theory and analysis. *Academy of Management Review*, 40(1), 10–27. <https://doi.org/10.5465/amr.2014.0381>
- Duff, A. S. (2022). Castells versus Bell: A comparison of two grand theorists of the information age. *European Journal of Social Theory*. <https://doi.org/10.1177/13684310221099695>
- Esteves, J. (2009). *A teoria kantiana do respeito pela lei moral e da determinação da vontade* (Vol. 32, Issue 2). <https://doi.org/10.1590/S0101-31732009000200004>
- Gherheș, V., & Cismaru, L. (2023). The Presence of the romanian public administration on social media. *Professional Communication and Translation Studies*, 10, 32–39. <https://doi.org/10.59168/GZWM7037>
- Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything.’ *European Journal of Communication*, 28(6), 615–629. <https://doi.org/10.1177/0267323113501148>

- Hickson, M. (1974). Participation-Observation Technique IN Organizational Communication Research. *Journal of Business Communication*, 11(3), 37–42. <https://doi.org/10.1177/002194367401100306>
- Hohlfeldt, A., Martino, L. C., & França, V. V. (2001). *Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Editora Vozes.
- Kim, S., & Krishna, A. (2018). Unpacking Public Sentiment Toward the Government: How Citizens' Perceptions of Government Communication Strategies Impact Public Engagement, Cynicism, and Communication Behaviors in South Korea. *International Journal of Strategic Communication*, 12(3), 215–236. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1448400>
- Kunsch, M. M. K. (2018). A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. *Media & Jornalismo*, 18(33), 13–24. https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_1
- Kuzmina, A. M., & Abramov, D. A. (2023). Media Communication Framework of Governability in the Digital Public Administration System. *2023 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)*, 70–73. <https://doi.org/10.1109/ComSDS58064.2023.10130416>
- Larangeira, Á., & Magno, J. (2021). Resistência constitucional, sociedade civil interveniente e princípio poliárquico: horizontes de sobrevivência para a Empresa Brasil de Comunicação. *Revista Mídia e Cotidiano*, 15(3), 277–297. <https://doi.org/10.22409/rmc.v15i3.47270>
- Lemos, A. (2003). Cibercultura e Mobilidade: a era da conexão. *Razón y Palabra*, 1–21.
- Leone, S., & Mura, M. Della. (2020). Institutional Flows of Communication for Young People on Insta-gram and the Use of Visual Images. *Partecipazione e Conflitto*, 13(2), 1085–1109. <https://doi.org/10.1285/i20356609v13i2p1085>
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura* (1st ed.). Editora 34.
- Mahar, M. A., Ahmed, J., & Talpur, A. R. (2023). Political Communication and Public Opinion in Pakistan. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 159–165. <https://doi.org/10.55737/qjssh.066450023>
- Marketest. (2023, September 25). <https://www.marktest.com/wap/a/n/ld~29f1.aspx>.
- Moreira, D. (2019). Karaokê da Câmara dos Deputados: o uso do microfone na atividade parlamentar. *Opinião Pública*, 25(3), 597–629. <https://doi.org/10.1590/1807-01912019253597>
- Município de Abrantes. (2023a). *A história - CMAbrantes*. <http://turismo.cm-abrantes.pt/index.php/pt/951-turismo/descobrir-abrantes/574-historia-abrantes>
- Município de Abrantes. (2023b, September 21). <http://www.cm-abrantes.pt/>
- Nikmah, R., & Rasyid, E. (2023). Public Perception of Islamic Higher Education Institutions on Twitter in Indonesia: A Social Media Sentiment Analysis. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 129–136. <https://doi.org/10.12928/channel.v11i2.158>
- Okonkwo, C., Yusuf, A., & Banjo, K. (2024). The Role of Twitter in Shaping Public Opinion During Election Periods in Nigeria. *Journal of Linguistics and Communication Studies*, 3(1), 100–105. <https://doi.org/10.56397/JLCS.2024.03.14>
- Paudyal, G. R. (2023). The Influence of Cyberculture on Lifestyle: A Case of New Media Users. *Prithvi Academic Journal*, 92–103. <https://doi.org/10.3126/paj.v6i1.54673>
- Penteado, C. L. de C., Souza, P. R. E. de, & Fiacadori, G. (2020). Novos atores políticos de esquerda nas redes sociais: o uso do Facebook pelas lideranças do Podemos e do Bloco de Esquerda. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 31, 7–40. <https://doi.org/10.1590/0103-335220203101>
- Ruão, T. (2016). A organização comunicativa: teoria e prática em Comunicação Organizacional. In *A organização comunicativa: teoria e prática em Comunicação Organizacional*. Universidade do Minho. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41119>
- Santaella, L. (2023). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós- humano. *Revista Famecos*, 23–31. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.22.3229>
- Santos, M. A. dos. (2016). Campanha não oficial – A Rede Antipetista na eleição de 2014. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, 19(1). <https://doi.org/10.4013/fem.2017.191.10>

- Santos, S. C. (2013). *Os media de serviço público*. Livros LabCom.
- Severo, E. A., Kemmerich, E., Guimarães, J. C. F. de, & Ribeiro, R. P. (2020). O Endomarketing e a satisfação no trabalho numa instituição superior de ensino. *Revista de Administração de Roraima - RARR*, 9(1), 116–134. <https://doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v9i1.5070>
- Teixeira, D. T. (2019). Directrices para una política e comunicación científica para la Universidad des Estado de Mato Grosso (Brasil). *Perspectivas de La Comunicación*, 12(1), 135–156. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672019000100135>
- Urse, E., & Tasençe, T. (2023). The role of Social Media in the development of the communication strategy of public institutions. *Ars Aequi*, 12, 280–288. <https://doi.org/10.47577/10.1234/arsaequi.12.1.232>
- Vinten, G. (1994). Participant Observation: A Model for Organizational Investigation? *Journal of Managerial Psychology*, 9(2), 30–38. <https://doi.org/10.1108/02683949410059299>
- Wolton, D. (2008a). Il faut sauver la communication. *Revista FAMECOS*, 12(27), 15. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2005.27.3317>
- Wolton, D. (2008b). Pensar a internet. *Revista FAMECOS*, 8(15), 24. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.15.3117>



Abertura Ano Letivo



Anexo 2 - Texto Congresso do Desporto

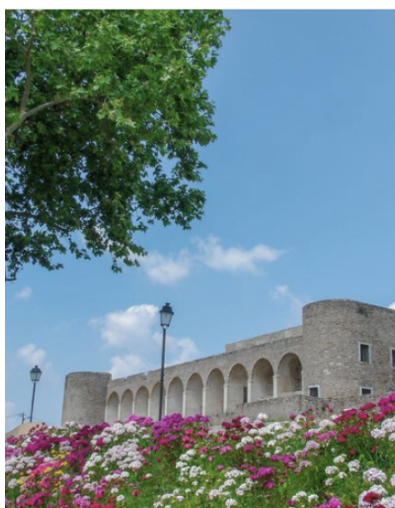


Anexo 3 - Texto Academia 100 Fios

Perfil do pescador	Como começou esta profissão e quando? Trabalha sozinho ou tem uma equipa? Quais são as rotinas e os horários de um pescador? Quais as principais dificuldades/desafios que encontra nesta profissão? Divulga as suas atividades nas várias plataformas digitais? Podemos encontrá-lo nas redes sociais?
O peixe na alimentação	Que tipo de peixes podemos encontrar aqui no rio Tejo? Existem muitas espécies invasoras? Como é que elas afectam o ecossistema? Há espécies mais sustentáveis que outras? Explique-nos o processo de confecção e cura dos peixes de água doce. Na sua opinião, os portugueses consomem peixe ou temos que alterar padrões de consumo?
O contributo da profissão na economia local	Vende para todo o país? Sendo um filho da terra, sente que de algum modo contribui para o desenvolvimento da economia local? Pode partilhar algum episódio divertido da pesca? Por fim, que mensagem gostaria de deixar aos jovens de hoje sobre a profissão e a importância do peixe na alimentação?

Anexo 4 - Guião de entrevista

Município de Abrantes atualizou a sua foto de capa.
10 de outubro de 2022



45 outras pessoas 13 comentários

Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

Salda Saúde Mental | Caminhada e ação de sensibilização
ação gratuita mas sujeita a inscrição:
ada pela Saúde Mental: <https://forms.office.com/f?2AymqPMzT4>
Sensibilização "O Estigma na Doença ... Ver mais



Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

mais no Largo dos Combatentes da Grande Guerra, em Tramagal.



Mais

1 comentário

10 de outubro de 2022

Exposições de duas exposições este sábado no MIAA com entrada gratuita

em trabalhos do Mestre José Pimenta e curadoria de Sara & André, e "as minhas arqueologias", de Heitor Figueiredo com curadoria de Hugo Dinis, são as duas exposições em este sábado, às 16h, no Museu Ibérico de Arqueologia e Arte, em Abrantes. Logo depois da tarde, a entrada no MIAA será gratuita.

Se todos os munícipes e visitantes a estarem pr... Ver mais



Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

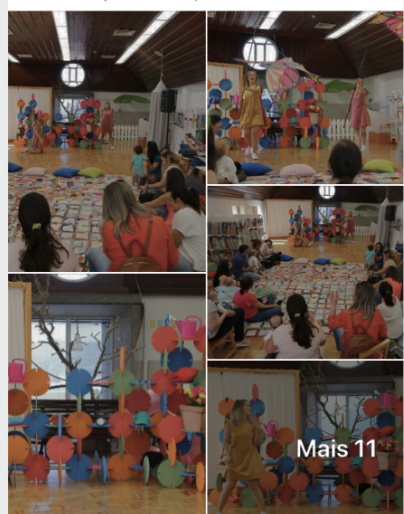
Presidente da Câmara Municipal de Abrantes, Manuel Jorge Valamatos, e a Vereadora Célia Oliveira estiveram esta quinta-feira, 6 de outubro, na abertura do encontro promovido de Cuidados na Comunidade (UCC) no âmbito da Semana Mundial do parto Materno (3 a 9 de outubro) para debater o tema da amamentação.

Além disso, Manuel Jorge Valamatos mencionou que "um dos temas centrais das Jades é a demografia porque as taxas de natalidade são muito baixas" e... Ver mais



Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

As "Quatro Estações" foi o espetáculo para bebés que decorreu na manhã de sábado na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes.



Mais 11

Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

Para bebés este sábado na Biblioteca Municipal

O espetáculo "Quatro Estações" é o nome do espetáculo para bebés que se realiza na Biblioteca Municipal António Botto, em Abrantes, com duas sessões: das 10h30 - dos 0 meses aos 18 meses e das 15h30 - dos 19 meses aos 4 anos ... Ver mais



Compartilhar

Comentar

Com um comentário...

Município de Abrantes
10 de outubro de 2022

A Biblioteca Municipal quArTel recebeu esta quinta-feira, 6 de outubro, a visita dos alunos da Escola Dr. Solano de Abreu, acompanhados pelos seus professores. Durante a visita, foram apresentadas as duas exposições de trabalhos de alunos da escola, uma performance e uma visita guiada às suas obras.

Logo depois da tarde, a entrada no MIAA será gratuita. Este sábado para visitar o último dia da exposição "Abre.Antes", com trabalhos de Romie e Filipa Batista... Ver mais



Mais 2

10

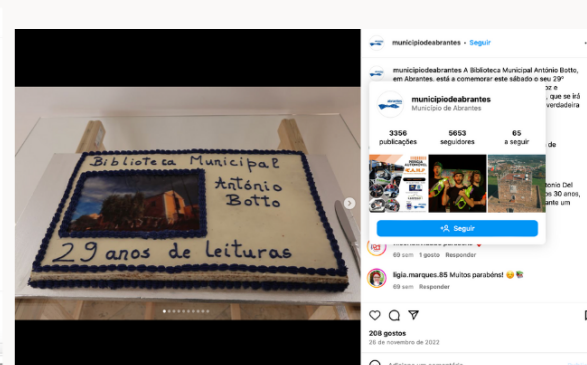
Município de Abrantes
7 de outubro de 2022

A Biblioteca Municipal de Abrantes e o CRIA - Centro de Recuperação e Integração de Abrantes, receberam esta sexta-feira, 7 de outubro, a renovação do protocolo de colaboração e integração das entidades na área da formação profissional, mais concretamente, para a manutenção e renovação de espaços verdes municipais por formandos do CRIA que frequentam o curso de Jardinagem.

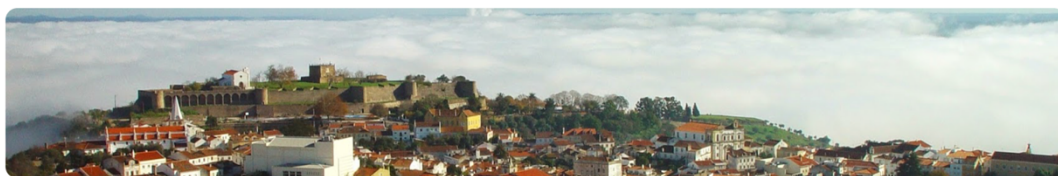
Este protocolo, formalizado em 2020, o Município atribuiu um apoio financeiro mensal aos formandos. Ver mais



Anexo 5 - Exemplos publicações Facebook



50



Município de Abrantes

@municipiodeabrantest · 866 subscritores · 476 vídeos

Mais acerca deste canal >

Subscrever

Início Vídeos Shorts Em direto Playlists Comunidade 🔍

Para si



24-02-2023 - Assembleia Municipal de Abrantes



Festival de Filosofia de Abrantes - Cidade, paisagem



23-02-2024 - Assembleia Municipal

Anexo 7 - Canal Youtube CM Abrantes