

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Mestrado de Média e Sociedade

2018/2020

**A ASSESSORIA MEDIÁTICA NA COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA – O CASO DA  
CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA-A-NOVA E OS *MEDIA* REGIONAIS**

**Mestrando**

Luís Filipe Alves

**Orientadora**

Professora Doutora Márcia Marat Grilo

**Portalegre**

**2020**

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Mestrado de Média e Sociedade

2018/2020

**A ASSESSORIA MEDIÁTICA NA COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA – O CASO DA  
CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA-A-NOVA E OS *MEDIA* REGIONAIS**

**Mestrando**

Luís Filipe Alves

**Orientadora**

Professora Doutora Márcia Marat Grilo

**Portalegre**

**2020**

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Mestrado de Média e Sociedade

2018/2020

**A ASSESSORIA MEDIÁTICA NA COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA – O CASO DA  
CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA-A-NOVA E OS *MEDIA* REGIONAIS**

**Mestrando**

Luís Filipe Cardoso Alves

**Constituição do Júri:**

**Presidente:** Professor Doutor Abílio José Maroto Amiguiinho

**Arguente:** Professora Doutora Cláudia Liz de Castro Pacheco

**Orientadora:** Professora Doutora Márcia Rogério Marat Moreira Pisco Cardoso Grilo

**Portalegre**

**2020**

*Ao meu tio Adelino.*

*Aos meus sobrinhos Leonardo, João Pedro, Francisco, Rafael e Artur.*

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais e às minhas irmãs, Cláudia, Patrícia e Cristina que, à sua maneira, me deram apoio nesta fase da minha vida.

À Joana, pelo carinho e pela paciência que tem para mim e pela força que me deu para continuar quando só pensava em deitar tudo a perder e, sobretudo, pelo amor que me dá todos os dias. Não importa o que a vida nos reserve, será sempre das pessoas que me manteve no caminho certo.

À minha orientadora, Professora Doutora Márcia Marat Grilo, pela orientação e acompanhamento.

Às técnicas do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova: Sónia, Andreia, Susana e Catarina, por todo o apoio e ensinamentos durante o período de estágio e por ter sido tão bem recebido. Um agradecimento também ao Sr. Presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, Eng.º João Lobo, e ao Vice-Presidente, Prof. João Manso.

A todos os meus amigos que deram sempre o seu apoio, uma palavra amiga e que, mesmo longe, a amizade não se perdeu.

À cidade de Portalegre e a tudo aquilo que me proporcionou durante a minha vida académica.

Um bem-haja a todos!

## **RESUMO**

As autarquias procuram no jornalismo local e regional aumentar a sua influência junto das populações, pretendendo ter visibilidade junto dos munícipes e destaque na região, minimizando a oposição e as opiniões negativas. Esse trabalho está a cargo dos gabinetes de comunicação e, em particular, da área de assessoria de imprensa, que trabalham para que a autarquia tenha uma boa imagem.

Neste relatório de estágio abordamos as temáticas da comunicação autárquica, das relações públicas, da assessoria de imprensa e do jornalismo local e regional. De seguida, descrevemos as atividades que foram desenvolvidas num período de estágio realizado no Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova.

A nível metodológico, foram também realizadas entrevistas semi-diretivas, que exploram quer as perspetivas da autarquia e do respetivo gabinete de comunicação, quer as de jornalistas, tendo sido ainda efetuada uma análise de conteúdo relativa a algumas notas de imprensa enviadas pelo gabinete e a notícias produzidas pela imprensa local e regional, a partir daquelas, de forma a procurar perceber em que medida a assessoria de imprensa representa uma mais-valia para o jornalismo local e regional e a tentar avaliar “o peso” das notas na produção jornalística.

**Palavras-chave:** Comunicação Autárquica; Relações Públicas; Assessoria de Imprensa; Jornalismo Local e Regional; Câmara Municipal de Proença-a-Nova.

## **ABSTRACT**

The autarchies look for their influence on populations in local and regional journalism, wanting to have visibility among the residents and featured in the region, nullifying all the opposition and negative opinions. That work is done by the press officers and the communication bureaus that work so that the autarchy has a good image.

The internship report we approached the thematic of municipal communication the public relations, the press office, and the local and regional journalism. We describe all the activities that were performed in an internship period on the Communication and Tourism Promotion Bureau in the City Hall of Proença-a-Nova.

At the methodological level were performed semi-directives interviews that explore both the perspectives of the local autarchy and its communication bureau, as well as from the journalists, having been made an analysis to the content of some press releases, made by the communication bureau and news produced by the local and regional press, from those, in order to know in what way the press office represents an asset to the local and regional journalism and trying to evaluate “the weight” of the journalistic production notes.

**Key-words:** Autarchy Communication; Public Relations; Press Office; Local and Regional Journalism; City Hall of Proença-a-Nova.

## **ÍNDICE DE SIGLAS**

RP – Relações Públicas

GCPT – Gabinete de Comunicação e Promoção Turística

CMPN – Câmara Municipal de Proença-a-Nova

ILR – Imprensa Local e Regional

## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	5
ÍNDICE DE SIGLAS .....	8
ÍNDICE DE FIGURAS .....	11
INTRODUÇÃO .....	12
CAPÍTULO 1 – RELAÇÕES PÚBLICAS .....	14
1.1. O QUE SÃO AS RELAÇÕES PÚBLICAS .....	14
1.2. HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS .....	17
1.2.1. As Relações Públicas em Portugal .....	19
CAPÍTULO 2 – A ASSESSORIA DE IMPRENSA .....	20
2.1. O CONCEITO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA .....	20
2.2. FUNÇÕES DO ASSESSOR DE IMPRENSA .....	21
2.3. A RELAÇÃO ENTRE OS ASSESSORES DE IMPRENSA E OS JORNALISTAS .....	24
CAPÍTULO 3- A COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA .....	27
3.1. COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA EM PORTUGAL .....	27
3.2. VERTENTES DA COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA .....	28
CAPÍTULO 4- O JORNALISMO LOCAL E REGIONAL .....	31
4.1. HISTÓRIA DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL EM PORTUGAL .....	31
4.2. MEIOS DE COMUNICAÇÃO LOCAIS E REGIONAIS EM PORTUGAL .....	33
4.2.1. A Imprensa .....	33
4.2.2. A Rádio .....	34
4.2.3. A Televisão .....	35
4.2.4. O Digital .....	35
4.3. ATUALIDADE DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL .....	36
CAPÍTULO 5- O ESTÁGIO NA CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA-A-NOVA .....	40
5.1. BREVE HISTÓRIA DO MUNICÍPIO DE PROENÇA-A-NOVA .....	40
5.2. A CÂMARA MUNICIPAL EM PROENÇA-A-NOVA .....	42
5.3. GABINETE DE COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA .....	43
5.4. ESTÁGIO NO GABINETE DE COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA DA CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA--NOVA .....	44
5.5. ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS NO DECORRER DO ESTÁGIO .....	45
5.5.1. Assessoria de Imprensa .....	45
5.5.2. Apoio em eventos organizados pelo Município e cobertura fotográfica .....	47
5.5.3. Conteúdos <i>online</i> .....	49
5.5.4. Outras atividades .....	49
5.6. PANORAMA DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL DO DISTRITO DE CASTELO BRANCO .....	49

CAPÍTULO 6- METODOLOGIA .....	51
6.1. OBSERVAÇÃO DIRETA .....	51
6.2. ENTREVISTA SEMI-DIRETIVA .....	51
6.2.1. Análise de entrevistas .....	53
6.3. ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	60
6.3.1. Análise dos resultados da análise de conteúdo.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70
ANEXOS.....	74

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1- Bandeira da Vila de Proença-a-Nova.....	37
Figura 2 - Brasão do Concelho de Proença-a-Nova.....	38
Figura 3 - Logotipo do Município de Proença-a-Nova.....	38

## INTRODUÇÃO

Hoje em dia qualquer organização ou empresa, seja do setor público ou privado, necessita de comunicar com os seus diversos públicos para obter notoriedade e alcançar sucesso. Tal como um colaborador tem de mostrar serviço feito à sua chefia, as organizações também têm de dar a conhecer o trabalho que desenvolvem. O mesmo acontece com as autarquias.

As Câmaras Municipais necessitam de comunicar com os seus habitantes, de mostrar o que têm feito em prol da sua terra, pois é o povo quem decide quem o governa, a partir do seu voto. O Presidente e Executivo Municipal eleito têm o dever de dar a conhecer aos seus munícipes o trabalho que realizam. É função dos gabinetes de comunicação fazer esse trabalho pois são eles os principais responsáveis pela criação de um elo de ligação entre a autarquia, os munícipes e os órgãos de comunicação social. Este trabalho é de extrema importância, numa altura em que a *Internet* está cada vez mais presente na vida das pessoas e, tanto as autarquias como os meios de comunicação social, estão cada vez mais presente no meio digital e até mesmo nas redes sociais, que se foram tornando num canal de comunicação entre o Município e os cidadãos.

Focamo-nos sobretudo no jornalismo local e regional, principal responsável e influenciador de uma região, pois ele tem uma característica única que os distingue dos meios de comunicação nacionais: a proximidade. Os gabinetes de comunicação das Câmaras Municipais e até mesmo os autarcas têm consciência disso. É fundamental que o gabinete de comunicação consiga que esse canal traga resultados positivos e que consiga gerir eventuais crises. Numa sociedade em que a desinformação e as chamadas *fake news* se apoderam da *Internet*, circulando sobretudo através das redes sociais, estes gabinetes e o jornalismo local e regional nunca foram tão importantes como agora.

O presente relatório tem por base o estágio realizado no Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova e tem como objetivo contribuir para que se perceba o impacto da assessoria de imprensa junto dos órgãos de comunicação locais e regionais. Assim sendo, a pergunta de partida para a realização deste estágio foi: O trabalho realizado pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova corresponde às expectativas dos meios de comunicação locais e regionais?

O relatório está dividido em três partes. Na primeira é apresentado o enquadramento teórico, em que abordamos a temática das relações públicas, desde a sua origem até à sua implementação em Portugal. No que diz respeito à assessoria de imprensa, focamo-nos na sua

história e principais funções de um assessor de imprensa e como este se deve relacionar com os jornalistas para que o seu trabalho seja bem-sucedido. Ainda nesta primeira parte, relativamente à temática da comunicação autárquica, abordamos as suas várias vertentes e no que concerne ao jornalismo local e regional é descrita a forma como cada setor jornalístico se recriou com o aparecimento da *Internet*.

Na segunda parte do relatório, procedemos à caracterização do local onde foi realizado o estágio – o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, e descrevemos as atividades desenvolvidas durante um período de quatro meses.

Por fim, a nível de metodologia é feita uma breve apresentação dos vários procedimentos adotados, nomeadamente os conceitos de observação participante, entrevista semi-diretiva e análise de conteúdo, sendo posteriormente desenvolvida uma análise aos dados recolhidos, quer através das entrevistas, quer os obtidos a partir dos conteúdos produzidos (notas de imprensa e textos jornalísticos criados a partir daquelas), com o intuito de compreender a forma como é visto o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística do Município de Proença-a-Nova pelos órgãos de comunicação locais e regionais, nomeadamente o trabalho desenvolvido na área da Assessoria de Imprensa, e como as informações difundidas através das notas de imprensa são tratadas por esses meios.

## CAPÍTULO 1 – RELAÇÕES PÚBLICAS

### 1.1. O QUE SÃO AS RELAÇÕES PÚBLICAS

São vários os contributos dados por diferentes autores, investigadores e organizações para definir as relações públicas. Lampreia (1982) refere que “Poder-se-ia defini-las, muito resumidamente, como a técnica de comunicação que visa, através de vários meios, divulgar a boa imagem de uma organização (um produto, serviço ou pessoa) junto dos seus públicos”. (p.24) O mesmo autor no livro *A Assessoria de Imprensa nas Relações Pública*, refere que a definição dada pelo Instituto Britânico de Relações Públicas aparenta ser das mais completas. Esta instituição aponta as relações públicas como

*“o esforço deliberado, planificado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada e o seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está direta ou indirectamente ligada”.* (Lampreia, 1982, p.20)

No mesmo livro o autor apresenta ainda definições dadas pela Associação Francesa de Relações Públicas que as descrevem como “atividades desenvolvidas por uma empresa tendo em vista o estabelecimento de boas relações entre esta e os diversos setores da opinião pública”. (1982, p.20) Apresenta ainda o significado de Relações Públicas da Associação Internacional de Relações Públicas, que as aponta como “uma atividade de direção de carácter permanente e organizado, através do qual as empresas procuram estabelecer e manter a compreensão, simpatia e colaboração dos públicos com que têm ou poderão vir a ter relações”. (1982, p.20)

Lampreia conclui que “as relações públicas têm sempre como objetivo criar uma boa aceitação da parte do público para com uma pessoa ou organização e que funcionam entre eles como um elo de ligação, desempenhando um papel especial para com o público interno”. (1982, p.20)

Também o autor Manuel García (1999) na introdução do seu livro *As Relações Públicas*, começa por referir que

*“As relações públicas servem – ou poderiam servir – para branquear a imagem de um Richard Nixon, por exemplo. Ou para disfarçar o modo controverso de proceder uma determinada companhia mineira. As relações públicas servem – ou poderiam servir – para convencer a “opinião pública” de que a atuação de uma grande*

*instituição é correta porque visa o bem comum (porque visa o bem comum, mesmo que tenha má cara). As relações públicas servem – ou poderiam servir – para tirar do anonimato esse grupo de filantropos que tantas coisas boas fizeram pelo bem da humanidade, para mostrar a faceta mais amável de um exército de libertação popular ou para fazer o mesmo com qualquer corpo militar enviado em missão de paz”. (p.9)*

No seu livro, García apresenta outras aceções de Relações Públicas de diferentes autores e instituições. A Real Academia Espanhola da Língua descreve-as como uma “atividade profissional cujo objetivo é, mediante decisões pessoais ou com o emprego das técnicas de difusão e comunicação, informar sobre pessoas, empresas, instituições, etc. tratando de prestigiá-las e de captar vontades a seu favor”. (p.10)

Rex Harlow, investigador que reuniu 472 definições de Relações Públicas e que observou pontos comuns, construiu a sua própria explicação:

*“As relações públicas são uma função distinta de direção, que ajuda a estabelecer e manter linhas mútuas de comunicação, compreensão, aceitação e cooperação entre uma organização e o seu público; implica a orientação de problemas ou assuntos; ajuda a direção a manter-se informada e a responder perante a opinião pública; define e exalta a responsabilidade da direção ao serviço do interesse público; ajuda a direção a manter-se a par das mudanças efectivas, servindo como sistema inicial de aviso para ajudar a antecipar tendências; e utiliza a investigação e técnicas éticas e sãs de comunicação como instrumentos principais”. (Harlow apud García, 1999 pp. 61-62)*

Para a *Public Relations News*

*“as relações públicas são um instrumento de política direccional e tomam em consideração os comportamentos e atitudes do público, têm a intenção de identificar as ideias e o modo de actuar do indivíduo ou de uma organização com interesses públicos; e realizam um plano de ação concreto para conseguir a aprovação e adesão do público”. (Harlow apud García, 1999, pp.61-62)*

García recorre ainda a Herbert e Peter Lloyd, que na obra *Public Relations*, referem que houve pela primeira vez um Governo, referindo-se ao Governo francês, a definir oficialmente Relações Públicas. Segundo o que constava no decreto,

*“Os deveres de uma pessoa dedicada à prática das relações públicas, fazendo parte do pessoal directivo de uma empresa ou trabalhando*

*independentemente, consistem em criar e apresentar, às empresas ou organizações que contratem os seus serviços, os meios para estabelecer e manter boas relações com o público, baseadas na confiança mútua, e informar sobre os resultados alcançados e, de um modo mais geral, sobre todas as questões relacionadas com o seu trabalho. Os referidos deveres também podem incluir as relações das empresas com o seu próprio pessoal. Um profissional de relações públicas é responsável por levar a cabo a política recomendada e calibrar os resultados. A informação por ele apresentada sobre a organização deve mencionar, em todos os casos, a fonte de procedência, ser estritamente objetiva e estar isenta de propaganda, publicidade comercial ou conteúdo publicitário”. (Lloyd & Lloyd, apud García, 1999, pp.62-63)*

Fernando Lozano (1981) afirma que

*“Uma definição básica das Relações Públicas poderia ser a arte de aglutinar e orquestrar todos os meios de comunicação e investigação social, em favor de determinados fins, com base num programa tecnicamente estudado e planificado ao serviço de objetivos concretos, antecipadamente considerados legítimos”. (p.62)*

Ao analisar os diferentes significados de Relações Públicas aqui apresentados são visíveis várias ideias-chave que os autores têm em comum: as Relações Públicas são um importante instrumento de comunicação entre uma organização e os seus diversos públicos, em que os meios de comunicação são fundamentais para que a mensagem seja transmitida e que cause uma boa aceitação. Para isso é feito um plano ou programa estratégico e eficaz para se conseguir obter os fins pretendidos. O profissional de Relações Públicas tem a obrigação de trabalhar para estabelecer boas relações entre a sua organização e o público, mas também dentro da própria organização.

Concluindo, o departamento ou secção de Relações Públicas não é um simples setor, mas sim “O” departamento, pois é fundamental para desenvolver uma relação positiva entre empresas e o público, com vista a atingir os objetivos coletivos.

## 1.2. HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Pode dizer-se que a origem das Relações Públicas se perde na História. Através dos nossos antepassados existem exemplos de ordens religiosas, militares e também de famílias reais que “começaram a pagar a jograis e trovadores, no intuito de predispor a opinião pública a seu favor”. (García, 1999, p.10)

O mesmo autor afirma que Sam Black, membro honorário da Associação Internacional de Relações Públicas, assegura a existência de provas que na Grécia Antiga dedicavam um cuidado e atenção de extrema importância para influenciar a opinião pública. (1999, p.10)

Domingos Antunes Valente (2018) refere que

*“As origens ou raízes das RP, tal como da generalidade dos fenómenos (...) perderam-se na história da Humanidade. Modos soltos de actuar, fragmentos de comportamento, enfim, práticas de relações com o público geral ou com públicos específicos, por parte das entidades colectivas, visando a mútua compreensão e o bom relacionamento, teriam sobressaído na generalidade das sociedades; (...) Os grandes movimentos sociais registados, historicamente, do nosso mundo (corporações dos ofícios da Idade Média, acções alargadas e concertadas para a abolição da escravatura – dois exs.) socorreram de técnicas próprias de RP”. (p. 93)*

Valente dá exemplos relevantes para corroborar esta afirmação, como é o caso de Júlio César (Imperador Romano) considerado por muitos como o digno antepassado do jornalismo, em que nas suas atas redigia os feitos e conquistas do Império Romano e neles procurava o engrandecimento do Império por forma a transmitir uma mensagem de um forte poderio e grandiosidade. Na França o Rei Luís XIV foi o precursor de *slogans* que hoje ainda conhecemos, como o “Rei Sol”. Já Napoleão Bonaparte criou uma imagem de um autêntico Imperador dos Franceses, semelhante à figura dos Imperadores Romanos. (2018, pp. 93-94)

Mas o “embrião” para a emergência das Relações Públicas enquanto profissão surgiria nos Estados Unidos, no século XIX, durante a Revolução Industrial, em que o principal objetivo das indústrias e comércios que se expandiam era comunicar em grande escala com anúncios publicitários impressos. (Ruão *et al.* *apud* Lesly, 1995)

Contudo, seria no século XX que as Relações Públicas surgiam então como profissão, graças aos contributos de Ivy Lee e Edward Bernays.

Ivy Lee era jornalista de profissão e, numa altura em que o jornalismo ganhava uma extrema importância no contexto social, “onde se realça a importância que a imprensa estava

a ter no contexto social, enquanto meio de denúncia para a exploração laboral” (Nogueira, 2018, p. 21), Lee defendia “a harmonização da comunicação entre os níveis superiores da administração e os seus públicos, e que se deveria divulgar a informação de forma transparente para os meios de comunicação social e para a sociedade”. (Lloyd & Lloyd *apud* Ruão *et al.*, 2016, p.24)

Em 1906 Lee deixa a profissão de jornalista e realiza o seu primeiro trabalho de Relações Públicas, no qual organizou uma campanha para melhorar a imagem de John David Rockefeller, patrão da Standart Oil Company, que estava a ser criticado pela imprensa norte-americana por alegados maus tratos aos trabalhadores (Pinho, 2008, p.35).

Joana dos Santos Gradíssimo refere que

*“Ivy Lee marcou o surgimento das relações públicas, ou da assessoria de imprensa, com a criação de uma declaração de princípios, em forma de carta aos seus editores, que abolia o secretismo empresarial e se prestava a divulgar à imprensa e ao público dos Estados Unidos da América informações de interesse para a sociedade. Através das sua Declaração de Princípios, Lee demonstrou que “se, se informar correta e devidamente o público, e se, se for franco para com ele, deixando-o formar a sua própria opinião a partir dos factos reais apresentados, então o público está disposto a compreender e a ser justo”.* (Lloyd *et al.*, 1984, *apud.* Gradíssimo, 2016, p. 16)

Lee também ficaria na história das Relações Públicas pela gestão da informação que desenvolveu aquando do acidente nos caminhos-de-ferro da Pennsylvania Railroad Company, em 1912 (Ruão *et al.* 2016, p.24) e desempenhou um papel importante na empresa George F. Baer & Associates, durante uma crise originada a partir de uma greve ocorrida numa indústria de carvão. (Pinho, 2008, p.35)

Edward Bernays foi pioneiro na profissão ao abrir o primeiro escritório de consultoria em Nova Iorque, em 1919, e lecionou em universidades a disciplina de Relações Públicas. Em 1923 publicou o primeiro livro sobre a temática: *Cristalyzing Public Opinion*. (Ruão *et al.* 2016, p.24).

Finalmente as empresas tomavam consciência que era preciso manter uma boa relação com os seus públicos e que a comunicação era fundamental para o rumo das organizações. Mesmo que o conceito já tenha tido evoluções ao longo dos tempos, as Relações Públicas são um setor de grande importância.

### 1.2.1. As Relações Públicas em Portugal

As Relações Públicas chegaram a Portugal pela mão de empresas multinacionais americanas, como a Mobile e a Shell, em 1960. (Gradíssimo, 2016, p.17) Estas multinacionais “precisavam de funcionários para o departamento da comunicação e para ações de consultoria”. (Nogueira, 2018, p.22)

Um dos pioneiros das Relações Públicas em Portugal foi Domingos Avellar Soeiro, que em 1959 teve o primeiro trabalho como Relações Públicas no Laboratório Nacional de Engenharia Civil. Aliás, foi também o primeiro Gabinete de Relações Públicas na Administração Pública Portuguesa (Gradíssimo, 2016, p.17).

Mais tarde, em 1968, Álvaro Pereira Soeiro fundou a Sociedade Portuguesa de Relações Públicas (SOPREP) e seria também o primeiro a publicar, em 1971, o primeiro artigo em Portugal sobre Relações Públicas (Gonçalves, 2013, p.131).

É importante não esquecer que nos anos aqui mencionados Portugal vivia um regime totalitário e sem liberdade de expressão e de imprensa. É por isso que as Relações Públicas só começaram a ter um maior desenvolvimento após a Revolução dos Cravos, a 25 de abril de 1974 e, posteriormente, com a entrada do país na União Europeia, em 1986.

Este setor também cresceu academicamente. Gradíssimo, na sua dissertação de mestrado, apresenta o estudo de Mário Mesquita e Cristina Ponte, no qual revela que já existiam mais de 30 cursos que lecionavam sobre Relações Públicas com cerca de 6500 estudantes inscritos no ano letivo de 1996 (Gradíssimo, 2016, p.18).

A mesma autora cita Gonçalves, para concluir que

*“ (...) o ciclo de vida das relações públicas em Portugal ocorreu em três períodos principais. Os anos 60 marcaram o início cronológico das relações públicas em Portugal (...). O verdadeiro lançamento da profissão dá-se na pós-revolução de 1974 (...). Na viragem do século, as relações públicas em Portugal entram na idade adulta, com a consolidação do número de profissionais (...)”.*  
(Gonçalves *apud* Gradíssimo, 2016, p.18)

## CAPÍTULO 2 – A ASSESSORIA DE IMPRENSA

### 2.1. O CONCEITO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA

Segundo a Federação Nacional de Jornalistas brasileira, a Assessoria de Imprensa é um “serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral. Esses veículos são os jornais diários, revistas semanais, revistas mensais, revistas especializadas, emissoras de rádio, agências de notícias, *sites*, portais de notícias e emissoras de tevê”. (Federação Nacional de Jornalistas, 2007, p.7)

O trabalho dos assessores de imprensa permite sedimentar uma imagem forte, positiva e coesa da empresa ou instituição na sociedade e criar um vínculo de confiança com os órgãos de comunicação social. Vasco Ribeiro recorre a vários autores para afirmar que “é a ferramenta mais importante das relações públicas”. (Cutlip *et al.*, 2000; Bailey, 2006; Skinner *et al.*, 2010 *apud* Ribeiro, 2014, p.65)

Desde o seu início que a Assessoria de Imprensa, no papel do assessor de imprensa, existe para ajudar os seus clientes a ter uma boa imagem na sociedade. Este papel é feito por pessoas com formação na área, mas muitas vezes, devido à sua experiência no mundo do jornalismo, é feito por jornalistas.

Chinem, sobre o que é a Assessoria de Imprensa, refere que

*“ (...) a Assessoria de Imprensa, longe de executar uma tarefa rotineira, enfadonha e repetitiva, exige conhecimentos técnicos e uma consciência ética de suas influências na opinião pública. Incluída recentemente em currículos de algumas universidades, é uma área que exige muito (...), pois requer do profissional de comunicação uma sistematização que lhe possibilite exercer a função com segurança e correção”. (2003, p.11)*

A natureza profissional do assessor de imprensa não é consensual. Para esclarecer esta situação, Pereira (2010, p.36) recorre a Valéria de Almeida para explicar que existem três correntes para o assessor: uma em que se defende que o assessor de imprensa não necessita de ser obrigatoriamente da área do jornalismo; a segunda sustenta que os jornalistas podem ser assessores de imprensa e a terceira corrente aponta que o assessor deve ser uma espécie de “lobista legítimo”. O assessor de imprensa, apesar de ser o intermediário entre uma

organização e os *media*, é visto com alguma desconfiança no meio jornalístico, pois é, nalguns casos, visto como alguém que não vingou na área.

Eduardo Tomás cita Gluer para concluir, em linhas gerais, que

*“Muitas são as atribuições e processos hoje a cargo de uma assessoria de imprensa, compreendendo aqui sua atuação mais ampla na área de comunicação organizacional. Cada vez mais, é este setor que está pensando estrategicamente, coordenando e executando as ações comunicacionais da organização, oferecendo apoio à tomada de decisão e facilitando a convergência de objetivos”.* (Gluer *apud* Tomás, 2017, p.25)

## 2.2. FUNÇÕES DO ASSESSOR DE IMPRENSA

Como exposto anteriormente, desde o princípio que a Assessoria de Imprensa, na figura do assessor de imprensa, existe para ajudar os seus clientes. Este papel é desempenhado por alguém com formação na área, mas muitas vezes, devido à sua experiência no mundo do jornalismo, as empresas ou particulares contratam jornalistas para seus assessores de imprensa pois, como já referido, estes já têm conhecimento da vertente jornalística sendo mais fácil comunicar com os órgãos de comunicação social nas suas funções diárias.

No que diz respeito ao trabalho do assessor de imprensa, Chinem aponta que:

*“ (...) é um profissional que mantém contacto regular com as redações, conhecendo os jornalistas (repórteres, pauteiros, chefes de reportagem e editores), seus interesses e a rotina de seus trabalhos. Sabe como funciona os fluxos de produção e os horários de fechamento”.* (2003, p.12)

Um bom assessor de imprensa tem de saber como se relacionar bem com os *media*. São estes quem divulga os trabalhos dos clientes dos assessores e todos os dias eles são precisos neste mundo da Assessoria de Imprensa. Um bom assessor de imprensa tem de orientar o seu cliente sobre tudo o que pode ou não interessar aos meios de comunicação.

Maristela Mafei cita um exemplo desta relação necessária dos assessores com os *media*:

*“Em 2001, a Organização das Nações Unidas (ONU) reconheceu no Brasil o país que mais estimulou o voluntariado e cuja imprensa deu mais visibilidade ao tema. Uma boa ação da mídia? Duvido que os veículos de comunicação tivessem despertado interesse à questão de forma continuada, não fosse o trabalho de Assessoria de Imprensa realizado na ocasião pelo Instituto*

*Brasil Voluntário. Várias instituições de terceiro setor se juntaram ao esforço de divulgar ações interessantes, seguidas por empresas engajadas com o movimento de responsabilidade social. Os assessores de imprensa foram hábeis em planejar os assuntos divulgados a cada mês e em contar histórias de pessoas e comunidades que melhoraram de vida graças ao voluntariado. Cercaram o assunto por vários lados. E tiveram basicamente muito jogo de cintura para fazer com que a imprensa achasse notícia onde não estava procurando”. (2008, p.9)*

Os assessores de imprensa têm de saber utilizar os *media* a seu favor. Isto é, têm de saber como chamar a atenção destes para que sejam notícia.

Segundo Ferraretto & Ferraretto, muitas atividades foram sendo incorporadas no dia-a-dia das assessorias (2009). Essas atividades, todas elas realizadas atualmente, são:

- Envio de *press releases*;
- Manter o *mailing* atualizado;
- Preparar o *clipping*;
- Montar *press kits*;
- *Follow up*;
- Realizar entrevistas coletivas e individuais;
- Gerenciar crises;
- Manter um bom relacionamento com os *media*;
- Preparar *Media Training* para os seus assessorados. (Mauad, 2009, p.5)

Quanto ao *press release*:

*“ (...) é o primeiro passo a ser dado pelo assessor de imprensa para transformar uma informação, com potencial para virar notícia, em um texto. (...) O release é um texto jornalístico enviado a redação sobre assuntos de interesse da empresa. (...) Não há segredos para a redação de um bom release. Ele precisa apenas ser exato e rico de informações. O jornalista ainda deve se basear no próprio texto jornalístico. Utilizar lead, manchete e subtítulo. (...) É inevitável que releases de caráter de interesse coletivo não seja aproveitado”. (Mauad, 2009, p.5)*

Vasco Ribeiro sublinha que

*“Os press releases são, de facto, textos relativamente curtos, semelhantes às notícias e*

*contendo o que é considerado pela entidade emissora como informação noticiosa. Procuram, como objectivo central, serem publicados integralmente como notícias reais. E sabe-se, de igual forma, que são abundantes comprovadamente aproveitadas pela imprensa”.* (Ribeiro, 2014, p.4)

#### O mailing list

*“ (...) deve ser atualizado diariamente. Deve conter o nome e os contactos dos jornalistas de redação, ficando mais fácil a identificação e o envio do material.” E de forma a manter um bom mailling, o assessor de imprensa deverá realizar o trabalho repetitivo de telefonar para as redações e buscar todos os dados daquele jornalista para futuros contactos”.* (Mauad apud Mafei, 2009, p.7)

O *clipping* é a ação onde se procura e junta todo o material que foi divulgado nos diferentes órgãos de comunicação social, juntar tudo e enviar ao cliente. “É ali que estará a indicação das notícias em suas respectivas editorias, o nome dos repórteres e a data da publicação da matéria”. (Mauad apud Mafei, 2009, p.7)

#### O press kit é

*“ (...) idealizado pela Assessoria de Imprensa e contém informações que auxiliarão o jornalista na confecção da reportagem. São dados, artigos, números, textos e fotografias. (...) É um material que tem a finalidade de ajudar o jornalista na hora de ele escrever a reportagem”.* (Mauad apud Mafei, 2009, p.8)

O *follow up* é uma “atividade [que] busca retorno, por telefone, do envio do material aos jornalistas. O recurso também costuma ser utilizado para a confirmação de presença dos repórteres em entrevistas colectivas (...)”. (Mauad apud Mafei, 2009, p.8).

Quanto às entrevistas individuais são realizadas de forma a “potencializar o efeito das divulgações”. (Mauad apud Mafei, 2009, p.8) Já as entrevistas colectivas são realizadas para comunicar assuntos de interesse relevante.

#### O gerenciamento de uma crise é importante pois esta

*“(...) dentro de uma empresa pode ter efeitos desastrosos: coloca em dúvida a reputação da organização e a empresa perde lucros. Por isso, é importante que a situação seja controlada. O assessor de imprensa, portanto, deverá estar preparado para agir em momentos assim e assumir as rédeas do assunto (...)”.* (Mauad apud Mafei, 2009, p.8)

Tal como já referido o relacionamento com os *media* é importante pois são estes quem divulga os trabalhos dos clientes.

O *Media Training* é

*“um treinamento elaborado por uma Assessoria de Imprensa ou empresa por ela contratada, dirigido a executivos, políticos e lideranças. Visa desenvolver competências comunicativas para lidar com a mídia impressa e electrónica (...) possibilita aos assessorados lidar com microfones e câmeras e, acima de tudo, ensina os porta-vozes a falar com o jornalista da maneira correta: com clareza e objetividade”.* (Mauad *apud* Mafei, 2009, p.8)

A maioria das autarquias possui nos seus *sites* uma sala de imprensa *online*. Barradas sublinha que

*“ (...) quando se pretende desenhar uma sala de imprensa, há que ter em conta, por um lado, a necessidade de um acesso direto, desde a página principal, ou seja, o jornalista tem que, com um simples clique, chegar à informação pretendida. Por esta razão os materiais, na rede, devem ser desenhados para proporcionar a criação de ambientes de reflexão para o jornalista. Por outro lado, os objetivos e o conteúdo, que se querem transmitir, devem seguir sempre os critérios e as características da linguagem jornalística, bem como, obedecer à política comunicativa do gabinete”.* (Barradas, 2015, p.128)

### 2.3. A RELAÇÃO ENTRE OS ASSESSORES DE IMPRENSA E OS JORNALISTAS

Sobre esta relação Gabriela Lopes (2012, p.31) cita vários autores para defender que os gabinetes de comunicação são instrumentos indispensáveis para todas as organizações que querem ter destaque nos meios de comunicação social e influenciar a opinião pública.

A relação entre fonte de informação e o jornalista é fundamental, porém os interesses de cada um são distintos. De um lado está o jornalista, que procura informação, do outro está a fonte de informação, que procura passar informação para que a sua organização tenha destaque nos *media*.

Como refere Joana Gradíssimo (2016), o assessor de imprensa não deve em momento algum pressionar o jornalista. Por sua vez o jornalista jamais se deve sentir pressionado por aceitar documentação ou informações vindas de um assessor de imprensa, pois está no seu

direito de investigá-las e de as tornar, ou não, públicas. A autora recorre a Lampreia para indicar que a chave para o sucesso da relação se baseia na prontidão, veracidade, concisão e interesse das notícias facultadas aos órgãos de comunicação social.

Os assessores de imprensa são o canal privilegiado de ligação entre a organização e os *media*, pois são eles que fazem chegar à comunicação social a informação acerca da organização, tornando-se uma fonte de informação. Na sua tese de mestrado, Pereira (2010, p.39) cita Vilaça, afirmando que os maiores objetivos dos assessores em relação aos jornalistas é alcançar a visibilidade e atenção dos jornalistas, tentar neutralizar as opiniões negativas e os interesses da oposição, angariar o apoio da opinião pública e criar uma imagem positiva da organização.

Segundo o mesmo autor (2010, p.37), a melhor forma de o assessor de imprensa manter uma boa relação com os jornalistas é fornecer todo o material necessário aos órgãos de comunicação social, com prontidão, veracidade e concisão, referindo ainda que o assessor também tem de conhecer bem a organização onde trabalha e como funciona e atua, para não prejudicar a boa imagem da organização, pois um mau assessor de imprensa é um obstáculo para o jornalista, sendo que não gostam de falar com quem não entende aquilo sobre o qual está a falar.

Conhecer os meios de comunicação e as suas rotinas, conhecer o historial profissional dos jornalistas, divulgar informações verdadeiramente relevantes, satisfazer os pedidos dos jornalistas em tempo útil, explicar os factos com clareza, reconhecer ao jornalista a decisão de publicar ou não as informações enviadas pelo assessor são, de acordo com Pereira (2010, p.38), as principais funções do assessor e que mais tarde acabam por ser determinantes para uma boa relação entre assessor e jornalista e, acima de tudo, manter sempre contato com os *media*.

O assessor tem de ter cuidado com o excesso de envio de informação, pois pode não interessar ao órgão de comunicação e este pode começar a dar pouca importância à informação fornecida. Como afirma Pinto na sua tese,

*“só a implementação de um sistema de comunicação contínuo e planificado permite a criação de laços de confiança e credibilidade entre a autarquia e os órgãos de comunicação social”.* (Vilaça, 2008 *apud* Pinto, 2016, p. 45)

É certo que o objetivo central da assessoria de imprensa passa por trabalhar o mais próximo possível dos meios de comunicação social, sendo, para isso, vital que se estabeleça

uma relação de confiança mútua. Contudo, apesar de ser vantajoso alimentar essas relações de estreita confiança, “o assessor de imprensa nunca pode esquecer que o seu trabalho deve servir o interesse do assessorado, e que a sua função não é substituir o jornalista que trabalha para o órgão de comunicação contactado”. (Beirão *et al.* 2010, p.13)

## CAPÍTULO 3- A COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA

### 3.1. COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA EM PORTUGAL

A comunicação autárquica começou a ganhar importância nos municípios portugueses a partir da década de 80 do século XX. Na sua tese de mestrado, Lopes (2012, p.48) cita Oliveira, dizendo que este facto ocorreu quando os autarcas perceberam que se quisessem voltar a ser reeleitos tinham de comunicar com a população, explicando as suas ideias para o concelho. Tudo isto aconteceu também devido ao 25 de Abril de 1974 e, conseqüentemente, com a atribuição de mais competências e autonomia ao poder local. Foi a partir deste momento que começaram a surgir os primeiros gabinetes de imprensa nas autarquias. Para explicar melhor estes acontecimentos, Gabriela Lopes explica, por palavras suas, a perspetiva de Eduardo Camilo, segundo a qual

*“Os municípios são considerados as âncoras do desenvolvimento local, ou seja, a sua atuação ultrapassa os limites do serviço público, integrando também as dinâmicas sociais, económicas, culturais e até ambientais dos concelhos, o que leva a um maior grau de participação e de exigência das populações locais relativamente à atuação dos autarcas e à qualidade de serviços prestados pelos aparelhos municipais”.* (Lopes 2012, p.49)

Lopez (2005) sublinha que “a comunicação permite melhorar o processo de gestão da autarquia ao permitir, por exemplo, o intercâmbio de informações e opiniões tanto no interior da organização como entre a autarquia e o exterior”. (Lopez *apud* Fernandes, 2011, p.15)

Gabriela Lopes defende a aceção de Comunicação Autárquica dada por Camilo, que descreve como

*“Um conjunto global, coerente e contínuo de ações comunicacionais concretizadas pela estrutura institucional do município, a Câmara Municipal, a Assembleia Municipal ou o Presidente da Câmara. É coerente na medida em que é utilizada para resolver problemas e alcançar objetivos concretos. É contínua porque acompanha as atividades públicas do Município. É concreta porque tem como referência a comunidade local. (...) É interativa porque se pode assumir como um espaço de diálogo entre os cidadãos e os seus representantes políticos”.* (Camilo *apud* Lopes, 2012, p.49)

A comunicação autárquica é realizada, na sua grande maioria, por pessoas que trabalham na área da comunicação da instituição.

Relativamente à difusão da informação, as autarquias têm uma grande responsabilidade com os seus cidadãos. O cidadão deve ser informado acerca dos planos de atividades, do que se passa na sua área, quando há reuniões da autarquia, entre outros aspetos. Para além destas também todas as outras atividades organizadas pela Câmara ou em que elementos desta estejam presentes e qual o motivo para marcarem presença devem ser comunicadas ao público. Patrícia Pinto refere que

*“A comunicação das autarquias tem como principais missões informar os munícipes, trabalhar a imagem positiva da edilidade, fomentar a autarquia na área económica e social, estimular a cultura e o desporto, promover o turismo e garantir aos residentes que o nome do concelho é levado além-fronteiras pela diferença e pela primazia de ações estratégicas integrantes e de sucesso”.* (Pinto, 2016, p.45-46)

Como já referido, atualmente é impossível um(a) autarca gerir o seu concelho, sem comunicar com os seus munícipes, informando a população da atividade municipal (deliberações, atividades, planos, etc.). Lopes (2012, p.49) cita vários estudiosos sobre esta matéria, defendendo que a comunicação autárquica é um meio de extrema importância para justificar as decisões dos autarcas ao longo do seu mandato e é uma ferramenta para que estes se dêem a conhecer.

Cardoso considera que os municípios “têm a obrigação de reforçar os meios e a sua ação no setor da comunicação municipal, quer pelos imperativos legais (...) como também na defesa dos valores da democracia”. (Cardoso *apud* Fernandes, 2011, p.16)

### 3.2. VERTENTES DA COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA

Gabriela Lopes recorre a Camilo para afirmar que este tipo de comunicação pode assumir três vertentes: informação autárquica, comunicação política e comunicação simbólica. A informação autárquica corresponde às informações acerca da atividade do concelho e também quando os autarcas têm de justificar aos munícipes as suas opções e decisões ou de os sensibilizar para que certas metas municipais sejam alcançadas.

A comunicação política nas autarquias

*“É uma modalidade que está constantemente presente no município, tendo em conta que este é um aparelho político-administrativo sustentado*

*por mandatos políticos, logo a comunicação municipal não escapa às tentações da política por parte dos representantes municipais, sempre que está em jogo a explicação ou divulgação do trabalho municipal de uma equipa eleita politicamente”. (Camilo apud Lopes, 2012, p. 49-50)*

A comunicação simbólica é definida como as diferentes relações que a população tem com os espaços que os rodeia, tanto a nível político, como a nível administrativo.

A atuação da comunicação autárquica verifica-se em três níveis: a comunicação administrativa, a comunicação político-administrativa e a comunicação política.

No que diz respeito a estes três níveis de comunicação, Lopes afirma que

*“A comunicação administrativa consiste na promoção dos serviços públicos realizados pela Câmara Municipal, ou seja, é a comunicação do produto. Este tipo de comunicação faz parte das estratégias de marketing municipal e pode ser utilizada para comunicar um novo serviço ou para justificar um aumento de taxas, por exemplo. A comunicação político-administrativa, à semelhança da comunicação política, abarca as ações do presidente da Câmara, cujos objetivos são estimular a participação pública e o aperfeiçoamento dos serviços municipais. Por último, a comunicação política engloba todas as interações que servem de base à participação pública no concelho, ou seja, todas as ações que dizem respeito aos órgãos políticos (Assembleia Municipal e Presidente de Câmara) ”. (Lopes, 2012, p.50)*

A partir do século XXI uma das maiores tendências dos autarcas, segundo Patrícia Pinto (2017, p.45), são as estratégias de comunicação que a autarquia adota para comunicar com a população.

Também com o avanço tecnológico e o aparecimento de novas ferramentas, os municípios sentiram necessidade de remodelarem as suas estratégias de comunicação e com estas vieram algumas responsabilidades acrescidas, como o aparecimento de “espaços de discussão” na *Internet*. Um dos principais focos da comunicação autárquica são os meios de comunicação locais, pois, de acordo com Mapanzene (2013, p.19), são os grandes mediadores entre a autarquia e a população. Os *media* são vistos como um elemento estratégico para promoção e divulgação dos municípios, mas também como uma estratégia para projetar uma boa imagem do concelho para o exterior. Neste sentido, convém sublinhar que o papel dos

assessores de imprensa das autarquias é fundamental para que haja uma boa relação institucional entre a autarquia e os *media* locais.

## CAPÍTULO 4- O JORNALISMO LOCAL E REGIONAL

### 4.1. HISTÓRIA DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL EM PORTUGAL

O jornalismo local e regional pode ser visto como uma grande alternativa aos *media* generalistas nacionais, pois tem como fator principal a proximidade, o que torna a comunidade mais participativa, tratando-se de tipo de jornalismo fixado num espaço geográfico implementado (concelho, distrito, região, etc.). Por isso, é visto como um tipo de jornalismo “que se vincula à realidade regional e local, à vida quotidiana da comunidade em que se insere, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sociocultural comunitária”. (Sousa, 2002, *apud.* Carvalho, 2012, p.6)

O Estatuto da Imprensa Regional<sup>1</sup> atribui a este sector as seguintes funções específicas:

*“a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas*

*b) Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento;*

*c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação;*

*d) Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres;*

*e) Proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões;*

*f) Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional”.*

Já o Artigo nº7 da Lei da Rádio vigente em Portugal (Lei n.º 54/2010) define as emissoras locais e regionais como as que cobram:

*“c) Um distrito ou conjunto de distritos contíguos ou uma área metropolitana no*

---

<sup>1</sup> Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa [PGDL] (1988). Decreto-Lei nº 106/88 de 31 de Março: Estatuto da Imprensa Regional. Diário da República n.º 76/1988, Série I de 1988-03-31, 1320-1321.

*continente, ou um conjunto de ilhas, nas regiões autónomas;*

*d) Um município ou um conjunto de municípios contíguos e eventuais áreas limítrofes, de acordo com as exigências técnicas à necessária cobertura daqueles, no continente, ou uma ilha com vários municípios, nas regiões autónomas”.*

Desta forma, o papel do jornalismo local e regional pode ser visto como um “elo unificador das comunidades locais e regionais, hoje cada vez mais fragmentadas, por via dos efeitos da globalização”. (Carvalho, 2012, p.7)

Sendo um elo unificador, o jornalismo local e regional pode ser visto como uma alternativa aos efeitos perversos da globalização. Nesse contexto o jornalismo local pode assumir “a função de chamar novamente o cidadão comum à intervenção social e política”. (Carvalho, 2012, p.8)

Em Portugal, após o 25 de Abril, começou-se a dar passos marcantes para o reconhecimento da importância do setor de imprensa local e regional. No XI Governo Constitucional (1987-1991), o Decreto-Lei nº106/88 de 31 de março aprovado no Parlamento, definia este tipo de jornalismo como:

*“Todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico”.*

Apesar do crescente número de títulos de imprensa regional e do número de rádios regionais legalizadas, havia vários entraves. Desde logo a falta de recursos técnicos e humanos qualificados, o amadorismo, o tratamento e publicação da informação, a falta de controlo, nomeadamente ao nível das tiragens, continuavam a ser um problema constante. Após o fracasso do XIII Governo Constitucional (1995-1999) em criar estímulos a este setor, em que o Governo assumia que pagava a totalidade do porte-pago, seria nos XV e XVI Governos Constitucionais que aprovariam documentos fundamentais para a compreensão da imprensa local e regional em Portugal tal como a temos hoje – o Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de janeiro, que diz respeito ao Sistema de Incentivos do Estado à Comunicação Social, o Decreto-Lei n.º6/2005, de 6 de Janeiro, relativo ao novo Regime de Porte-Pago e a Portaria

n.º158/2005, respeitante ao Programa de Emprego para a Comunicação Social Regional e Local.

Segundo um estudo realizado pela *Marktest*<sup>2</sup>, em 2009, 49,7% da população tinha o hábito de ler os jornais da sua localidade ou região. Desta percentagem de leitores 62,5% inserem-se na classe média e média baixa. Apenas um baixo número de leitores de classe alta afirma ler jornais de cariz local ou regional.

## 4.2. MEIOS DE COMUNICAÇÃO LOCAIS E REGIONAIS EM PORTUGAL

### 4.2.1. A Imprensa

Paulo Ferreira (2005, p.850) refere que a imprensa local e regional tem de ter como principal objetivo a recolha, tratamento e divulgação de factos noticiosos que ocorrem na sua área de implantação, seja ela concelhia, distrital ou regional.

Segundo um estudo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC):

*“Em 2009, integravam a base de dados da Unidade de Registos da Entidade Reguladora para a Comunicação Social 2.942 publicações periódicas com registo ativo.(...) Paralelamente, estavam registadas na ERC, no mesmo período, 438 empresas jornalísticas (317 sociedades por quotas, 40 unipessoais, 51 sociedades anónimas, 6 associações e 24 cooperativas de responsabilidade limitada). À luz da Lei de Imprensa (artigo 7.º), as empresas proprietárias de publicações são empresas jornalísticas se tiverem como actividade principal a edição de publicações periódicas. Encontravam-se ainda registadas, em 2009, 12 empresas noticiosas. Estão incluídas nesta categoria as empresas que têm por objecto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (cfr. artigo 8.º da Lei da Imprensa)”. (2010, p.31)*

Paulo Ferreira analisa a realidade da imprensa local e regional nos primeiros tempos do Pós 25 de Abril de 1974:

*“Os dados atestam-no: entre 1974 e 1986, no universo dos média regionais nenhum jornal diário atingiu 10 mil exemplares por edição; poucos diários e semanários regionais tinham jornalistas profissionais nos seus quadros; a Igreja Católica era a principal proprietária do sector; o*

---

<sup>2</sup> *Marktest*, acedido a 28 de setembro de 2019, disponível em [www.marktest.com/wap](http://www.marktest.com/wap)

*amadorismo era a regra; a qualidade era baixa; e as publicações estavam enfeudadas a interesses locais ou nacionais”. (2005, p.855)*

O mesmo autor conclui que

*“Nos momentos-chave das tomadas de decisão sobre as políticas de comunicação, a ILR foi (quase) sempre relegada para segundo plano. A sistematização de alguns dos marcos das políticas de comunicação definidas do I ao XVI Governo Constitucional e a comparação com o que, nesse período, foram as decisões (ou a falta delas) tomadas em relação ao sector da ILR parece confirmar a nossa hipótese. De facto, a imprensa local e regional só começou a ser olhada como um assunto sério, se nos é permitida a expressão, no primeiro Governo socialista de António Guterres. Ainda assim, as dificuldades (surgidas dentro e fora do Executivo) para levar por diante a redução do porte pago, por um lado, e as parcas repercussões dessa medida mostram bem, a nosso ver, dois factos: primeiro, os actores do sector e o Governo estavam ainda muito pouco sensibilizados para a (imperiosa) necessidade de se introduzirem mudanças. Segundo, ficou claro que uma medida não faz uma política”. (2005, p.856)*

#### **4.2.2. A Rádio**

Foi nos anos 60 e 70 que as rádios pirata começaram a surgir um pouco por toda a Europa. As populações começaram a ter acesso aos meios de comunicação social, incentivando a novas práticas no meio radiofónico. Segundo afirma Luís Bonixe

*“Os grupos sociais, até então com pouca visibilidade nos media, passaram a dispor de um palco para a apresentação e discussão, na arena pública, dos seus interesses, reivindicações ou simplesmente gostos e modas. Não é de estranhar que, nalguns casos, as rádios locais ou livres tenham tido na sua origem grupos sociais com representação mediática reduzida, como são os casos dos ambientalistas ou dos homossexuais”. (2006, p.157)*

Relativamente ao caso português, foi após o 25 de abril de 1974 que começaram a surgir as rádios livres, devido ao desejo de acompanhar os movimentos de liberdade após esta época de ditadura. As rádios livres foram um fenómeno que aconteceu em duas fases:

- 1977-1984 – Esta foi uma fase embrionária e experimental. Surgiram pequenas emissoras pelo país, mas sem qualquer controlo ou profissionalismo. Os promotores destas rádios andavam com os emissores às costas para fugirem à fiscalização dos serviços radioelétricos, emitiam apenas 2 ou 3 horas de forma irregular.

- 1985-1988 – Surgimento dos primeiros projetos a sério, como por exemplo o Correio da Manhã Rádio e a Rádio Cidade. O Governo por esta altura começa a debater e admitir a existência destas emissoras.

Estas rádios locais ou livres representaram uma aproximação às comunidades locais, sendo estas uma forma prática de difusão do seus discursos, que se enquadravam num registo de proximidade com as comunidades onde estavam inseridas, contribuindo, desta forma, para o alargamento da agenda mediática.

### **4.2.3. A Televisão**

A história da televisão em Portugal está e estará sempre ligada à RTP, embora na década de 90, as televisões privadas SIC e TVI tenham chegado à “caixinha mágica” dos telespetadores portugueses. Porém, antes destes dois canais, Fernandes refere que “em algumas zonas de Portugal continental, sobretudo nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, surgiram diversas televisões de carácter regional”. (2012, p.18) Eram canais ilegais, que primavam por conteúdos de proximidade, mas eram reprimidos pelo Governo e pela RTP. Estes canais, segundo o mesmo autor, eram projetos dinamizados sobretudo por entusiastas sem qualquer formação em televisão, apesar da natural exigência de conhecimentos técnicos. Estes projetos de televisão local e regional coincidiram no tempo com o movimento das rádios ilegais, o que não beneficiou os projetos televisivos “que surgiram na sequência do esforço de legalização das rádios locais”. (Mota *apud* Fernandes, 2012, p.19)

### **4.2.4. O Digital**

De acordo com Helder Bastos (2010a), os primeiros quinze anos de ciberjornalismo em Portugal (1995-2010) foram marcados por “uma fase experimental relativamente longa, por uma fase de expansão tão acelerada e intensa quanto curta, e por uma fase de estagnação prolongada – pontuada por investimentos a contracorrente, mais no acessório que no essencial”. (p.85)

Os finais do século XX ficaram marcados por uma grande evolução tecnológica, que tem tido continuidade até aos dias de hoje, e que tem marcado e influenciado a nossa vida e teve grande impacto em várias áreas e organizações. Uma delas foi o jornalismo, que ainda hoje é uma área de constante mutação.

Atualmente, tornou-se inevitável “as marcas, empresas e meios de comunicação terem um espaço virtual, presença *online*, uma pegada digital que lhes dê reconhecimento e seguidores do trabalho difundido *online*” (Gaspar, 2018, p.20), porque também “os públicos ou comunidades presentes na *Internet* são bastante diferentes dos tradicionais”. (Roque e Jorge, 2016, p.999) Por isso mesmo, a área do jornalismo teve de reinventar-se graças à *Internet*, pois o jornalismo digital “mudou o papel de intermediário do jornalista e passou a oferecer uma ampla gama de novas tecnologias que facilitam a distribuição de conteúdos, criando assim a sua própria forma de jornalismo”. (Bastos et al, 2013: 11)

No que diz respeito ao contexto digital, Pedro Jerónimo e Helder Bastos sublinham que

*“O ciberjornalismo de proximidade é uma realidade entre a imprensa regional em Portugal, porém, aparentemente com pouca evolução. Algo que se poderá ficar a dever ao facto das redações destes média serem geralmente reduzidas, sobretudo no número de jornalistas. A prioridade de produção para o papel poderá ser outro fator que determina a produção ciberjornalística e que futuros estudos poderão ajudar a explicar. Num período de crise económica, em que os apoios estatais – que têm mantido muitos projetos – são reduzidos, importará questionar qual será o futuro destes média, do seu jornalismo, em que plataformas e para que público(s)”. (2012, p.50)*

#### 4.3. ATUALIDADE DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL

Atualmente, o jornalismo local e regional sofreu algumas alterações. Nas quatro áreas, acima referidas, continua presente nos meios físicos, porém, o mundo *online* é o local por excelência onde, nos dias de hoje, é essencial estar presente para que haja um maior destaque e uma maior proximidade.

Muitos jornais hoje em dia já existem apenas *online*, inclusive jornais locais. Assim como as rádios e as televisões. Para estes meios que tentam chegar a uma população específica é importante estarem presentes no *online*. É o fenómeno do ciberjornalismo.

O ciberjornalismo é descrito por Hélder Bastos como:

“ (...) o jornalismo produzido para publicações na Web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações. O ciberjornalismo é ainda definido como sendo produzido mais ou menos exclusivamente para a World Wide Web e pode ser funcionalmente diferenciado de outros géneros de jornalismo pela sua componente tecnológica enquanto factor determinante”. (2010, p.1)

O ciberjornalismo é um tipo de jornalismo que surgiu com o aparecimento da *Internet*. Num período anterior à *Internet* o jornalismo fazia-se de forma mais lenta. A partir do momento que o jornalismo começou a apostar na *Internet* para chegar ao público houve uma alteração no seu panorama. As redações começaram a trabalhar num ritmo mais frenético pois agora as notícias não saíam apenas diariamente, por exemplo. Agora teriam de sair notícias a todo o momento, tinha de se alimentar o público com a atualidade.

O ciberjornalismo em Portugal iniciou-se no período compreendido entre 1995 e 1998. Pode dizer-se que os primeiros tempos do ciberjornalismo em Portugal estão divididos em três fases: a implementação, a expansão e a depressão e estagnação (Bastos, 2000).

Na primeira fase os jornais estavam a habituar-se a esta forma de produzir notícias e muitas vezes o que faziam era apenas passar do papel para a *Internet* sem alterar o discurso.

Na fase de expansão, os jornais começaram a apostar mais no *online* como complemento do jornal impresso e não apenas passando para o digital o que tinha sido escrito em suporte físico.

A última fase fica marcada por uma estagnação e depressão do ciberjornalismo. Esta decadência do ciberjornalismo deveu-se também à pouca utilização das potencialidades *webjornalísticas*. Potencialidades essas que ainda hoje não são exploradas de forma adequada pelos jornais locais e regionais.

As potencialidades *webjornalísticas* são:

- A hipertextualidade onde é possível ao leitor encontrar ligações que o direcionam para notícias relacionadas com o assunto;
- A multimedialidade, ou seja, devem existir diferentes conteúdos multimédia num trabalho de ciberjornalismo de forma a tornar o assunto mais apelativo e de fácil entendimento para o público;
- A interactividade, que é a capacidade de interação entre o leitor e o meio. Nesta potencialidade existem dois tipos: a seletiva onde o leitor pode escolher

o que quer ver e a comunicativa onde há espaços próprios para se partilharem as opiniões;

- A memória que existe para o leitor ter acesso a uma base de dados onde estão todos os conteúdos dos mais recentes aos mais antigos;
- A instantaneidade, que é uma das grandes potencialidades pois desta forma os meios de comunicação estão constantemente em contacto com os leitores dando-lhes notícias minuto a minuto, ou como o nome indica, de forma instantânea;
- A personalização, que é a potencialidade na qual o leitor pode escolher o que quer ver, ou seja, é a própria pessoa que escolhe quais são os tópicos que quer que lhe apareçam na página inicial do meio de comunicação escolhido;
- A ubiquidade, que significa uma facilidade no acesso às redes e aos meios de comunicação momentaneamente.

São estas potencialidades que qualquer plataforma jornalística *online* deve conter para que se apresente um bom trabalho jornalístico. Na altura não eram muito utilizadas e por isso o ciberjornalismo ainda não chegava ao público de forma tão fácil.

Atualmente os *sites* dos vários jornais, rádios e estações televisivas já apresentam as potencialidades necessárias para chamar a atenção do público.

As redes sociais são também uma forma que os jornais regionais e locais têm de chegar ainda mais perto das pessoas e de as levar a ler o que é publicado nos seus espaços *online*.

Com a *Internet* surgiram também muitas televisões na *web*, ou seja, canais específicos de televisão na *Internet*, com objetivos específicos. Como afirma Fernandes, sobre as *webtelevisões*, estas queriam

*“ (...) oferecer às populações via web o que o Estado não permitia, e não permite, que fosse oferecido via ondas hertzianas: informação audiovisual de proximidade. As webtelevisões surgiram um pouco por todo o país, mas com especial importância na zona norte e centro, assumindo-se como uma alternativa aos media tradicionais, não obstante muitos dos chamados media tradicionais de âmbito de proximidade terem assumido eles próprios projetos de webtelevisões com sítio online e grafismo próprios ou, em alguns casos, partindo para a incorporação de conteúdos audiovisuais integrados nas suas páginas oficiais. Os motivos para a aposta numa webtelevisão com capacidade de fornecer*

*conteúdos audiovisuais de proximidade eram vários, mas, podemos afirmar, a aposta passava fundamentalmente pelo aproveitamento de mais um recurso comunicativo, fruto das inovações tecnológicas e da diminuição dos custos dos materiais. Dar a possibilidade ao público de aceder a outros conteúdos foi também uma das motivações para o lançamento destes projetos”.* (2012, p.1)

Com o ciberjornalismo houve inúmeras alterações que o jornalismo sofreu. Canavilhas aponta o facto de não se utilizar a técnica da pirâmide invertida, por exemplo, pois esta técnica de redação não fazia sentido devido às características da *web*. O mesmo autor reforça esta ideia referindo que

*“o espaço disponível num webjornal deixa de ser finito, anulando a necessidade de escrever condicionado pela possibilidade do editor poder efectuar cortes no texto para o encaixar num determinado espaço. Por outro lado, o hipertexto permite ao utilizador definir os percursos de leitura em função dos seus interesses pessoais pelo que a redacção da notícia deve ter em conta esse factor. Recorrendo à técnica da pirâmide invertida, o jornalista organiza a notícia colocando a informação mais importante no início e o menos importante do final, pelo que o leitor apenas pode efectuar a leitura seguindo o roteiro definido pelo jornalista. E o que farão os leitores se essa notícia for dividida em vários blocos de texto ligados através de links? Para observar os percursos de leitura de notícias na web, organizou-se uma experiência onde se convidavam os leitores a efectuarem a leitura de uma notícia constituída por vários blocos de informação ligados através de hipertexto. A análise dos dados permite concluir que existem diferentes padrões de leitura que deixam antever a necessidade de adoptar um novo paradigma na organização de informação de cariz jornalístico”.* (Canavilhas, 2006, pp. 1-2)

O *online* é a atualidade não só dos jornais nacionais, mas também dos jornais locais e regionais. É um fator importante nestes últimos, pois como são de meios mais pequenos, torna-se mais difícil de chegar a grandes públicos, mas com a presença em *sites* e nas redes sociais a proximidade encurta-se e acabam por conseguir chegar a um maior público.

## CAPÍTULO 5- O ESTÁGIO NA CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA-A-NOVA

### 5.1. BREVE HISTÓRIA DO MUNICÍPIO DE PROENÇA-A-NOVA

Proença-a-Nova é um concelho situado no distrito de Castelo Branco, na antiga província da Beira Baixa.

Segundo dados da Pordata<sup>3</sup>, registava em 2018, 7.448 habitantes. Tem uma área de 395,40 km<sup>2</sup> e está subdividido em quatro freguesias: Montes da Senhora, Proença-a-Nova e Peral, São Pedro do Esteval e Sobreira Formosa e Alvito da Beira. O concelho é limitado a norte pelo município de Oleiros, a nordeste pelo de Castelo Branco, a este pelo de Vila Velha de Ródão, a sudoeste pelo de Mação e a noroeste pelo da Sertã.



Figura 1- Bandeira da Vila de Proença-a-Nova. Fonte: [www.cm-proencanova.pt](http://www.cm-proencanova.pt)

<sup>3</sup> Pordata, acessido em 28 de setembro de 2019, disponível em [www.pordata.pt](http://www.pordata.pt)



Figura 2 - Brasão do Concelho de Proença-a-Nova. Fonte: [www.cm-proencanova.pt](http://www.cm-proencanova.pt)



Figura 3 - Logotipo do Município de Proença-a-Nova. Fonte: [www.cm-proencanova.pt](http://www.cm-proencanova.pt)

Segundo informação disponibilizada no *site* do município:

*“Proença-a-Nova é uma das doze vilas do Grão-Priorado do Crato, localizada entre as ribeiras do Alvito e da Isna, tendo-se chamado originalmente “Cortiçada” e, mais tarde, “Vila Melhorada”. O primeiro foral dado a Proença-a-Nova data de 1244 pelo Prior da Ordem do Hospital Frei Rodrigo Egídio. D. Manuel I reformou todos os forais, cabendo o «Foral Novo» a Proença-a-Nova em 1512. A justificação do nome “Cortiçada” está relacionada com a abundante produção de cortiça e elevado número de colmeias (também chamados cortiços) que, em tempos, foram de grande importância na região. As designações antigas de Cortiçada e Vila Melhorada caíram em desuso a partir do século XVI em favor de Proença-a-Nova”. ([www.cm-proencanova.pt](http://www.cm-proencanova.pt))*

Também o projeto *webjornalístico* “Portugal de Lés a Lés”, de Jorge Montez, relata que

*“Se recuar para o início de tudo, avançamos também no território. Perto do Centro Ciência Viva da Floresta e do aeródromo conhecido como pista das Moitas estão duas antas que são os mais antigos vestígios da presença humana no que é hoje o concelho de Proença-a-Nova. Junto à*

*aldeia de Vale das Balsas está uma pequena anta de grande significado arqueológico. Descoberta por um arqueólogo alemão em meados do século passado, foi escavada pela primeira vez em 2012 e nela se descobriam os artefactos que a permitem datar. Sabemos hoje que o homem povoa este território há já 5.000 anos. (...) Mesmo à saída do concelho, perto de São Pedro do Esteval, encontra-se a ponte romana da Pracana. (...) Junto à conhecida praia fluvial do Malhadal ergue-se uma ponte de um arco construída entre os finais do século XVI e princípios do século XVII. É uma estrutura filipina, assim chamada por ter sido construída durante o domínio de Portugal pelos monarcas espanhóis”. ([portugaldelesales.pt/a-descoberta-da-historia-de-proenca-a-nova/](http://portugaldelesales.pt/a-descoberta-da-historia-de-proenca-a-nova/))*

Este excerto mostra que o território do concelho de Proença-a-Nova já é habitado há mais de cinco milénios. É também a terra natal de Pedro da Fonseca, o “Aristóteles Lusitano”:

*“Pedro da Fonseca é uma das figuras mais importantes da história do concelho de Proença-a-Nova. Devido ao seu vasto conhecimento, perspicácia, forte poder de argumentação e à relevância do seu trabalho de comentário à obra de Aristóteles ganhou o título de Aristóteles Português. Em 1570 recebeu, em Évora, o grau de Doutor (ato a que assistiram El-Rei D. Sebastião, o Cardeal D. Henrique e o Príncipe D. Duarte). Pouco depois foi mandado para Roma onde chegou a conselheiro do Papa. Regressando mais tarde a Portugal, trouxe consigo uma relíquia do Santo Lenho, um pedaço da cruz onde Cristo teria sido crucificado, recebida pelos seus préstimos enquanto conselheiro do Papa Gregório XIII em Roma, o qual doou à Santa Casa da Misericórdia em 1588, bem como o terreno para a construção da Capela da Misericórdia”. ([www.cm-proencanova.pt](http://www.cm-proencanova.pt))*

## 5.2. A CÂMARA MUNICIPAL EM PROENÇA-A-NOVA

Os Paços do Concelho estão situados na Avenida do Colégio, em Proença-a-Nova, nas antigas instalações do antigo Externato Diocesano daquela vila.

*“Edifício construído com o apoio da população no início da década de 1960, foi inicialmente Externato Diocesano e mais tarde Escola Preparatória e Secundária, sendo conhecido popularmente como Colégio de Proença-a-Nova. Em Janeiro de 2001, com o pleno funcionamento das novas escolas*

*preparatória e secundária, o Ministério da Educação deixa definitivamente este espaço. Em outubro de 2006, o Município adquire o edifício e inicia a sua requalificação para, a partir de setembro de 2008, albergar os serviços da Câmara Municipal e adotar as funções atuais de Paços do Concelho”. ([www.cm-proencanova.pt/](http://www.cm-proencanova.pt/))*

Antes deste espaço, as instalações da Câmara Municipal funcionaram desde 1991 no edifício da atual Casa das Associações, no Largo Pedro da Fonseca, em frente à Igreja Matriz de Proença-a-Nova. Construído no final do século XIX, albergou também a Repartição das Finanças, a Tesouraria da Fazenda Pública e Cadeia.

O atual presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova é João Manuel Lobo, do Partido Socialista, que tomou pela primeira vez posse a 11 de março de 2016, substituindo o então presidente João Paulo Catarino, que tinha renunciado ao cargo, para assumir a Vice Coordenação da Unidade de Missão para a Valorização do Interior, criada pelo Governo Português. O autarca viria a ser reeleito nas eleições autárquicas no dia 1 de outubro de 2017, com 74,28% dos votos. O Executivo Municipal de Proença-a-Nova é então composto pelo Presidente João Lobo, pelo Vice-Presidente João Manso e pelas vereadoras Margarida Cristóvão e Catarina da Encarnação Dias, todos eles do Partido Socialista e por Helena Mendonça, do Partido Social Democrata.

A Assembleia Municipal, órgão deliberativo do concelho, é composta por onze deputados municipais eleitos nas listas do Partido Socialista e quatro deputados municipais eleitos nas listas do Partido Social Democrata. A Assembleia Municipal de Proença-a-Nova tem como presidente João Paulo Catarino, como 1º Secretário António Gil Dias e como 2ª Secretária Paula Sequeira, todos pertencentes ao Partido Socialista.

### 5.3. GABINETE DE COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA<sup>4</sup>

Em entrevista realizada para o presente relatório, Sónia Martins, Técnica Superior do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística (GCPT), refere que o principal enfoque do gabinete é tratar toda a comunicação “que vai para o exterior da Câmara Municipal”. “Fazemos assessoria de imprensa, pura e dura, no sentido em que, para além de produzirmos notícias e alimentarmos os vários suportes internos, ou seja, geridos pelo município, como o *site* e o *Facebook*, acabamos por fazer a ligação direta com a imprensa, através da divulgação

---

<sup>4</sup> Com o novo organigrama de maio de 2019, este Gabinete passou-se a designar-se de Gabinete de Comunicação, Turismo e Eventos.

das notas de imprensa e todo o trabalho de comunicação com os jornais, a rádio e a televisão (...). Dentro desses objetivos também temos o trabalho de comunicação com os nossos municípios (...) através de outros suportes, como a agenda cultural, (...) ou o boletim semestral (...). Outra importante função e objetivo do gabinete é colaborar na realização dos eventos do município”.

O GCPT conta com quatro pessoas: duas que asseguram o trabalho na área da imagem, Catarina Alves e Susana Lopes, e duas que asseguram a componente de produção de conteúdos, Sónia Martins e Andreia Gonçalves. Quanto à hierarquia do GCPT, Sónia Martins afirma que “dentro do Gabinete não há hierarquia, estamos todas subordinadas ao executivo municipal, respondemos ao Presidente ou ao Vice-Presidente consoante as temáticas, porque há temas que estão na dependência direta de um e outros na de outro. Consoante cada uma das temáticas a hierarquia superior é sempre um deles. O que fazemos é a distribuição de tarefas tendo em conta as características de cada uma de nós, os interesses e a disponibilidade para fazer esse trabalho”.

#### 5.4. ESTÁGIO NO GABINETE DE COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA DA CÂMARA MUNICIPAL DE PROENÇA--NOVA

Após o término do primeiro ano do mestrado em Média e Sociedade, optou-se por realizar um estágio no segundo ano. Desta forma foi possível conhecer o trabalho *in loco* e perceber como realmente funciona um Gabinete de Comunicação de uma Câmara Municipal e como se caracteriza a relação entre este e a imprensa local e regional e também nacional.

Neste sentido, foi realizado um estágio na Câmara Municipal de Proença-a-Nova, pois sendo a localidade de residência, seria possível conhecer um pouco melhor como é feita toda a gestão da comunicação municipal e, tendo em conta o facto de que no mesmo gabinete se faz a gestão da comunicação e do turismo, seria interessante perceber como se complementam estas duas áreas.

O estágio no Gabinete de Comunicação e Promoção Turística teve início a 1 de outubro de 2018 e terminou a 31 de janeiro de 2019.

No decorrer do estágio a orientação esteve a cargo da Técnica Superior Sónia Martins, que prestou auxílio nesta descoberta pelas diferentes áreas e trabalhos que este Gabinete abrange, tendo partilhado ensinamentos e diretivas necessárias para que fosse possível um bom desempenho enquanto estagiário.

## 5.5. ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS NO DECORRER DO ESTÁGIO<sup>5</sup>

No início, foram apresentadas as instalações dos Paços do Concelho e o local de trabalho do GCPT, bem como todas as profissionais que o integram e as suas tarefas. Após as apresentações, foram destinadas algumas tarefas regulares, como a digitalização de jornais e revistas com notícias do concelho de Proença-a-Nova, para fins de *clipping* e a colocação dos eventos de cada mês no ecrã interativo, instalado no Posto de Turismo, situado no Parque Urbano Comendador João Martins.

### 5.5.1. Assessoria de Imprensa

Durante o período de estágio, houve a oportunidade de escrever notas de imprensa destinadas aos órgãos de comunicação social local e regional, sendo que, nalguns casos, também se procedeu ao envio das mesmas.

No estágio foram realizadas um total de 46 notas de imprensa incidindo em áreas tão distintas como a Economia, a Sociedade, a Educação, a Cultura, a Política, entre outras nomeadamente sobre os seguintes temas e eventos:

- Inauguração do novo relvado do Campo de Futebol Senhora das Neves e Torneio de Veteranos;
- Alteração do horário do Espaço Cidadão da Sobreira Formosa;
- Antevisão da iniciativa Centro Ciência Vida da Floresta “Noite das Criaturas das Trevas”;
- Antevisão da iniciativa “Rio Acima” do Centro Ciência Viva da Floresta;
- Evento Entomofagia do Centro Ciência Viva da Floresta;
- Presença de produtos proencenses na Feira das Vindimas de Paris em Montmartre;
- Rescaldo do evento de ténis nacional em Proença “SmashTour”;
- Antevisão da atividade do projeto “BioAromas”;
- Conferência do Medronho;
- Balanço do evento Aldeia Djembe Camp, na Praia Fluvial da Aldeia Ruiva;
- *Workshop de coaching* parental;

---

<sup>5</sup> Em ANEXOS – ANEXO 1 – EXEMPLOS DE TRABALHOS REALIZADOS PARA O SITE MUNICIPAL E PÁGINA DE FACEBOOK encontram-se imagens relativas a alguns dos trabalhos desenvolvidos.

- Antevisão do Clube de Leitura de Proença-a-Nova;
- Passeio Sénior realizado nos dias 9, 11 e 15 a Ciudad Rodrigo, em Espanha;
- Antevisão do XI Encontro de Escalada;
- Eventos da Beira Baixa Cultural, integrados na Feira da Tigelada e do Mel (atelier da Tigelada e Festival das Artes da Beira Baixa);
- Entrega do prémio Art&Tur *Factory* pelo presidente do Município de Proença-a-Nova;
- Encontro de Escalada *On the Rocks*, nas Portas do Almourão;
- Residência artística da Faculdade das Belas-Artes de Lisboa no Parque de Campismo da Praia Fluvial da Aldeia Ruiva;
- Novo *site* da marca PROENÇA-A-NOVA ORIGEM;
- Apresentação do livro “Alminhas, Nichos e Cruzeiros” da associação Magnalingue ONGD;
- Exposição “Enquadramento Natural” de Cavalheiro Cardoso na Galeria Municipal;
- Alargamento do projecto-piloto BUPi;
- Exposição sobre o Parlamento e a sua história, patente nos Paços do Concelho;
- Comitiva Empresarial da Extremadura Espanhola, que esteve de visita a Proença-a-Nova;
- Apoio da Fundação la Caixa a um projeto do Centro Ciência Viva da Floresta de Proença-a-Nova;
- Ações de sensibilização da “Pinhal Melhor”;
- Cursos de formação que a OutSystems de Proença-a-Nova iria receber;
- Antevisão e Balanço da participação do Município de Proença-a-Nova na feira “Sentir Portugal”, realizada em Oviedo;
- Proença-a-Nova, um dos 22 concelhos do país abrangidos pelo programa “Logística descarbonizada e economia circular para mercados tradicionais de frescos”, do Fundo Ambiental;
- Entrega de 170 pinheiros, resultados das limpezas florestais, à Freguesia de Benfica;
- Orçamento Municipal para 2019 e da Taxa de IMI para 2019;
- Reunião distrital da Segurança Social, que decorreu nos Paços do Concelho de Proença-a-Nova;

- Apresentação do livro “Caminhos da Fé e do Pão”, na aldeia de Corgas;
- Ação de sensibilização “A minha casa é um planeta”, organizada pela Valnor, com o apoio do Município de Proença-a-Nova, na qual participaram os alunos do Agrupamento de Escolas de Proença-a-Nova;
- Seleção do Projeto Escolar BioAromas para o concurso da Missão Continente;
- Balanço do Mercado dos Sabores de Natal;
- Seminário “Nutrição, Ecologia e Agrofloresta”;
- Árvore de Natal dos Paços do Concelho, executada com produtos da marca PROENÇA-A-NOVA ORIGEM;
- Visita de estudo da Universidade Sénior de Proença-a-Nova à Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, onde os alunos tiveram aulas práticas de jornalismo;
- Antevisão do IV Encontro de Associações do Concelho de Proença-a-Nova;
- Antevisão e resultado dos jogos do Grupo 4 do Torneio Interassociações de Futebol 9 Sub-17 Feminino, que se jogou em Proença-a-Nova;
- Balanço do concurso de raspadinhas “Comprar é ganhar no comércio tradicional”;
- Participação do Município de Proença-a-Nova na FITUR, em Madrid;
- Passeios Pedestres para 2019, organizados pela autarquia;
- Ciclo de *workshops* para a Universidade Sénior de Proença-a-Nova.

### **5.5.2. Apoio em eventos organizados pelo Município e cobertura fotográfica**

Em alguns eventos, organizados pela CMPN, houve uma colaboração enquanto membro da equipa de secretariado dos mesmos. Esta equipa ajudava nos detalhes da organização. Ainda em alguns dos eventos foi desempenhada a função de fotógrafo, captando e registando os melhores momentos e os mais importantes. Os principais eventos em que houve participação foram:

- Feira da Tigelada e do Mel, que se realizou nos dias 27 e 28 de outubro de 2018;
- Exposição “Outono e Inverno”, no dia 20 de outubro de 2018, e redação da respetiva nota de imprensa. Foi criado também o álbum de fotografias no *Facebook*;
- Membro da comitiva da Câmara Municipal de Proença-a-Nova que participou na Feira “Sentir Portugal”, organizada pela PROGESTUR – Associação de Promoção Turística sem fins lucrativos, na cidade espanhola de Oviedo, de 22 a 25 de novembro de 2018,

na qual foi feito um trabalho de promoção de produtos típicos do concelho. Foi produzido também o álbum de fotografias na rede social *Facebook*;

- Ação de sensibilização “A minha casa é um planeta”, organizada pela Valnor, com o apoio do Município de Proença-a-Nova;
- Mercado de Sabores de Natal, que decorreu de 15 a 16 de dezembro de 2018, em que também foi redigida a nota de imprensa sobre o balanço do evento e criado o álbum de fotografias no *Facebook*;
- Jogos do Grupo 4 do Torneio Interassociações de Futebol 9 Sub-17 Feminino, que se jogou em Proença-a-Nova, de 4 a 6 de janeiro de 2019, tendo feito também a seleção de fotografias para um álbum do *Facebook*;
- Primeira ação, realizada em Proença-a-Nova, das 17 ações de sensibilização de defesa da floresta contra incêndios, organizadas pelo município, ao longo do primeiro trimestre, onde foi apresentado um projeto-piloto, em que a Câmara Municipal colaborará na gestão destes espaços, sugerindo e oferecendo espécies autóctones mais resilientes ao fogo e disponibilizando a maquinaria necessária para a sua plantação;
- Inauguração da requalificação da ETAR de Proença-a-Nova, pelo Secretário de Estado do Ambiente, a 10 de janeiro de 2019;
- Visita da Deputada à Assembleia da República pelo distrito de Castelo Branco, Hortense Martins, à Escola Básica e Secundária Pedro da Fonseca, no dia 21 de janeiro de 2019, numa sessão com os alunos do secundário no âmbito do Parlamento dos Jovens. Foi elaborada a respetiva nota de imprensa, bem como a seleção das fotografias para o *Facebook*;
- IV Encontro de Natação, a 26 de janeiro de 2019;
- Espetáculo de *stand-up comedy* “Guilherme Geirinhas em Modo Voo”, a 26 de janeiro de 2019, sobre o qual foi feita também seleção de fotografias para a rede social *Facebook*;
- Ação de sensibilização realizada pela Fundação Álvaro Carvalho a funcionários das IPSS do concelho sobre boas práticas de mobilização de idosos. Tendo sido redigida também a nota de imprensa;
- Visita do Secretário de Estado das Florestas e do Desenvolvimento Regional ao concelho, no dia 25 de janeiro de 2019, na qual foi feito um acompanhamento dos trabalhos de limpeza na rede primária de defesa da floresta contra incêndios pela Brigada de Sapadores Florestais da Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa, perto

da aldeia das Fórneas, zona onde convergem os limites dos concelhos de Proença-a-Nova, Oleiros e Castelo Branco. Foi feita a nota de imprensa e respetivo álbum de fotografias no *Facebook*.

### **5.5.3. Conteúdos online**

O GCPT também tem como responsabilidade a colocação de conteúdos *online* no *site* do Município, assim como nas redes sociais. No estágio, foi explicado o funcionamento do *site* da Câmara Municipal e também a forma como se procedia à disponibilização e atualização de conteúdos neste, nomeadamente os textos referentes às notas de imprensa e respetivas fotografias, bem como a agenda de fim-de-semana do concelho.

### **5.5.4. Outras atividades**

- Edição de texto e escolha de imagens para colocar na aplicação móvel “VisitProença”;
- Redação de um *spot* publicitário para rádio, que passou na Rádio Condestável, sobre o IV Encontro Nacional de Matilheiros, que se realizou a 10 de fevereiro de 2019;
- Revisões a um livro de promoção do concelho e a um outro livro sobre a vida de um padre com ligações ao concelho, sendo que neste último foi elaborada uma proposta de mensagem do Presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova.

## **5.6. PANORAMA DO JORNALISMO LOCAL E REGIONAL DO DISTRITO DE CASTELO BRANCO**

A nível local, o concelho de Proença-a-Nova tem dois jornais: o jornal *O Concelho de Proença-a-Nova*, quinzenal, que pertence à Fábrica da Igreja Paroquial de Proença-a-Nova e o jornal mensal *Ecos da Sobreira*, jornal que pertence à Fábrica da Igreja Paroquial de Sobreira Formosa.

No distrito de Castelo Branco, no que diz respeito à imprensa, os jornais com maior destaque são:

- Semanário regionalista *Reconquista*, fundado em 1945 e sediado em Castelo Branco, com uma tiragem semanal de treze mil exemplares. Foi condecorado como membro

honorário da Ordem de Mérito Civil, pelo Presidente da República Aníbal Cavaco Silva, em junho de 2011;

- Semanário regionalista *Gazeta do Interior*, com uma tiragem semanal de cinco mil exemplares;
- Semanário regionalista gratuito *Povo da Beira*, sediado em Castelo Branco;
- Semanário *Jornal do Fundão*, com maior destaque nos concelhos da região da Cova da Beira.

Quanto às rádios, o distrito tem em antena várias telefonias, entre as quais:

- *Rádio Condestável*, fundada em 1985 em Cernache do Bonjardim, concelho da Sertã, que dá destaque aos concelhos da zona do Pinhal, entre os quais o concelho de Proença-a-Nova;
- Rádio Castelo Branco, fundada em 1987 (como Rádio da Beira Interior), está sediada em Castelo Branco e para além do concelho albacastrense, abrange os concelhos da Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa: Idanha-a-Nova, Penamacor, Proença-a-Nova, Oleiros e Vila Velha de Ródão;
- *Rádio Cova da Beira*, sediada no Fundão, foi fundada em 1986 e dá maior cobertura aos concelhos da Cova da Beira: Fundão, Covilhã e Belmonte;
- *Rádio Clube de Monsanto*, fundada em 1986, com sede em Monsanto, concelho de Idanha-a-Nova, tem como objetivos promover e defender a identidade nacional, contribuindo para o prestígio e fortalecimento dos valores da Beira Interior e divulgar e promover a música portuguesa e, sobretudo, os valores culturais de Monsanto – “a Aldeia Mais Portuguesa”.

O distrito também tem alguns projetos de *web* jornalismo, como o *Diário Digital Castelo Branco* e a *BEIRAnews*, que faz cobertura a todo o distrito.

## CAPÍTULO 6- METODOLOGIA

### 6.1. OBSERVAÇÃO DIRETA

Sendo este um relatório que trata um estágio, é de extrema importância referir o tipo de observação realizado. Visto que foi desenvolvido um estágio no Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, a observação participante é um fator inevitável.

No período de quatro meses de estágio, a observação direta participante foi realizada na qualidade de investigador.

As técnicas de observação permitem a investigação de fenómenos nos seus contextos de ocorrência natural. Como referem Mónico *et al.* “Um observador é considerado participante quando se integra num grupo e na vida do mesmo. Um importante contraste neste processo é o grau de envolvimento, com as pessoas e nas atividades que se observam”. (2017, p.20)

Através deste ponto de vista, é possível concretizar a ideia do tipo de observação realizada no estágio, visto que houve uma integração no gabinete e um grande envolvimento no seu dia-a-dia e com todos os colaboradores do mesmo.

### 6.2. ENTREVISTA SEMI-DIRETIVA

O método da entrevista semi-diretiva, neste caso, foi também utilizado para a realização deste trabalho. Estes são dois métodos que se complementam, segundo Patrícia Horta a “entrevista semi-diretiva como elemento de recolha de dados, (...) permite obter dados descritivos da linguagem do próprio entrevistado, possibilitando ao investigador desenvolver intuitivamente uma ideia sobre a forma como os participantes interpretam os factos do mundo”. (2010, p. 22)

Este foi o tipo de entrevista escolhido pois é o mais adequado ao contexto do presente trabalho.

A entrevista semi-diretiva é a modalidade mais usada na investigação social. Este tipo de entrevista prevê a definição de um guião de entrevista. Este guião inclui temas e, em cada tema, questões sobre as quais se pretende obter informações. Nesta modalidade a ambiguidade é menor, devido à existência de questões mais precisas, mas continua a estar presente nas questões gerais.

Para este caso concreto, foram elaborados quatro guiões de entrevistas distintos, direcionados aos diferentes entrevistados. No entanto, em todos eles existiam algumas perguntas comuns.

Da parte do município, os entrevistados foram o Presidente João Lobo, o Vice-Presidente João Manso, pois é este quem detém o pelouro da comunicação e turismo, e a Técnica Superior de Comunicação Sónia Martins.

Da parte dos jornalistas, foram escolhidos dois meios de comunicação: o jornal semanário regional *Reconquista*, fundado em 1945 e sediado em Castelo Branco, com uma tiragem semanal de treze mil exemplares, e a *Rádio Condestável*, localizada em Cernache do Bonjardim, concelho da Sertã, que faz a cobertura dos concelhos da zona do Pinhal, na qual se insere Proença-a-Nova. Foram entrevistados a jornalista do semanário *Reconquista*, Lúcia Barata, e o Diretor da *Rádio Condestável*, Carlos Ribeiro.

Estes cinco indivíduos foram os escolhidos para a realização das entrevistas, de forma a poder obter um maior conhecimento acerca da perceção de ambos os lados: quer da parte da autarquia e do gabinete de comunicação, quer da parte dos média locais/regionais, tendo como objetivo perceber como se caracteriza a relação entre estes dois campos, em particular no que diz respeito à área da assessoria de imprensa, procurando compreender a perspetiva de quem produz e envia as notas de imprensa e de quem as recebe e publica.

Estas entrevistas foram feitas com o objetivo de obter contributos com vista a responder à pergunta de partida: “O trabalho realizado pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova corresponde às expectativas dos órgãos de comunicação locais e regionais?”

Uma vez que no decorrer das entrevistas surgiram outros temas relevantes no contexto em questão, outras questões foram colocadas, nomeadamente: Qual o papel do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística no que diz respeito à promoção autárquica?; Qual a importância da assessoria mediática no contexto da autarquia e em termos da promoção turística do concelho?; Qual o “peso” da nota de imprensa na produção jornalística local e regional?; Qual a avaliação da autarquia relativamente ao trabalho realizado pelos jornalistas locais/regionais?

### 6.2.1. Análise de entrevistas<sup>6</sup>

Ao analisar o facto de as áreas da Comunicação e do Turismo se encontrarem juntas num mesmo gabinete, é possível constatar tratar-se de uma realidade pouco comum ou generalizada. No entanto, no caso da CMPN, anteriormente estas duas áreas existiam de forma separada e, segundo o Vice-Presidente João Manso, foram unificadas por questões ligadas à gestão de recursos humanos e também porque neste caso concreto não faria sentido separar a comunicação do turismo, pois esta é uma das apostas estratégicas do Município. Esta ideia é reforçada pelo Presidente da CMPN, João Lobo, que refere que este gabinete foi criado em 2009, apontando que a junção foi feita por se considerar essencial haver uma ligação entre a atividade de captação externa, o turismo, e a imagem do município e o que este quer promover. O Presidente sublinha uma grande importância na ligação destas duas áreas.

Desta forma, o turismo é visto como uma aposta estratégica para o concelho. Sendo uma localidade do interior, onde a população é maioritariamente envelhecida e a população jovem tem uma tendência a sair para o litoral, a autarquia aposta no turismo como forma de atrair pessoas à região. O Vice-Presidente relata que “sentimos essa perda de forma acentuada e uma das formas que temos de atrair gente e criar dinâmica económica é termos um potencial turístico que se possa destacar de outros concelhos e outras atividades para que haja pessoas a investir e a visitar Proença, criando uma dinamização das atividades turísticas, que depois geram economia e emprego”.

A importância da comunicação feita pelo GCPT é um fator muito importante para esta autarquia. Inicialmente era um gabinete no qual a experiência de quem trabalhava não conseguia abranger todos os pontos importantes para uma comunicação eficaz, quer a nível de imagem, quer a nível de conteúdos. Com o passar do tempo foram reforçando a aposta nas pessoas, sobretudo em jovens residentes em Proença-a-Nova, de forma a não deixar que a população mais nova abandonasse o concelho por falta de oportunidades. Como conta o Vice-Presidente, “não tínhamos ninguém, toda a gente sabia trabalhar com as ferramentas básicas, mas conceitos de comunicação, conceitos de *design*, conceitos de estética, conceitos de como é que se faz um cartaz, como é que se comunica, o tipo de letra, tudo isso nós não tínhamos e sentimos essa necessidade”. Foi devido a esta necessidade que o município apostou nos jovens de Proença-a-Nova que pudessem ajudar na área da comunicação. Sónia Martins, Técnica Superior do GCPT, começou a exercer funções no mesmo em 2015 e, reforçando a ideia do Vice-Presidente, recorda que na altura “o gabinete tinha essencialmente duas pessoas

---

<sup>6</sup> Em ANEXOS – ANEXO 2 – ENTREVISTAS encontram-se as entrevistas realizadas na íntegra.

que asseguravam duas áreas, a parte dos conteúdos e a parte da imagem na estratégia global de comunicação e promoção do município”.

Quanto à hierarquia do GCPT, Sónia Martins afirma que “dentro do gabinete não há hierarquia, [estamos] todas [as profissionais] subordinadas ao Executivo Municipal, respondendo todas ao Presidente ou ao Vice-Presidente consoante as temáticas”. Aponta ainda que apesar de serem poucas pessoas, são as suficientes para a dimensão que têm, tentando sempre estabelecer prioridades para conseguirem dar resposta a todos os pedidos que surgem. Sobre a existência de um plano anual de estratégia de comunicação, a Técnica Superior refere que desconhece a existência do mesmo, mas explica que “existem indicações gerais daquilo que deve ser o trabalho do gabinete de comunicação. Passa sempre pela promoção daquilo que é atividade municipal e a sua promoção no exterior. (...) sabemos que muitas vezes aquilo que não é conhecido é como se não existisse e ainda que possa haver muitas outras notícias que a gente acabe por não dar, é como se não existissem se não fizemos essa divulgação. E por isso o nosso objetivo é sempre esse, [o da] comunicação e promoção da atividade municipal”.

Ainda sobre os principais objetivos, refere que o gabinete “trata essencialmente de toda a comunicação que vai para o exterior da Câmara Municipal. (...) Então fazemos assessoria de imprensa, pura e dura, no sentido em que produzimos notícias e que alimentamos os vários suportes internos, ou seja, geridos pelo município, o *site* e o *Facebook*. Depois acabamos por fazer a ligação direta com a imprensa, na divulgação das notas de imprensa e todo o trabalho de comunicação com os jornais, a rádio e a televisão”. Aponta ainda a importância de uma comunicação direcionada para os munícipes, que pode ou não coincidir com as notícias. Refere como objetivos a colaboração na realização dos eventos do município e a promoção do concelho enquanto destino turístico, criando conteúdos apelativos e disponibilizando-os em diversas plataformas, como por exemplo a aplicação “VisitProença”.<sup>7</sup>

Este é um gabinete que tem de dar resposta a duas áreas diferentes, respondendo sempre ao Executivo Municipal e procurando desenvolver um trabalho de excelência. João Lobo, Presidente, aponta que o gabinete “tem conseguido atingir aquilo que são os objetivos que determinámos para a sua ação e agora com os eventos associados, é possível realizar um intercâmbio em que nestes três universos da comunicação se faça de forma mais assertiva e a imagem do município seja reconhecida como forma identitária”. O Vice-Presidente menciona também alguns exemplos desta capacidade de resposta do gabinete, “quer nas respostas e nos

---

<sup>7</sup> Aplicação Móvel de promoção do concelho de Proença-a-Nova, apresenta temáticas desde a gastronomia aos pontos de interesse do território.

comentários que ouvimos, primeiro nos munícipes, porque atualmente a nossa comunicação não se gera só na base de criar notas de imprensa, a nossa comunicação vai para além (...) de tudo o que é um comunicar para os nossos munícipes, os nossos jovens, e toda a gente, mesmo a parte da diáspora (...), as pessoas que têm ligações familiares connosco, as pessoas que vêm cá de férias e que querem cá vir de férias, para que se relacionem connosco e que quando veem o nosso *site*, as nossas páginas, tenham garantia que aquilo é verdade e que aconteceu mesmo”. Sónia Martins refere que “existem as indicações gerais daquilo que deve ser o trabalho do Gabinete de Comunicação. Passa sempre pela promoção daquilo que é atividade municipal e a sua promoção no exterior. Ou seja, essa a visibilidade que é fundamental dar ao trabalho que a Câmara desenvolve. (...) E por isso o principal objetivo é sempre a comunicação e promoção da atividade municipal”.

O Presidente do município atribui uma grande importância ao trabalho desenvolvido por este gabinete, na medida em que se percebe que há uma notoriedade sobre Proença-a-Nova que começa a ser vista como um ponto cultural, de tecnologia ou de preocupação ambiental, todos estes fatores são importantes para o desenvolvimento de uma região. O Presidente aponta ainda a importância de comunicar bem e assertivamente, de forma a obter um *feedback* que é importante para se compreender se há uma evolução no crescimento da comunicação da autarquia. É medido “através dos agentes turísticos que temos implantado no território, o seu crescimento e a sua capacidade de crescer num negócio, que são exatamente aquilo que se traduz por uma boa comunicação e capacidade que temos de chegar aos públicos e aquilo que são os mercados”. Desta forma, o Presidente vê a comunicação e o turismo como a junção ideal e que faz todo o sentido ser assim, pois ambas conseguem projetar o município de uma forma mais forte para o exterior.

Para uma comunicação mais eficaz é preciso que haja uma boa relação com os meios de comunicação, não só a nível local e regional, mas também a nível nacional. Relativamente a esta relação, o Vice-Presidente João Manso diz que “o gabinete de comunicação é sempre bem referido a nível dos outros concelhos, mesmo outros jornalistas de jornais regionais e nacionais falam sempre muito bem do nosso gabinete de comunicação”, mas que “ (...) muitas das vezes os jornais nem vêm cá para fazer uma cobertura de um evento ou de uma sessão porque sabem que têm garantido, que nós vamos trabalhar bem e que vamos enviar um bom resultado, e nós até perdemos por isso”, afirmando mesmo que sente que acabam por ser vítimas do próprio trabalho pois os jornais querem tudo feito e não se deslocam, acabando por sair a nota de imprensa que foi enviada sem qualquer alteração em vários jornais. Sónia Martins assume que uma boa relação é fundamental, mas que também deve ser vista como

“uma certa função social do município. Porque para além de alimentarmos estes meios de comunicação com as notícias acabamos também por fazer publicidade e acaba por ser essa publicidade que, de certa maneira, ajuda a manter estes meios de comunicação locais. (...) temos de ter essa noção de responsabilidade social para a sua manutenção e claro que eles são uma forma mais fácil de nós criarmos esta imagem de promovermos o município e a imagem que queremos que se tenha no exterior”. O Presidente João Lobo vê essa relação como uma “parceria em que o gabinete tem, de facto, uma ligação forte com a comunicação regional e local”.

Lídia Barata, jornalista do semanário *Reconquista*, admite que por vezes “há temas que gostaria de tratar de outra forma, mas não consigo pela falta de tempo de agenda. Isso é mais um obstáculo mas não é culpa do município, é mesmo culpa dos nossos *timings* e às vezes não podemos estar em situações que gostaríamos de estar, como alguns colóquios, algumas situações diferentes das feiras e das apresentações das fábricas e de novos investimentos. Mas, às vezes é muito difícil a limitação que temos de tempo de participar nessas situações”.

Sobre a relação entre o gabinete e a comunicação social, Carlos Ribeiro, diretor da *Rádio Condestável*, diz ser uma “relação cordial, como qualquer outro gabinete de comunicação, mas sempre sujeita aos critérios da redação”. A jornalista do semanário *Reconquista* afirma ainda que no gabinete “temos quem nos ajude, temos uma grande disponibilidade nesta relação que acaba por ser muito saudável”. Da parte do GCPT, Sónia Martins diz que é “uma relação recíproca, ou seja, eles precisam de nós para os alimentarmos com as notícias. O nosso objetivo é a divulgação das nossas notícias e dos nossos eventos. É uma relação cordial, conseguimos manter essas relações também porque estamos sempre disponíveis quando somos solicitados”.

No que diz respeito à cobertura de eventos, a jornalista do semanário *Reconquista*, refere que “normalmente quando há a apresentação dos eventos são as autarquias que nos convidam ou fazem conferência de imprensa ou enviam uma nota de imprensa com a programação. Relativamente ao evento, isso depende da nossa disponibilidade, mas sempre que há grandes eventos nós preferimos ir. Porque há situações do dia a dia das autarquias que se resolvem com uma foto e uma nota de imprensa, não justificam uma deslocação de alguns quilómetros. Mas depois há outros eventos em que faz todo o sentido estar presente, até para depois podermos ter outra forma de abordagem, podermos com isso fazer contactos e saírem dali outros trabalhos”.

Por outro lado, Carlos Ribeiro diz que é “a redação que decide. E dependendo da importância e do critério jornalístico, essa cobertura é ou não feita. É feita uma análise sobretudo na redação, independentemente do número de solicitações que aí possam chegar”.

Quanto aos assuntos mais divulgados pelo Município de Proença-a-Nova, Lúcia Barata afirmou tratar-se da “promoção do território através dos eventos, das feiras temáticas, mas sempre ligados ao património, os passeios pedestres com as encenações históricas. Há uma vertente de promoção turística cultural forte, que depois acaba por se associar com a parte económica porque, nesse município em concreto, sendo um município de pequena-média dimensão, tem ultimamente atraído grandes investimentos económicos e esse é, de facto, um tema que também nos interessa”. Carlos Ribeiro apenas aponta que “depende dos assuntos. Todos os assuntos são analisados pela redação e depois consoante o critério que já temos estabelecido é que se dá ou não o respetivo tratamento e/ou prioridade”.

Sempre que são necessárias mais informações por parte do município sobre determinado tema, na *Rádio Condestável*, segundo o diretor, existem duas hipóteses “ou falamos com o gabinete de comunicação, que por vezes não é o caminho mais direto, ou ligamos para os responsáveis do município, quer seja para o Presidente ou até para o Vereador que detenha este ou aquele pelouro consoante o evento ou notícia em causa”. Contrariamente, no semanário *Reconquista*, “na primeira linha é Sónia Martins e quando ela não está quem nos atende remete-nos para outro colega que esteja disponível”.

Quanto ao impacto da *Internet*, desde o *site* do Município às redes sociais, Carlos Ribeiro esclarece que não é apologista dos meios digitais, sobretudo das redes sociais, “ (...) se todos acreditássemos nas redes sociais e deixássemos de acreditar na radiodifusão, então significava o seguinte: é que os meios digitais não dão retorno financeiro aos conteúdos que lá são inseridos. (...) para termos jornalistas com carteira profissional, que é o nosso caso, e remunerados de acordo com a lei, isso significa que a informação produzida tem custos. E se tem custos nós não os podemos oferecer nas redes sociais ou pelo menos não prioritariamente. Temos de fazê-lo sempre primeiro passar na rádio difusão, (...) depois o nosso *site* e em último pelas redes sociais. Há neste momento, quer se queira quer não, uma forte concorrência nas redes sociais com as outras plataformas, sendo certo que isso também faz proliferar as *fake news* e faz proliferar informação sem qualidade e sem critérios deontológicos, que regem a profissão do jornalista”. O diretor da *Rádio Condestável* vai mais longe e afirma que “quem coloca a informação nesses sítios é porque pensa que vai ao encontro de muita gente e vai, de gente que percebe, de gente que não percebe, de gente que comenta, de gente que não comenta. A Câmara Municipal, como qualquer outra entidade,

arrisca-se ao colocar qualquer conteúdo nas redes sociais a comentários menos abonatórios e por vezes completamente desregulados do ponto de vista legal, o que é mau. Eu sou um bocadinho cético em relação às redes sociais, mas acho que estas têm tanto de bom como de mau”. Sobre o *site* do Município, afirma que “é um *site* atrativo, bem constituído, que divulga o que o município faz e que corresponde às expectativas que se esperam de um município como o de Proença-a-Nova”.

Por outro lado, a jornalista do semanário *Reconquista*, Lídia Barata, entende que “o município [ao] estar em todas as plataformas só tem a ganhar com isso. É como a questão de nós, os jornais, em que já não chega só em papel, temos os *sites*, etc. E as Câmaras estarem em todas plataformas que possam é a melhor forma que têm de promoção, o que não substitui as notícias. Porque por vezes as pessoas pensam que porque está no *Facebook* já está dada a notícia. O que está dado é o mote para a notícia porque depois quando é tratada jornalisticamente acaba sempre por ser mais rica no conteúdo. Uns não substituem os outros, acaba é por haver uma complementaridade entre todos”. Quanto ao *site*, diz que “o município ganha muito na forma como tem o *site* organizado, por temas, por áreas, porque qualquer pessoa que o vá consultar consegue perfeitamente distinguir se quer explorar economia, etc. Às vezes também serve para nos dar dicas, tem a agenda mensal o que nos permite fazer alguns trabalhos de antecipação”.

Sobre o impacto da *Internet*, Sónia Martins refere que “a *Internet* impactou muito o jornalismo. Na comunicação autárquica o que causa maior impacto é o alcance das publicações (...) Porque tradicionalmente, antes da *Internet*, o município comunicava através da agenda cultural, das notícias que eram publicadas nos jornais, na rádio ou na televisão, se aparecesse. Mas se nenhum desses meios pegasse nas notícias não havia visibilidade dessa produção autárquica. E hoje em dia o que acontece é que a *Internet* e as redes sociais vieram abrir novos públicos. Portanto, o facto de termos a informação mais disponível veio dar uma ideia de uma maior democratização no acesso à informação. Aquilo que vemos muito, sobretudo nas redes sociais, são pessoas que normalmente não acompanhavam a atividade do município começaram a acompanhar e eventualmente acabam por dialogar com a Câmara através do *Facebook* e isso acaba por dar uma plataforma que ao mesmo tempo que democratiza os conteúdos acaba por dar novos problemas porque as pessoas acabam por não ter filtro naquilo que falam e para nós é mais difícil gerir dessa forma. Colocam novos desafios mas acho que é um importante meio dessa notoriedade se alcançar e se espalhar para novos públicos”.

O *site* do Município não tem um espaço específico para os jornalistas, as salas de imprensa *online*. Sobre esta questão, Lúcia Barata não acha que seja um problema, porque “as notícias estão perfeitamente acessíveis e distinguimos perfeitamente o que é informação noticiosa do resto, nesse sentido está muito bem organizado”. Sugere, no entanto, que caso houvesse esse espaço próprio para os jornalistas “poderia permitir-se dentro dos temas que estivessem disponibilizados, colocar diretamente algumas questões específicas de cada notícia para que isso nos tornasse mais interativos. Ao invés de enviar *email* a pedir mais informações, se houvesse esse espaço poderia haver então um contacto mais rápido”.

Porém, Carlos Ribeiro mostra ser contra as salas de imprensa nos *sites* dos municípios, afirmando que “fazer jornalismo é recorrer às fontes diretamente, não é esperar que as fontes nos enviem conteúdo. É aceder às fontes diretamente e há várias formas de o fazer: desde presencialmente, que é sempre preferível, quer nós nos desloquemos às fontes, quer as fontes se desloquem aos nossos estúdios, quer nós procurando o contacto com essas fontes via telefone. (...) a *Rádio Condestável* opta sempre por contactar as fontes. Nós não estamos à espera que nos façam chegar a informação toda trabalhada para não sairmos da rádio”.

Ainda sobre este tema, o Vice-Presidente João Manso admite que até ao momento “o gabinete de comunicação ainda não estava preparado para isso, num futuro próximo já pode estar preparado. Também a questão dos recursos humanos ainda não estava bem estruturada. Agora já vai estando e já vai haver espaço para isso. Mas essas ligações todas é preciso dinamizar nessa parte *online*, vamos ter que andar atualizados, andar mais perto dos jovens e da *Internet*. Nós aqui estamos a passar ao lado disso, fruto também da nossa idade e das nossas experiências pessoais, mas sei que temos de nos envolver com todos”. Sónia Martins diz que “nunca tínhamos pensado nisso, mas tendo em conta que a informação acaba por estar disponível, tal como os nossos contactos, até ao momento não sentimos ainda essa necessidade. Estamos facilmente contactáveis e disponíveis para quem necessite dessa informação”.

Sobre os grandes desafios por parte do GCPT, a Técnica Superior refere que “os maiores desafios são conseguir dar resposta com o nível de qualidade que nos é exigido. Temos de ser muito rigorosos na forma como comunicamos e temos que manter esse rigor porque a relação com os meios de comunicação social tem de ser mantida, porque tem de ser uma relação que assente na verdade e na honestidade da nossa parte. A partir do momento em que nós tenhamos a tendência de sobrevalorizar alguns acontecimentos ou de manipular, é claro que as coisas vão correr mal. Portanto o desafio será mantermos sempre o nível de excelência que

eu acho que temos nessa comunicação com a imprensa e até a nível interno será um desafio para darmos a conhecer aos nossos colegas aquilo que nós fazemos”.

### 6.3. ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para além da observação feita e das entrevistas realizadas, foi ainda efetuada uma análise de conteúdo. Segundo Bruno Reis:

*“A análise de conteúdo é, acima de tudo, um procedimento heurístico, que propõe uma aproximação metódica para a resolução de problemas no tratamento de dados. Esta prática atravessa de forma complementar um conjunto de outras técnicas de investigação, estabelecendo protocolos para filtragem e interpretação de dados: de natureza biográfica por via de histórias de vida; de contornos inquisitórios pelas práticas de questionários ou entrevistas; estabelecendo os balizamentos das leituras da observação participante e ajudando com matrizes para a leitura da análise documental”. (Reis, 2017, p.205)*

Esta análise pode ser tanto qualitativa ou quantitativa. A análise qualitativa “atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolvem”. (Vieira & Zouain *apud* Augusto *et al.*, 2013)

Godoy (2005, p.84) destaca alguns pontos fundamentais para uma boa análise qualitativa: credibilidade, ou seja, apresentar resultados verdadeiros, transferibilidade, no sentido de realizar uma descrição densa que permita ao leitor imaginar o estudo noutra contexto, confiança em relação ao processo desenvolvido pelo estudioso, confiabilidade dos resultados, que envolve avaliar se os mesmos estão coerentes com os dados recolhidos e explicação cuidadosa da metodologia, pormenorizando detalhadamente como a pesquisa foi realizada e a relevância das questões de pesquisa em relação a estudos anteriores.

Quanto à análise quantitativa, Laurence Bardin refere que esta análise

*“ (...) obtém dados descritivos através de um método estatístico. Graças a um desconto sistemático, esta análise é mais objectiva, mais fiel e mais exacta, visto que a observação é mais bem controlada. Sendo rígida, esta análise é, no entanto, útil, nas fases de verificação das hipóteses”. (Bardin, 1977, p.115)*

Neste relatório, foram analisadas notícias relativas a quatro acontecimentos, tendo sido procurado verificar em que medida as notícias foram totalmente transcritas a partir das notas de imprensa enviadas pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística.

### **6.3.1. Análise dos resultados da análise de conteúdo**

Para esta análise foram escolhidos quatro acontecimentos de quatro áreas distintas: Economia/Turismo; Cultura; Sociedade/Educação e Política, sobre os quais foi elaborada uma nota de imprensa no estágio e feito o respetivo envio aos *media*. Os eventos escolhidos foram: o balanço da participação de Proença-a-Nova na Feira “Sentir Portugal”, em Oviedo, 22 a 25 de novembro de 2018; o balanço do Mercado de Sabores de Natal – 15 e 16 de dezembro de 2018; a participação dos alunos da Escola Pedro da Fonseca no Parlamento dos Jovens – 21 de janeiro de 2019 e a visita do Secretário de Estado das Florestas ao concelho de Proença-a-Nova – 25 de janeiro de 2019.

De seguida, apresentamos a análise às notícias que saíram sobre estes eventos na imprensa escrita local e regional: 14 no total. As referidas notícias foram publicadas em seis jornais: *Povo da Beira*, *Reconquista*, *Concelho de Proença-a-Nova*, *Gazeta do Interior*, *Ecos da Sobreira* e *Jornal do Fundão*. Os parâmetros escolhidos foram: fonte de informação, ou seja, identificação da autarquia; espaço que ocupa no jornal; secção onde se insere; qual o género jornalístico - se é notícia, reportagem ou entrevista, se tem ou não fotografia a acompanhar, se está assinada pelo jornalista/redação ou não e qual o grau de dependência face à nota de imprensa enviada a partir da análise da sua transcrição na íntegra ou não.

Os jornais encontram-se no ANEXO 4 do relatório e enumerados. A respetiva numeração encontra-se ao lado de cada jornal e data, em cada tabela, sendo que no caso de notícias com destaque na capa do jornal também estão contabilizadas.

**1. Balanço da participação de Proença-a-Nova na Feira “Sentir Portugal”, em  
Oviedo, 22-25 de novembro de 2018**

<b>Jornal <i>Povo da Beira</i> – 5 de dezembro de 2018 - 1</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Economia; Turismo
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	1/4
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Proença-a-Nova
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

<b>Jornal <i>Reconquista</i> – 6 de dezembro de 2018 - 2</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Economia; Turismo
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Uma página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Sociedade
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

<b>Jornal <i>O Concelho de Proença-a-Nova</i> – 10 de dezembro de 2018 - 3</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Economia; Turismo
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	1/4
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Sociedade
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Com algumas alterações
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

## 2. Balanço do Mercado de Sabores de Natal – 15 e 16 de dezembro

<b>Jornal <i>Gazeta do Interior</i> – 19 de dezembro de 2018 - 4</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Cultura
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Proença-a-Nova
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Não

<b>Jornal <i>Povo da Beira</i> – 19 de dezembro de 2018 - 5</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Cultura
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Zona do Pinhal
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Não

<b>Jornal <i>O Concelho de Proença-a-Nova</i> – 25 de dezembro de 2018 – 6 e 7</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Cultura
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Sociedade
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Chamada de Primeira
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Com algumas alterações
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Não

<b>Jornal <i>Reconquista</i> – 27 de dezembro de 2018 – 8</b>	
Fonte de Informação	Município de Proença-a-Nova
Tema	Cultura
Espaço/Tamanho da peça	Meia página
Género	Notícia
Seção	Centrais
Ilustração	Com fotografia
Assinatura	Sem assinatura
Destaque	Sem destaque
Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Sim
Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Sim

### 3. Participação dos alunos da Escola Pedro da Fonseca no Parlamento dos Jovens – 21 de janeiro

<b>Jornal <i>O Concelho de Proença-a-Nova</i> – 25 de janeiro de 2019 – 9 e 10</b>	
Fonte de Informação	Município de Proença-a-Nova
Tema	Sociedade; Educação
Espaço/Tamanho da peça	Meia página
Género	Notícia
Seção	Sociedade
Ilustração	Com fotografia
Assinatura	Sem assinatura
Destaque	Chamada de primeira
Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Sim
Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Sim

<b>Jornal <i>Ecos da Sobreira</i> – Janeiro de 2019 - 11</b>	
Fonte de Informação	Município de Proença-a-Nova
Tema	<b>Sociedade;</b> Educação
Espaço/Tamanho da peça	¼
Género	Notícia
Seção	Sem seção
Ilustração	Sem fotografia
Assinatura	Sem assinatura
Destaque	Sem destaque
Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Não
Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT	Sem fotografia

<b>Jornal Povo da Beira – 31 de janeiro de 2019 - 12</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Sociedade; Educação
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	¼
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Regional
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

<b>Jornal Gazeta do Interior – 30 de janeiro de 2019 – 13</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Sociedade; Educação
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	1/4
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Proença-a-Nova
<b>Ilustração</b>	Sem fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sem fotografia

#### **4. Visita do Secretário de Estado das Florestas ao concelho de Proença-a-Nova – 25 de janeiro de 2019**

<b>Jornal Gazeta do Interior – 30 de janeiro de 2019 – 13 e 14</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Política
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Proença-a-Nova
<b>Ilustração</b>	Com foto
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Chamada de primeira
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

<b>Jornal <i>Jornal do Fundão</i> – 31 de janeiro de 2019 - 15</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Política
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Regional
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Com assinatura – Célia Domingues
<b>Destaque</b>	Sem destaque
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Não
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Não

<b>Jornal <i>Povo da Beira</i> – 30 de janeiro de 2019 - 16</b>	
<b>Fonte de Informação</b>	Município de Proença-a-Nova
<b>Tema</b>	Política
<b>Espaço/Tamanho da peça</b>	Meia página
<b>Género</b>	Notícia
<b>Seção</b>	Centrais
<b>Ilustração</b>	Com fotografia
<b>Assinatura</b>	Sem assinatura
<b>Destaque</b>	Chamada de primeira
<b>Notícia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Com algumas alterações
<b>Fotografia igual ao comunicado de Imprensa do GCPT</b>	Sim

Foram então analisadas 14 notícias no total, publicadas nos jornais do distrito anteriormente mencionados, sendo que a maioria, nove, são transcrições na íntegra das notas de imprensa enviadas pelo GCPT, enquanto três apresentam pequenas diferenças em relação ao comunicado enviado: em duas apenas é trocada a ordem dos parágrafos em relação à nota de imprensa e numa apenas é feita a substituição de algumas palavras por sinónimos. De salientar que somente duas apresentam diferenças significativas em relação ao comunicado enviado.

A maioria das notícias ocupa meia página no jornal e apenas uma das 14 é assinada pelo jornalista – referente à Visita do Secretário de Estado das Florestas ao concelho de Proença-a-Nova publicada pelo *Jornal do Fundão*, o que é significativo, pois mostra que a jornalista em

questão esteve presente no evento e que não se limitou a copiar a nota de imprensa do GCPT como aconteceu com as restantes. Também pode dever-se ao facto deste acontecimento envolver uma alta figura do Estado Português.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a observação feita no decorrer do estágio e analisando os resultados obtidos através das entrevistas realizadas e das notas de imprensa e respectivas notícias escolhidas, é possível concluir que o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova é bem referenciado pelos dois jornalistas entrevistados e que o trabalho desenvolvido pelo gabinete, em concreto na área da assessoria mediática, corresponde às suas expectativas.

Ambos referem que há uma preocupação fundamental por parte do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística para que a relação com os órgãos de comunicação local e regional seja positiva e dê frutos. Como se pode constatar a partir da entrevista realizada à jornalista Lídia Barata, do semanário *Reconquista*, “as notas de imprensa enviadas pelo gabinete vêm jornalisticamente corretas”. Tanto para os jornalistas como para os membros pertencentes ao Município de Proença-a-Nova é possível entender a grande importância que há na relação entre eles e como é uma relação de cordialidade assente num bom trabalho de parte a parte. A Técnica Superior do GCPT, Sónia Martins, chega inclusive a referir a grande necessidade de chegar aos munícipes através de outros meios, pois nem todos têm acesso à *Internet*, e como são fundamentais os órgãos de comunicação local e regional. Por outro lado, sendo estes órgãos mais pequenos, com redações de dimensões reduzidas, com poucos recursos e muitas vezes enfrentando dificuldades ao nível da sua sustentabilidade, refere que existe um certo compromisso do município em alimentar estes meios de comunicação com notícias, pois acaba por ser feita uma publicidade que os ajuda a manterem-se. Como afirma a Técnica Superior, “temos de ter essa noção de responsabilidade social para a sua manutenção e claro que eles são uma forma mais fácil de nós criarmos esta imagem de promovermos o município e a imagem que queremos que se tenha no exterior”.

É notório que a aposta do Município em unir a Comunicação e o Turismo no mesmo gabinete tem correspondido às expectativas do Executivo Municipal, assim como é visível o esforço que o executivo fez em profissionalizar o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística, procurando aumentar o número de profissionais qualificados, tanto ligados à produção de conteúdos informativos, como à área do *design*.

Foi visível, no decorrer do estágio, a preocupação do Município de Proença-a-Nova em divulgar as atividades do concelho, seja via redes sociais, seja a partir da agenda cultural ou pelos órgãos de comunicação social. Porém, através da análise de conteúdo realizada a um *corpus* constituído por quatro notas de imprensa - relativas a um conjunto de temas escolhidos

(representativos de áreas distintas), escolhidas de entre as cerca de meia centena redigidas ao longo do estágio, e por catorze peças jornalísticas de diferentes jornais locais e regionais, é possível constatar que estes se limitam a transcrever na íntegra as notas de imprensa enviadas pelo município, o que demonstra um pouco as limitações destes órgãos, pois não podendo deslocar-se ao local apenas noticiam a partir das notas de imprensa enviadas pelo gabinete, sem uma verificação *in loco* e a realização de um trabalho mais aprofundado, visível na ausência dos chamados géneros nobres, como é o caso da reportagem ou da entrevista. Ainda assim, é de notar que aquando de eventos de maior importância tentam fazer-se presentes, ainda que nem todos o consigam.

Concluimos que o trabalho do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística tem correspondido bastante às expectativas dos órgãos de comunicação social local e regional, tendo em conta o contexto em que os mesmos atuam, e que há uma grande preocupação de ambos os lados em manter uma boa relação. Além disso, o trabalho desenvolvido pelos *media* locais e regionais também vai de encontro ao esperado pelo gabinete e pela autarquia, pese embora se considere que pelo facto de “o gabinete estar a trabalhar bem [na relação com os *media*], isso às vezes o torne ‘vítima’, uma vez que os jornais (...) querem tudo feito e não se deslocam ao local”, como referiu o Vice-Presidente João Manso. Este é, de resto, um dos aspetos que há a melhorar no que concerne à assessoria mediática, como também deu a entender Sónia Martins, pois “a informação que é enviada é aquela que é publicada e vemos em muitos jornais a mesma notícia exatamente igual”.

Quanto à questão da inexistência de uma sala de imprensa no *site* da Câmara Municipal, ficou demonstrado através das entrevistas aos jornalistas que não é algo necessário, pelo facto de estes meios se pautarem por um registo de proximidade. No entanto, tendo em conta o contexto digital atual, seria pertinente que o GCPT desenvolvesse uma sala de imprensa *online* de forma a aumentar a projeção mediática do concelho a nível nacional, visto que a aposta estratégica da autarquia passa muito pela área do Turismo.

Resta concluir que o tema da relação entre gabinetes de comunicação e jornalistas é um objecto de estudo bastante aliciante e complexo, que merece maior aprofundamento e alvo de mais estudos, que vão além do patamar local e regional e que se estendam a um contexto mais vasto, interrogando esta realidade a nível nacional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augusto, C., Souza, J., Dellagnelo, E. & Cario, S. (2013). Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). In *Scielo*. Acedido a 15 de outubro de 2019 em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20032013000400007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000400007)
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barradas, C. (2015). LAS SALAS DE PRENSA ONLINE – ESTUDIO DE LOS MUNICIPIOS PORTUGUESES. UNA PROPUESTA DE SALA DE PRENSA VIRTUAL. Tesis Doctoral, Departamento de Información y Comunicación de Universidad de Extremadura, Espanha.
- Bastos, H. (2010). Ciberjornalismo e Narrativa Hipermédia. In *PROA-UA: plataforma de revistas em open access da Universidade de Aveiro*. Acedido a 26 de maio de 2019 em <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/583/536>
- Bastos, H. (2010a). Origens e Evolução do Ciberjornalismo em Portugal: Os Primeiros Quinze Anos (1995-2010). Porto: Edições Afrontamento.
- BASTOS, H., Lima, H., Moutinho, N., Reis, I. (2013). "Os jornalistas e a internet. Como os profissionais avaliam o impacto da rede no jornalismo". *Jornalismo & jornalistas*, 54, 10-16
- Bastos, H. (2000). Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. In *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Acedido a 26 de maio de 2019 em [https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57427/2/ActasConfibercom000148482.pdf?fbclid=IwAR2qDkAw6ljrrbHRjhBVZg\\_TVInRoSksCvrd1mSiZQWilsfifU\\_jTXZfZCI](https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57427/2/ActasConfibercom000148482.pdf?fbclid=IwAR2qDkAw6ljrrbHRjhBVZg_TVInRoSksCvrd1mSiZQWilsfifU_jTXZfZCI)
- Beirão, I., Caetano, J., Vasconcelos, M., Caetano, P. & Vasconcelos, P. (2010). *Assessoria de Imprensa. Questões, Contextos e Práticas*. Coimbra: Angelus Novus Editora.
- Bonixe, L. (2006). As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico. *Comunicação & Cultura*. n.º 1, pp. 157-169.
- Canavilhas, J. (2006). Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. In *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Acedido a 16 de setembro de 2019 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>
- Carvalho, I. (2012). *Informação local e regional num jornal de distribuição nacional - O caso do jornal Público*. Dissertação do 2º Ciclo de Estudos em Ciências da Comunicação: Estudos dos Media e Jornalismo na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Chinem, R.. (2003) *Assessoria de Imprensa Como fazer*. São Paulo: Summus.

- ERC. (2010). *A Imprensa Local e Regional em Portugal*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Federação Nacional dos Jornalistas. (2007). *Manual de Assessoria de Comunicação*. Brasília.
- Fernandes, M. (2011). *A Comunicação Autárquica: contributos para as Auditorias da Comunicação*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.
- Fernandes, N. (2012, junho). Informação audiovisual: as *webtelevisões*, a proximidade via *web* dos conteúdos locais e regionais. *Revista Aprender*, 18-28.
- Ferraretto, E. & Ferraretto, L. (2009) *Assessoria de Imprensa: teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- Ferreira, P. (2005). O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação. *Livro de Actas - 4º SOPCOM*. (pp. 849-860). 4º Congresso SOPCOM, Aveiro, outubro, 2005.
- García, M. (1999). *As Relações Públicas*. Lisboa: Estampa.
- Gaspar, M. (2018). *Jornalismo digital no século XXI, novas abordagens, novas estratégias: o projeto P24*. Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa
- Godoy, A. (2005, maio-agosto). Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Revista Eletrónica de Gestão Organizacional*. Nº2 (Vol. 3). 80-89
- Gonçalves, G. (2013). *Ética das relações públicas*. Coimbra: Minerva.
- Gradíssimo, J. (2016). *Assessoria de imprensa na comunicação autárquica: estudo de caso da Câmara Municipal da Maia*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Horta, P. (2010). *A microanálise através da entrevista semi-directiva, uma avaliação do ciclo da auto-regulação da aprendizagem*. Dissertação de Mestrado Integrado em Psicologia pela Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa.
- Jerónimo, P. e Bastos, H. (2012). *Jornalismo de proximidade em transição para a Internet*. *Revista Estudos de Jornalismo*, Nº1, Dezembro de 2012. 40-52
- Lampreia, J. (1982). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. Lisboa: Europa-América.
- Lopes, G. (2012). *A Comunicação Municipal: o distrito de Viana do Castelo*. Dissertação do 2º Ciclo de Estudos em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Lozano, F. (1981). *Manual Prático de Relações Públicas*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Mafei, M. (2008) *Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia*. EditoraContexto.

- Mapanzene, S. (2013). *A comunicação ao serviço do poder político: O caso da Câmara Municipal da Covilhã*. Relatório de estágio do Mestrado em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas na Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Mauad, S. (2009) *Os Segredos de um Bom Assessor de Imprensa*. Brasil.
- Marktest, acessido a 28 de setembro de 2019 em [www.marktest.com/wap](http://www.marktest.com/wap)
- Mónico, L., Alferes, V., Castro, P. & Parreira, P. (2017). *A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa*. Artigo apresentado no 6º Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa, Salamanca.
- Nogueira, M. (2018). *COMUNICAR CIÊNCIA – O CASO DA COORDENAÇÃO INTERDISCIPLINAR PARA A INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO (C3i)*. Relatório de estágio do Mestrado em Média e Sociedade na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre.
- Pereira, J. (2010). *ASSESSORIA DE IMPRENSA REGIONAL - FONTE DOS JORNAIS REGIONAIS*. Tese de Mestrado em Jornalismo: Imprensa, Rádio e Televisão na Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Pinho, J. A. (2008). O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. In Moura, C. P. (org.), *HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS: FRAGMENTOS DA MEMÓRIA DE UMA ÁREA*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Pinto, P. (2016). *Comunicação Autárquica nos Municípios da Terra Quente Transmontana*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Pordata, acessido em 28 de setembro de 2019 em [www.pordata.pt](http://www.pordata.pt)
- Portugal de Lés a Lés, acessido a 27 de setembro de 2019 em [portugaldelesales.pt/a-descoberta-da-historia-de-proenca-a-nova/](http://portugaldelesales.pt/a-descoberta-da-historia-de-proenca-a-nova/)
- Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa [PGDL] (1988). Decreto-Lei nº 106/88 de 31 de Março: Estatuto da Imprensa Regional. Diário da República n.º 76/1988, Série I de 1988-03-31, 1320-1321.
- Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa [PGDL] (2010). Lei nº 54/2010 de 24 de Dezembro: Lei da Rádio. Diário da República n.º 248/2010, Série I de 1988-03-31.
- Reis, B. (2017). Metodologia de Investigação: experiências de pesquisa em contextos Moçambicanos. In Bruno Reis. *O conteúdo em análise: teoria e práticas da análise de conteúdo*. (205-235).

- Ribeiro, V. (2014). O campo e o triângulo operacional da assessoria de imprensa. In Gisela Gonçalves & Marcela Guimarães (org.), *Fronteira e Fundamentos Conceptuais das Relações Públicas* (Volume 1- 65-87)
- Ribeiro, V. (2014). O peso do *Press Release* no processo de produção de notícias. In *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Acedido a 10 de novembro em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-vasco-2014-peso-do-press-release.pdf>
- Roque, A. e Jorge, N. (2016) A Comunicação Digital e os seus desafios para as Relações Públicas, 8o SOPCOM (998), pp. 998–1004.
- Ruão, T., Salgado, P., Freitas, R. & Ribeiro, P. C. (2016). *Comunicação Organizacional e Relações Públicas: horizontes e perspetivas*. Relatório de debate no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- Site Oficial da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, acedido a 27 de setembro de 2019 em [www.cm-proencanova.pt/](http://www.cm-proencanova.pt/)
- Tomás, E. (2017). *ASSESSORIA DE IMPRENSA NA ERA DIGITAL - A eficácia da nota de imprensa na comunicação do TAGV*. Relatório de Estágio do 2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação na Universidade de Coimbra.
- Valente, D. A. (2018). *Dar nas vistas por Relações Públicas – História, Teoria & Mais*. Setúbal: Tipografia Rápida de Setúbal

## ANEXOS

### ANEXO 1 – EXEMPLOS DE TRABALHOS REALIZADOS PARA O *SITE* MUNICIPAL E PÁGINA DE *FACEBOOK*



Imagem 1 - Captura de ecrã do *site* municipal sobre "Proença-a-Nova recebeu reunião distrital da Segurança Social"



Imagem 2 - Captura de ecrã do site municipal sobre "Centro Ciência Viva da Floresta quer levar pessoas "Rio Acima"



Imagem 3 - Captura de ecrã "OutSystems de Proença-a-Nova recebe curso de formação"

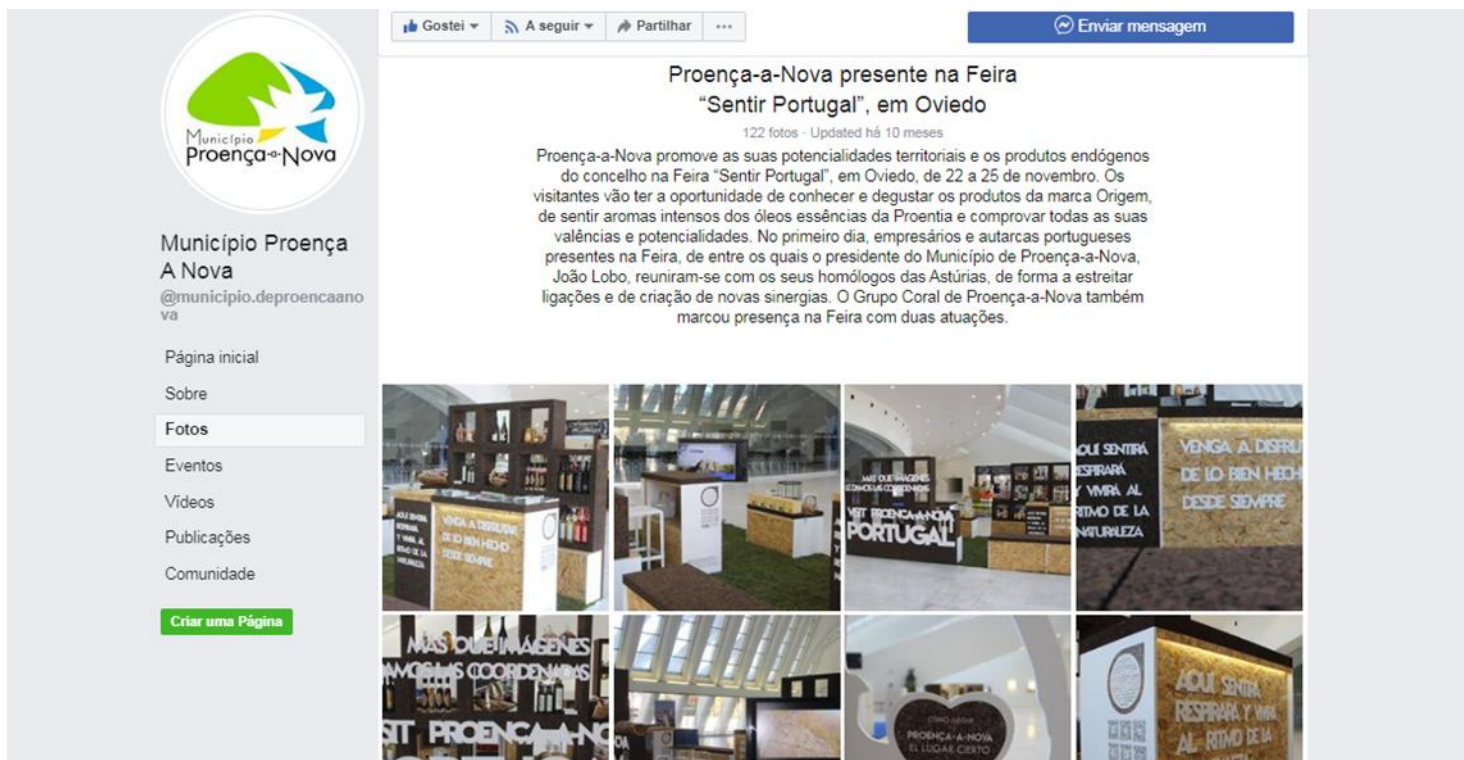
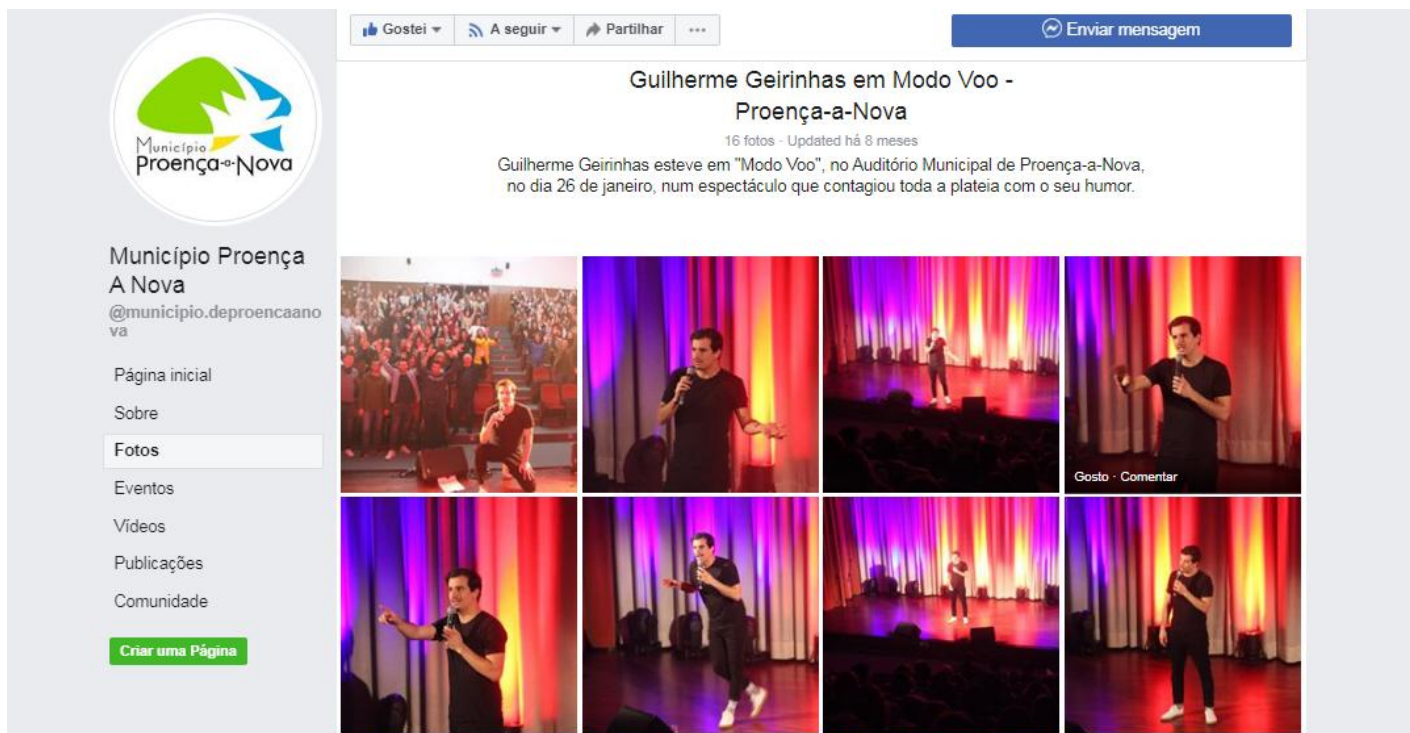


Imagem 4 - Captura de ecrã da página do Facebook sobre "Proença-a-Nova presente na Feira "Sentir Portugal", em Oviedo"



Imagem 5 – Ação de divulgação no stand da Câmara Municipal de Proença-a-Nova na Feira "Sentir Portugal" em Oviedo



**Imagem 6 – Captura de ecrã da página do Facebook sobre Espectáculo de *stand-up comedy* com Guilherme Geirinhas**

## ANEXO 2 – ENTREVISTAS

**Entrevista a João Lobo, Presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova** desde março de 2016. É formado em Engenharia Civil e pós-graduado em Urbanismo pela Faculdade de Engenharia da Universidade Católica Portuguesa. Pertence aos quadros da Infraestruturas de Portugal, tendo sido responsável pelo Serviço de Circulação e Segurança da Direção de Estradas de Castelo Branco.

*Quando foi criado o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística?*

O Gabinete de Comunicação e Promoção Turística foi criado no ano em que fizemos uma alteração ao organigrama anterior e, portanto, estamos a falar do ano de 2009. Depois, entretanto, esse gabinete e agora com reestruturação que foi operada na Câmara, em maio de 2019, fizemos uma nova reorganização dos serviços e agora é Gabinete de Comunicação, Turismo e Eventos. Portanto, juntando estes três temas relativamente àquele universo de atuação.

*Qual o porquê de, na altura em que foi criado, ter sido unido o gabinete de comunicação ao gabinete de turismo?*

É verdade que o gabinete de comunicação tem de ser transversal a todos os setores de atividade do município, mas o turismo aqui como também é uma atividade de captação externa tem de estar ligado àquilo que é a imagem do próprio município, àquilo que ele quer promover. E o turismo faz também diversas atividades, seja através de infraestruturas do espaço público, seja através da parte desportiva, cultural, gastronómica, entre outras. E tem também uma transversalidade grande relativamente aos setores e pode ser ligado àquilo que é a competitividade de atração com ponto de vista das infraestruturas, e portanto convém de facto ligar estas duas áreas.

*Na sua opinião, este gabinete corresponde aos objetivos traçados pelo Executivo?*

Sim, tem conseguido atingir aquilo que são os objetivos que determinamos para a sua ação e agora com os eventos associados, é possível realizar um intercâmbio em que nestes três universos da comunicação se faça de forma mais assertiva e a imagem do município seja reconhecida como forma identitária. Estamos a falar do município enquanto instituição, pois o município é muito mais que a Câmara Municipal, são também os agentes que estão envolvidos territorialmente e obriga a termos uma marca que seja importante e reconhecida.

*Qual é a sua visão relativamente à importância e efeitos supramunicipais da comunicação produzida pelo município?*

Nós temos tido ao longo dos últimos anos essa consciência. Aquilo que são muitas vezes eventos que fazemos exteriormente e aquilo que é a receptividade e o *feedback* que vamos tendo quando nos deslocamos para fora e a notoriedade que começam a sentir de Proença-a-Nova. Porque Proença-a-Nova é vista também do ponto de vista cultural, das tecnologias, da captação de talento, com a preocupação ambiental, entre outros. E nessas circunstâncias isto, do ponto de vista turístico, tem repercussões que são muito levadas pela capacidade de comunicação. É a capacidade de comunicar bem e assertivamente para o mercado que queremos que se tem mostrado no *feedback* importante do ponto de vista de quem vem até nós e entendermos se o número está a elevar ou não e se a nossa recta de crescimento tem vindo a aumentar. E isso tem sido notório espelhado naquilo que são os eventos hoteleiros, o turismo rural e a restauração.

*Como é que a autarquia percebe a importância do trabalho desenvolvido pelo gabinete?*

Exatamente pelos vários factores que enunciei na pergunta anterior. Porque nós, medimos através dos agentes turísticos que temos implantados no território o seu crescimento e a sua capacidade de crescer num negócio, que são exactamente aquilo que se traduz por uma boa comunicação e capacidade que temos de chegar aos públicos e aquilo que são os mercados. A comunicação aqui, quando pensamos que o turismo ou os eventos estão dissociados, à primeira vista, começa-nos a fazer cada vez mais sentido que englobe estes temas para projectarmos aquilo que fazemos no município. Quer para os munícipes, quer para o exterior de forma mais agressiva.

*Quanto à relação com a comunicação social local e regional, essa relação tem correspondido às expectativas?*

Tem sido sempre uma comunicação em parceria em que o nosso gabinete tem, de facto, uma ligação forte com a comunicação regional e local, e portanto há essa grande interatividade e aquilo que são os nossos programas e eventos. Normalmente, de forma transversal, têm uma cultura desses meios de comunicação mais próximos e eles próprios têm mostrado interesse em acompanhar a atividade do município.

*Que benefícios concretos traz essa boa relação?*

Essa relação traz um princípio de notoriedade relativamente à questão das ações que o município desenvolve e também, sendo eles próprios com ligação à diáspora, é aqui muito importante relativamente àquilo que é a nossa comunicação local relativamente aos proencenses que questionam fora e que têm um carinho especial a esses meios de comunicação, e falo do jornal do concelho de Proença-a-Nova e do Ecos da sobreira, os dois meios de comunicação do município em papel e que têm nos seus assinantes uma ligação grande com o

setor da diáspora. Estes são um bom meio de comunicar aquilo que são as atividades que essa população acompanha, mas também serem o motor de atividades económicas que a diáspora pode ter com o concelho.

**Entrevista a João Manso, Vice-Presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova** desde março de 2016 e detentor do Pelouro da Comunicação e do Turismo. É licenciado em Ensino de Matemática e Ciências da Natureza, foi professor na Escola C+S de Proença-a-Nova (atual Escola Pedro da Fonseca) e presidente do Conselho Executivo do mesmo estabelecimento de ensino entre 1995 e 2006. É Diretor do Centro de Ciência Viva da Floresta desde 2006. Destacam-se como atividades complementares o facto de ter pertencido à direção do Núcleo de Juventude e de ter dinamizado projetos de comunicação social local, como diretor adjunto do jornal “Cruzeiro da Juventude”, foi responsável pelo jornal escolar “A Palmatória” e foi também fundador da Rádio Beira Interior (atual Rádio Castelo Branco), em Castelo Branco.

Quando foi criado o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística? Qual o porquê de juntarem a comunicação com o turismo?

Neste caso foi a ideia de que a promoção turística é a que necessita de mais recursos e de mais e melhor comunicação e também ligando à parte dos eventos, que são uma necessidade para trazer pessoas, angariar turismo, angariar visitantes, isto está tudo interligado. Nós não podemos trabalhar o turismo isolado sem trabalhar a parte da comunicação, quer em termos dos folhetos, *outdoors*, dos *flyers* ou dos eventos que nós queremos fazer para atrair turismo. E também a comunicação não pode trabalhar isoladamente porque também não tem gente cá que depois consiga ler o que eles querem transmitir.

Quando é que houve junção destes dois gabinetes?

Foi quando foi aprovado o novo organigrama, mas antes da junção já existiam os dois. Mas depois por uma questão de dinâmica e por uma questão de gerir melhor os recursos humanos optámos por fazer a união dos dois.

O turismo também é uma das apostas estratégicas do município?

O turismo é uma aposta estratégica e é uma das grandes apostas porque estes municípios que cada vez estão a perder mais gente e população, não são só estes municípios, é Portugal inteiro. Mas, nós sentimos essa perda de forma acentuada e uma das formas que temos de atrair gente e criar dinâmica económica é termos um potencial turístico que se possa destacar de outros concelhos e outras atividades para que haja pessoas a investir e a visitar Proença, criando uma dinamização das atividades turísticas, que depois geram economia e emprego.

De que forma a estratégia do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística está enquadrada na política de governação do município?

Antes de se chamar Gabinete de Comunicação e Promoção Turística chamava-se apenas Gabinete de Comunicação, e nós, desde o início, que estamos sempre falamos em ter alguém com carteira de jornalista e com formação de jornalista. E também ter alguém com formação em comunicação e *design* e, inicialmente, ter também na parte de artes alguém que nos pudessem auxiliar na realização. Antes de entrarmos não tínhamos ninguém, toda a gente sabia trabalhar com as ferramentas básicas, mas conceitos de comunicação, conceitos de *design*, conceitos de estética, conceitos de como é que se faz um cartaz, como é que se comunica, o tipo de letra, essas coisas todas nós não tínhamos e sentimos essa necessidade. Então decidimos ter, e ter jovens cá de Proença, que nos pudessem ajudar na comunicação e até agora tem dado resultado. O nosso gabinete de comunicação é sempre bem referido a nível dos outros concelhos, mesmo outros jornalistas de jornais regionais e nacionais falam muito bem sempre do nosso gabinete de comunicação.

Então a atividade do gabinete no que diz respeito à relação com os órgãos de comunicação social regional e nacional está a corresponder às expectativas do município?

Eu acho que sim, quer dizer, é bom para eles porque cada vez mais nós vemos que quanto melhor trabalhamos menos os jornais nacionais têm que trabalhar. Portanto se mandarmos as coisas bem-feitas e com uma exposição bem feita muitas das vezes os jornais nem vêm cá para fazer uma cobertura de um evento ou de uma sessão porque sabem que têm garantido que nós vamos trabalhar bem e que vamos enviar um bom resultado, e nós até perdemos por isso.

Essa relação entre o gabinete e a imprensa traduz-se em benefícios concretos?

É assim uma vantagem do nosso gabinete estar a trabalhar bem, é que às vezes somos vítimas desse trabalhar bem porque os jornais regionais e nacionais querem tudo já feito e não se deslocam cá. E nós gastamos o recurso humano e gastamos o tempo para fazer a cobertura do evento e enviar e, às vezes, eles não vêm constatar o que se passou e o que aconteceu para depois serem eles a fazer a notícia à sua maneira. O que nós notamos muitas vezes é que as notícias que enviamos são iguais em três ou cinco jornais regionais e nacionais. Portanto às vezes também ficamos um bocadinho tristes porque gostamos de trabalhar bem, mas também gostamos de ser ajudados.

Como é que a autarquia, mais o Executivo que é parte que regula a atividade do gabinete, percebe a importância e eficácia do trabalho desenvolvido pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística?

Nós conhecemos a eficácia e a dimensão, em parte naquilo que eu já disse. Quer nas respostas e nos comentários que ouvimos, primeiro nos municípios, porque atualmente a nossa

comunicação não se gera só na base de criar notas de imprensa, a nossa comunicação vai para além da parte da *Internet*, da parte da multimédia, da parte dos avisos institucionais, da parte da agenda, da parte dos boletins, de tudo o que é um comunicar para os nossos munícipes, os nossos jovens, e toda a gente, mesmo a parte da diáspora, que está lá fora, as pessoas que têm ligações familiares connosco, as pessoas que vêm cá de férias e que querem cá vir de férias, para que se relacionem connosco e que quando veem o nosso *site*, as nossas páginas, tenham garantia que aquilo é verdade e que aconteceu mesmo. Muitas vezes podem ser só promessas, podem ser orçamentos de obras, mas que realmente vão acontecer. Porque o que se diz merece confiança das pessoas. Está bem escrito, tem boa imagem e portanto realmente é um bom gabinete de comunicação

Na sua opinião existe alguma questão a melhorar no que diz respeito ao trabalho desenvolvido pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística? Qual é para si o maior desafio neste momento do gabinete?

Eu acho que, relativamente aos aspetos a melhorar no gabinete, poderá haver alguns. É verdade que estamos a atingir muito público através da *Internet*, *Facebook* e etc., mas ainda temos que estar noutros sítios e noutros espaços onde os jovens estão e onde essa faixa etária dos 18 aos 30 anos costumam andar nas suas redes, nos seus meios de comunicação às vezes próprios. Temos de nos apurar um bocadinho mais nessa área e deixar um pouco de parte o institucional de grandes notas de imprensa, de grandes comunicações até com jornais regionais e trabalhar mais uma comunicação *online* que é numa base de *Internet* e de interação.

O *site* do município não tem salas de imprensa *online*, foi o município que não quis fazer essa sala?

É das tais coisas, se calhar o gabinete de comunicação ainda não estava preparado para isso, num futuro já pode estar preparado. Também a questão dos recursos humanos ainda não estava bem estruturada. Agora já vai estando e já vai haver espaço para isso. Mas essas ligações todas que a gente tem de dinamizar essa parte *online*, vamos ter que andar atualizados, andar mais perto dessas partes dos jovens e da *Internet*. Nós aqui estamos a passar ao lado disso, fruto também da nossa idade e das nossas experiências pessoais, mas sei que temos de nos envolver com todos.

Então há uma maior preocupação de aproximar a autarquia de um público jovem?

Sim, isso é essencial. Para além de que a nossa ambição é estabelecermos canais privilegiados com grandes órgãos de comunicação. Se nós lançamos aqui uma nota de imprensa para todos os meios, se calhar só alguns é que difundem, para alguns talvez não seja

grande notícia. Gostaríamos que a imprensa olhasse para o interior e valorizasse o interior na parte dos *media*, e falo dos grandes jornais e canais de televisão.

Quais os aspetos, na sua opinião, que a comunicação regional tem a melhorar?

A comunicação regional prende-se com uma falta de recursos, de meios, de apoios e às vezes de quantidade. São muitas e lutam entre si e não refletem a qualidade que deviam ter. Mas penso que as pessoas nessa área deveriam aliar-se ou adotar novas estratégias.

**Entrevista a Sónia Martins, Técnica Superior de Comunicação do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova** desde fevereiro de 2015. É licenciada em Jornalismo e mestre em Comunicação e Jornalismo pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

### Quais são os principais objetivos do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística?

O Gabinete de Comunicação e Promoção Turística trata essencialmente de toda a comunicação que vai para o exterior da Câmara Municipal. O enfoque é muito esse. Então fazemos assessoria de imprensa, pura e dura, no sentido em que produzimos notícias e que alimentamos os vários suportes internos, ou seja, geridos pelo município, o *site* e o *Facebook*. Depois acabamos por fazer a ligação direta com a imprensa, na divulgação das notas de imprensa e todo o trabalho de comunicação com os jornais, a rádio e a televisão, esta última com menor expressão. Dentro desses objetivos também temos o trabalho de comunicação com os nossos municípios, muitas vezes coincide ou não com as notícias, porque há notícias que efetivamente têm um impacto na vida dos municípios e é importante eles conhecerem-nas. Mas estou também a falar de outros suportes, como seja a agenda cultural, com informação mensal dos eventos, o boletim semestral, com informação sintetizada do que aconteceu no semestre. Depois outra importante função e objetivo do gabinete é colaborarmos na realização dos eventos do município. O nosso calendário de eventos, a promoção turística, neste caso a partir dos nossos eventos, onde temos diversas componentes porque temos de intervir na planificação, ou seja, preparar o evento, fazer toda a parte burocrática de escolha do local, os convites, a imagem, a divulgação, a promoção, etc. Depois é fazer o acompanhamento e ainda a parte dos conteúdos turísticos, sendo que atualmente essa é uma das vertentes que nos está a ocupar bastante tempo, tendo em conta que é uma das estratégias que foi desenvolvida pelo município como forma de promover o concelho como um destino turístico e então houve a criação de conteúdos apelativos, a sua disponibilização em plataformas, em alguns dos casos inovadoras na região como a nossa aplicação “VisitProença” ou o posto de turismo interativo. Tudo isso tem de passar obrigatoriamente pelo Gabinete de Comunicação e Promoção Turística. Mas depois o dia-a-dia do trabalho do nosso gabinete acaba por não se resumir a estas quatro áreas fundamentais, que são a produção de notícias, a produção de conteúdos a nível da agenda cultural e do boletim, os eventos e a promoção turística. Porque chegam imenso pedidos de todas as áreas para nós colaborarmos, porque há sempre muitas solicitações de fora, porque estamos envolvidos em projetos intermunicipais na comunidade intermunicipal, seja nas Aldeias do Xisto ou no Pinhal Maior. Então todas essas entidades necessitam de informação e acabam por recorrer ao município e todos esses pedidos acabam

por vir ter diretamente à nossa caixa de correio. Então de forma geral os objetivos do Gabinete de Comunicação são gerir todas estas plataformas de comunicação.

O trabalho que é desenvolvido atualmente pelo gabinete corresponde aos objetivos traçados? Existe um plano anual de estratégia de comunicação?

Relativamente a um plano anual definido eu não tenho conhecimento, pelo menos desde que estou cá nunca passou pelas minhas mãos um documento com essas características. Mas existem as indicações gerais daquilo que deve ser o trabalho do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística. Passa sempre pela promoção daquilo que é atividade municipal e a sua promoção no exterior. Ou seja, essa a visibilidade que é fundamental dar ao trabalho que a Câmara desenvolve. Já sabemos que muitas vezes aquilo que não é conhecido é como se não existisse e ainda que possa haver muitas outras notícias que acabemos por não dar, é como se não existissem se não fizermos essa divulgação. E por isso, o nosso objetivo é sempre esse, é essa comunicação e promoção da atividade municipal. Essa é a estratégia base e claro que depois acaba por ir havendo directrizes específicas que nos vão sendo dadas à medida que vão surgindo os projetos. Por exemplo, a questão do turismo que nos últimos tempos ganhou maior expressão em função dos projetos que foram implementados no terreno e de necessidades que foram criadas e que foram levantadas e que advêm dessa estratégia de participação em feiras em Espanha que nos leva à necessidade de criar conteúdos em espanhol. Então acabamos por desenvolver a nossa ação em função dessa necessidade. É uma estratégia aberta e que a qualquer momento vamos ajustar o rumo, dependendo da situação.

Como funciona o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística, como estão atribuídas as funções entre as pessoas do gabinete e como é que foram atribuídas?

Neste momento o gabinete tem quatro pessoas e tendo sido eu a terceira a chegar a este gabinete não tenho o completo conhecimento dos processos anteriores. Mas, do que me vou apercebendo o gabinete tinha essencialmente duas pessoas que asseguravam duas áreas, a parte dos conteúdos e a parte da imagem nessa estratégia global de comunicação e promoção do município. No entanto, a pessoa que estava a tratar da imagem, tem formação em escultura e acabou por desenvolver projetos em áreas desse interesse. Por exemplo, a Catarina acaba por dinamizar muito as exposições na galeria, o desenvolvimento de residências artísticas, como é o caso do trabalho desenvolvido nos museus e nos espaços museológicos que foram criados durante o tempo em que ela esteve cá, são espaços recentes. E por isso surgiu a necessidade de chamar uma segunda pessoa para tratar da imagem, porque como havia muitos projetos paralelos, acabou por ser insuficiente uma pessoa para dar resposta. Então foi aí que a Susana foi incorporada e acabámos por abrir o leque. Ela como está vocacionada para o

*design* gráfico, acaba por dar resposta à questão da imagem, agora por exemplo com o guia turístico que vai ser desenvolvido, ampliando também um pouco a capacidade de resposta do gabinete em áreas tão diferentes e tão distintas. Depois a Andreia acabou por vir apoiar um pouco o meu trabalho porque em termos de conteúdos estamos em muitas áreas e acaba por ser demasiado trabalho para uma só pessoa.

Normalmente há um responsável pelo gabinete. Aqui há alguém responsável ou cada uma trata da sua função?

Essa é uma das situações que não está definida. Dentro do gabinete não há hierarquia, estamos todas subordinadas ao Executivo municipal, respondemos todas ao Presidente ou ao Vice- Presidente consoante as temáticas. Pois há temas que estão na dependência direta de um e outras na de outro. Então consoante cada uma das temáticas a hierarquia superior é sempre um deles. Entre nós o que fazemos é a distribuição de tarefas tendo em conta as características de cada uma de uma nós, os interesses e a disponibilidade para fazer esse trabalho.

Na sua opinião a dimensão do gabinete é suficiente para dar resposta a todo o trabalho?

É claro que vou dizer que gostava mais de ter uma terceira pessoa também para os conteúdos. Mas, de forma realista, acho que neste momento para dimensão que nós temos acabamos por ter pessoas suficientes para fazer o trabalho solicitado. Mas há fases do ano em que as exigências são maiores, como por exemplo a partir de abril. Nesses momentos acaba por se notar mais que a falta de uma pessoa para nos ajudar, mas é uma questão de dar prioridades, acabam por ficar sempre coisas para trás, mas de uma maneira geral tentamos dar resposta.

Quando fazem as notas de imprensa, por exemplo, pensam sempre num público-alvo que querem atingir?

Estamos sempre a direcioná-la para os munícipes e os nossos munícipes são de áreas muito diferentes, de idades, de formações muito distintas. Ou seja, o nosso público-alvo é por si muito diverso, naturalmente que num cenário de comunicação autárquica ideal devíamos ter a capacidade de fazer essa segmentação mais acentuada, acima de tudo na questão dos meios de comunicação especializados. Mas como estamos num território em que não existem esses meios de comunicação especializados, pois também eles são generalistas, então essa segmentação não acontece tanto. Mas por exemplo, quando temos alguns eventos específicos, como o *Rock Fest*, aqui há um público alvo muito específico e então devíamos fazer a comunicação segmentada para revistas da especialidade, mas não temos feito isso. Isso é daquelas coisas que seria o ideal para certos eventos, e aí teríamos muito a ganhar, não só na área da comunicação mas também da publicidade.

Qual a importância atribuída aos diversos meios de comunicação social regionais para comunicar com os diferentes públicos do município?

Uma das formas principais de chegarmos aos nossos munícipes é através dos meios de comunicação locais e regionais e por isso eles são fundamentais. Mas também compreendo que haja aqui uma certa função social do município. Porque para além de alimentarmos estes meios de comunicação com as notícias acabamos também por fazer publicidade e acaba por ser essa publicidade que, de certa maneira, ajuda a manter estes meios de comunicação locais. Acho que isso é uma responsabilidade que o município tem porque sabemos da crise que atravessam os meios de comunicação social de uma forma geral, a nível nacional isso também é evidente, e temos publicações a nível nacional que estão por um fio, têm de se adaptar às novas realidades da *Internet* para conseguirem sobreviver. E por isso acho que essa relação é de parte a parte com os meios de comunicação locais, ou seja, temos de ter essa noção de responsabilidade social para a sua manutenção e claro que eles são uma forma mais fácil de nós criarmos esta imagem de promovermos o município e a imagem que queremos que se tenha no exterior.

Como é que classifica a relação do gabinete e da autarquia com a comunicação social? Quais são os principais meios de comunicação com os quais se relacionam a nível nacional e local e regional?

É uma relação que é recíproca, ou seja, eles precisam de nós para nós os alimentarmos com as notícias. O nosso objetivo é a divulgação das nossas notícias e dos nossos eventos. É uma relação cordial, conseguimos manter essas relações também porque estamos sempre disponíveis quando somos solicitados e é essencial existir essa relação com os meios de comunicação locais. Relacionamo-nos a nível local, principalmente, com os dois jornais e o portal que existe no concelho. E a nível regional são os jornais e rádios do distrito de Castelo Branco. De uma maneira geral também enviamos a informação a nível nacional, mas já sabemos que um pequeno município do interior para ser notícia nos meios de comunicação nacionais é sempre muito difícil. Infelizmente é preciso que aconteça algo de grave para que isso aconteça. Fora isso o principal meio que nos acompanha é a RTP da delegação de Castelo Branco, também porque têm essa disponibilidade de ter uma delegação em Castelo Branco e de terem um programa que é o “Portugal em Direto” que dá voz àquilo que vai acontecendo por todo o país, mais na zona interior. E isso em televisões generalistas como a SIC ou a TVI não acontece tanto e por isso é mais difícil para nós enquanto gabinete criarmos essa notoriedade através desses meios.

Essa relação traduz-se em resultados na divulgação da atividade do município na comunicação social?

Analisando um pouco as dinâmicas da imprensa local, essencialmente vimos que de uma maneira geral toda a imprensa está a passar por sérias dificuldades. Não só pelo aparecimento da *Internet* mas também porque cada vez têm uma base menor de anunciantes e o que vemos aqui na nossa região, pelo menos a nível do concelho, os jornais que existem são suportados pela Igreja porque são os mais católicos, assumidamente. Mas depois acabam por complementar com notícias do concelho. E essa dificuldade é lógica, mas vamos olhando para o distrito e são redações pequenas, em alguns casos que só têm um jornalista, e de certa maneira, veem-se obrigados, nessa lógica de comunicação, a publicar aquilo que nós enviamos. A verdade é que se não forem os municípios a alimentar a imprensa regional eles não têm forma de ir à procura de notícias, porque não têm equipas de jornalistas, não têm a disponibilidade. Eles precisam dos municípios não só para os conteúdos mas também para a publicidade. É claro que não é igual em todos os meios, há alguns com mais capacidade e que conseguem inverter estas tendências, mas esta relação de sobrevivência continua a existir.

A relação pode ser melhorada? Há a possibilidade alcançar uma maior eficácia junto da comunicação social?

Há uma questão que ainda não foquei e que é fundamental, depende muito da qualidade daquilo que nós produzimos e um gabinete de imprensa de um município, ou de qualquer outra instituição, tem sempre do seu lado a exigência de reportar factos verdadeiros. Ainda que saibamos que quem está do outro lado, o jornalista que recebe o *press* do município de Proença-a-Nova, sabe à partida que aquele *press* vai validar um ponto de vista que é da autarquia. Ou seja, aqui a comunicação que é feita do município é feita de forma honesta e transparente. O jornalista sabe de onde vem o *press*, sabe quem o escreve e sabe que aquela informação transmite o ponto de vista desta instituição. Não é o jornalismo puro e duro que aprendemos na faculdade, porque não é essa a função de um gabinete de comunicação. Mas um gabinete de comunicação tem objetivamente que dar factos, que dar informação correta. Quando este pressuposto está cumprido há uma relação de confiança que se estabelece entre a imprensa local, regional, nacional e o meio que a emite. E a esse nível não há caminho para melhorar porque considero que essa comunicação já é honesta e já cumpre esses requisitos. Eu acho que há sempre espaço para melhorar na comunicação segmentada, do procurarmos bem os nossos públicos, se bem que isso será mais na comunicação a nível nacional. A nível local também pode acontecer nós fazermos, que é uma das questões também que se colocam, é que como muitas vezes nós substituímos os jornalistas, ou seja, como muitas vezes a

informação que enviamos é aquela que é publicada e quando fazemos o *clipping* vemos em muitos jornais a mesma notícia exatamente igual, então poderíamos melhorar se realmente tivéssemos disponibilidade para fazer notícias diferentes, para adequar aos diferentes meios de comunicação social. Porque, por exemplo, o público que lê o jornal do concelho de Proença-a-Nova é diferente daquele que lê o jornal do Fundão. Aí haveria espaço para melhorar se nós conseguíssemos produzir notícias que quando saíssem daqui já correspondessem a estes diferentes públicos.

De que forma o aparecimento da *Internet* e o contexto digital veio alterar a comunicação autárquica?

A *Internet* impactou muito o jornalismo. Na comunicação autárquica o que vem impactar acho que é mais o alcance das publicações. Nós antes tínhamos no nosso *site* um botão que fazia a contagem dos gostos em cada notícia e era muito curioso verificar que os conteúdos que tinham sido divulgados nas redes sociais tinham muito mais gostos que aqueles que não tinham sido divulgados. Portanto há aqui obviamente uma relação direta que nos permite ver que realmente a *Internet* vem ajudar a fazer esta divulgação a um alcance maior quando divulgamos. Porque tradicionalmente, antes da *Internet*, o município comunicava através da agenda cultural, das notícias que eram publicadas nos jornais, na rádio ou na televisão, se aparecesse. Mas se nenhum desses meios pegasse nas notícias não havia visibilidade dessa produção autárquica. E hoje em dia o que acontece é que a *Internet* e as redes sociais vieram abrir novos públicos. Portanto, o facto de termos a informação mais disponível veio dar uma ideia de uma maior democratização no acesso à informação. Aquilo que vemos muito, sobretudo redes sociais, são pessoas que normalmente não acompanhavam a atividade do município começaram a acompanhar e eventualmente acabam por dialogar com a Câmara através do *Facebook* e isso acaba por dar uma plataforma que ao mesmo tempo que democratiza os conteúdos acaba por dar novos problemas porque as pessoas acabam por não ter filtro naquilo que falam e para nós é mais difícil gerir dessa forma. Colocam novos desafios mas acho que é um importante meio dessa notoriedade se alcançar e se espalhar para novos públicos.

Com que frequência é atualizado o *site* do município?

Nós temos várias áreas, na área que é da responsabilidade do gabinete, nós tentamos publicar uma notícia por dia.

Há algum objetivo no *site* de atingir algum público alvo?

Acima de tudo a presença na *Internet*, nos dias digitais que correm é fundamental porque permite que a qualquer momento, qualquer pessoa possa encontrar-nos e encontrar informação sobre o município com uma simples pesquisa. Isso é possível porque temos a presença na *Internet*, então essa visibilidade acaba por ser muito importante, por exemplo, para possíveis turistas. O *site* tem informação que se destina a quem vive no concelho, informação para o turista e informação para quem quer investir e estas três áreas acabam por ser procuradas pelos diferentes públicos porque é um meio de comunicação.

No *site* do município não há sala de imprensa *online*, há algum motivo específico para não haver?

Nunca tínhamos pensado nisso, mas tendo em conta que a informação acaba por estar disponível, tal como os nossos contactos, até ao momento não sentimos ainda essa necessidade. Estamos facilmente contactáveis e disponíveis para quem necessite dessa informação.

Quais as redes sociais mais utilizadas e porquê?

Neste momento temos conteúdos no *Youtube*. O *Instagram* foi uma aposta recente e temos o *Facebook*. Todas elas são importantes. O *Youtube* porque nos permite alojar os nossos vídeos e partilhá-los facilmente. Mas de todas, o *Facebook* é aquela quem tem mais seguidores e onde se vê uma maior interação. Neste momento ainda não desenvolvemos investigação para criar um novo perfil numa nova rede social. Neste momento a opção é mantermo-nos por aqui.

Qual a classificação que faz à gestão da comunicação por parte do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística?

O gabinete está em muitas frentes, às vezes a maior parte das pessoas, até internamente, não sabem o que o nosso gabinete faz. O mais visível são as notícias e então parece que é a única coisa que fazemos. Mas acabamos por estar envolvidos em muitos projetos e em muitas tarefas que não têm tanta visibilidade. De uma maneira geral, classifico de forma muito positiva o trabalho que nós desenvolvemos, porque conseguimos dar resposta. Ainda que haja sempre coisas que correm bem e outras que correm menos bem.

Quais os maiores desafios em termos de comunicação para o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística?

Os maiores desafios são conseguir dar resposta com o nível de qualidade que nos é exigido. Temos de ser muito rigorosos na forma como comunicamos e temos que manter esse rigor porque a relação com os meios de comunicação social tem de ser mantida porque tem de

ser uma relação que assente na verdade e na honestidade da nossa parte. A partir do momento em que nós tenhamos a tendência de sobrevalorizar alguns acontecimentos ou de manipular, é claro que as coisas vão correr mal. Portanto o desafio será mantermos sempre o nível de excelência que eu acho que temos nessa comunicação com a imprensa e até a nível interno será um desafio para darmos a conhecer aos nossos colegas aquilo que nós fazemos.

#### *Como vê a comunicação autárquica daqui a dez anos?*

Acho que a comunicação tem sempre esta tarefa de facilitar o relacionamento entre a instituição e os munícipes e nunca pode perder essa relação de vista. Apesar de todos os setores que compõem o município, o trabalho deles só será visível se houver aqui a intermediação do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística. Então essa relação tem que se manter. Acho que vão ser gabinetes cada vez mais profissionais, porque temos de acompanhar aquilo que o mercado vai tendo. Uma maior relação de proximidade com as chefias e transversal.

**Entrevista a Lúcia Barata, jornalista do Jornal *Reconquista* desde setembro de 2008. É licenciada em Comunicação Social pela Universidade da Beira Interior.**

Como descreve a relação entre os jornalistas e os gabinetes de comunicação dos municípios?

Costumo acompanhar o Presidente de Proença-a-Nova e de Vila Velha de Rodão com mais assiduidade porque nós dividimos pelos colegas da redação os concelhos, por ser mais fácil assim. Sobre a Câmara de Proença-a-Nova, quando o Presidente faz determinada revelação, posso verificar se ele já disse isso ou não e até qual é a novidade. É diferente, vamos acompanhando a situação. Mas dado os poucos recursos que nós temos, humanos e para nos deslocarmos, são os gabinetes de comunicação bem organizados, como é o caso de o de Proença-a-Nova, o de Vila Velha de Rodão, o da Sertã, o de Vila de Rei, do Fundão e Covilhã, são as autarquias que neste momento já têm gabinetes de comunicação à altura que aquilo que os dias de hoje exigem para que haja uma melhor colaboração.

Quanto à cobertura de eventos de quem parte a iniciativa? Da autarquia ou do jornalista?

Normalmente quando há a apresentação dos eventos são as autarquias que nos convidam ou fazem conferência de imprensa ou enviam uma nota de imprensa com a programação. Relativamente ao evento isso já depende da nossa disponibilidade, mas sempre que há grandes eventos nós preferimos ir. Porque há situações do dia a dia das autarquias que se resolve com uma foto e uma nota de imprensa, não justificam uma deslocação de alguns quilómetros. Mas depois há outros eventos em que faz todo o sentido sermos nós a estar, até para depois podermos ter outra forma de abordagem, podermos com isso fazer contactos e saírem dali outros trabalhos. Isso também convencionou um bocadinho as escolhas, do tipo de evento.

Que assuntos é que são mais abordados pelos municípios? Em específico, no concelho de Proença-a-Nova que assuntos é que são mais abordados?

Claramente uma promoção do território através dos eventos, das feiras temáticas, mas sempre ligados ao património, os passeios pedestres com as encenações históricas. Há uma vertente de promoção turística cultural forte. Que depois acaba por se associar com a parte económica porque, nesse município em concreto, sendo um município de pequena-média dimensão, tem ultimamente atraído grandes investimentos económicos e esse é de facto é um tema que também nos interessa e temos dado relevo.

Como descreve a relação com o gabinete de comunicação da Câmara de Proença-a-Nova? E quem é o interlocutor do Gabinete que fala consigo?

Neste momento, na primeira linha é Sónia Martins e quando ela não está quem nos atende remete-nos para outro colega que esteja disponível. Mas sempre que solicitamos alguma informação adicional, uma fotografia ou uma declaração nós temos quem nos ajude, temos uma grande disponibilidade nesta relação que acaba por ser muito saudável.

Na sua opinião, quais são as maiores dificuldades na relação que estabelece com o município de Proença-a-Nova?

Não digo uma dificuldade, mas às vezes há temas que gostava de tratar de outra forma e não consigo pela falta de tempo de agenda. Isso é mais um obstáculo mas não é culpa do município, é mesmo culpa dos nossos *timings* e às vezes não podemos estar em situações que gostaríamos de estar, como alguns colóquios, algumas situações diferentes das feiras e das apresentações das fábricas e de novos investimentos. Mas, às vezes é muito difícil a limitação que temos de tempo de participar nessas situações. Mas temos sempre a garantia que o gabinete de imprensa funciona e mesmo que seja preciso ligar ao Presidente temos sempre um canal aberto.

Como descreve o impacto da *Internet* na relação com as autarquias em geral e, em particular, com o município de Proença-a-Nova?

O município ganha muito na forma como tem o *site* organizado, por temas, por áreas, porque qualquer pessoa que o vá consultar consegue perfeitamente distinguir se quer explorar economia, etc. Às vezes também serve para nos dar dicas, tem a agenda mensal o que nos permite fazer alguns trabalhos de antecipação. Tento ir semanalmente ao *site* do município.

A Câmara Municipal de Proença-a-Nova também está presente nas redes sociais e numa aplicação, considera uma mais valia? Se sim, em que sentido?

Para o município estar em todas as plataformas só tem a ganhar com isso. É como a questão de nós, os jornais, em que já não chega só em papel, temos os *sites*, etc. E as Câmaras estarem em todas plataformas que possam é a melhor forma que têm de promoção, o que não substitui as notícias. Porque por vezes as pessoas pensam que porque está no *Facebook* já está dada a notícia. O que está dado é o mote para a notícia porque depois quando é tratada jornalisticamente acaba sempre por ser mais rica no conteúdo. Uns não substituem os outros, acaba é por haver uma complementaridade entre todos. A presença no maior número de plataformas será sempre uma mais valia.

Relativamente a esta presença digital que aspetos podiam ser melhorados no que diz respeito à relação com os *media* regionais? Não há sala de imprensa no *site*, sente essa necessidade quando o visita?

Acho que as notícias estão perfeitamente acessíveis e distinguimos perfeitamente o que é informação noticiosa do resto, nesse sentido está muito bem organizado. Se houvesse uma solução especificamente para a imprensa, poderia permitir-se dentro dos temas que estivessem colocados, colocar diretamente algumas questões específicas de cada notícia para que isso nos tornasse mais interativos. Ao invés de enviar *email* a pedir mais informações, se houvesse esse espaço poderia haver então um contacto mais rápido.

Quando os chegam as notas de imprensa e quando os tratam como notícias como fazem a passagem para o jornal, passam a nota de imprensa integralmente ou tratam-no?

Por acaso nos da câmara de Proença-a-Nova, por vezes é difícil darmos um tratamento porque eles vêm mesmo jornalisticamente corretos e às vezes é complicado. Mas tentamos sempre que não seja igual ao que nos enviam, dar sempre uma volta, começar por outro lado, pelo menos para tratar um bocadinho. Mas, de facto na Câmara de Proença-a-Nova, tratam as notas de imprensa de uma forma que já vem tão ordenada e tão correta que por vezes é difícil. Mas nunca sairá tal e qual, só corta e cola isso não.

**Entrevista a Carlos Ribeiro, diretor da *Rádio Condestável* e um dos fundadores da mesma em 1985.**

De uma forma geral como descreve a relação com os gabinetes de comunicação dos municípios?

A relação de uma forma genérica é boa. O gabinete do município não é mais do que uma fonte de informação. E a nossa relação é sempre o melhor possível.

Quanto à cobertura dos eventos de quem parte a iniciativa, da autarquia ou dos jornalistas?

É a redação que decide. A redação com autonomia ou o diretor de informação se for o caso disso. E dependendo da importância e do critério jornalístico, essa cobertura é ou não feita. É feita uma análise sobretudo na redação, independentemente do número de solicitações que aí possam chegar.

Que assuntos relacionados com os municípios costumam retratar com maior frequência? E, neste caso em particular, quais os temas que tratam com o município de Proença-a-Nova?

O município de Proença-a-Nova é um dos municípios da nossa região e nós tratamos a nossa região toda por igual. Nunca nos cingimos ao concelho onde estamos situados, que é a Sertã. Nós tratamos a região como um todo, penso que deve ser assim. Até porque temos pouca concorrência em termos de meios idênticos, nesta mesma região. Se uma empresa se sediar na nossa região e criar postos de trabalho, é claro que vamos dar destaque a este tipo de assuntos.

Com que regularidade divulga eventos promovidos pela Câmara Municipal de Proença-a-Nova?

A regularidade é diversa. Não se pode estabelecer aqui uma regularidade certa, nem percentualmente, nem por quantidade. Depende dos assuntos. Todos os assuntos são analisados pela redação e depois o consoante o critério que já temos estabelecido é que se dá ou não o respetivo tratamento e/ou prioridade.

Como descreve a relação entre a Rádio Condestável e o Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Proença-a-Nova?

É uma relação cordial, como qualquer outro gabinete de comunicação, mas sempre sujeita aos critérios da nossa redação.

Com que elemento do Gabinete de Comunicação e Promoção Turística da Câmara Municipal de Proença-a-Nova é que costuma ter mais contacto quando são precisas mais informações ou esclarecimentos?

Quando queremos mais esclarecimentos, temos duas hipóteses: ou falamos com o gabinete de comunicação, que por vezes não é o caminho mais direto, ou ligamos para os responsáveis do município, quer seja para o Presidente ou até para o Vereador que detenha este ou aquele pelouro consoante o evento ou notícia em causa.

Na sua opinião quais são as dificuldades que existem na relação com o Gabinete de Comunicação e Promoção Turística do município de Proença-a-Nova?

Não encontro dificuldades. Penso que é um gabinete de comunicação que funciona bem e, como tal, não encontro dificuldades que possa assinalar.

Na sua opinião acha que há algum aspeto que podia ser melhorado nesta relação?

Não consigo vislumbrar nenhum. É uma relação boa, a exemplo dos outros gabinetes de comunicação da região. Tenta sempre enviar para a comunicação social a informação que considera relevante, embora sabendo que esse gabinete, e todos os outros, são sempre sujeitos aos critérios da redação.

Sendo o contexto digital incontornável, como descreve o impacto na *Internet* na relação com as autarquias em geral? E, em particular, com o município de Proença-a-Nova?

Eu não sou um grande apologista dos meios digitais, designadamente das redes sociais. Vejamos, se todos acreditássemos nas redes sociais e deixássemos de acreditar na rádio difusão, então significava o seguinte: é que os meios digitais não dão retorno financeiro aos conteúdos que lá são inseridos. Veja-se que para termos jornalistas com carteira profissional, que é o nosso caso, e remunerados de acordo com a lei, isso significa que a informação produzida tem custos. E se tem custos nós não os podemos oferecer nas redes sociais ou pelo menos não prioritariamente, temos de fazê-lo sempre primeiro passar na rádio difusão, que é o nosso objeto principal, depois o nosso *site* e em último pelas redes sociais. Há neste momento, quer se queira quer não, uma forte concorrência nas redes sociais com as outras plataformas, sendo certo que isso também faz proliferar as *fake news* e faz proliferar informação sem qualidade e sem critérios deontológicos, que regem a profissão do jornalista.

A Câmara Municipal de Proença-a-Nova também tem o seu *site* institucional. Como avalia esse *site*? Costuma visitar?

Penso que é um *site* bastante atrativo, tal como os dos restantes municípios da região. Acho que é um *site* atrativo, bem constituído, que divulga o que o município faz e que corresponde às expectativas que se esperam de um município como o de Proença-a-Nova.

Além do seu *site* a Câmara Municipal de Proença-a-Nova também está presente noutros meios *online*, como o *Facebook* e o *Instagram*. E agora tem também uma aplicação. Considera esta aposta no *online* uma mais valia? Se sim, em que sentido?

Quem coloca a informação nesses sítios é porque pensa que vai ao encontro de muita gente e vai, de gente que percebe, de gente que não percebe, de gente que comenta, de gente não comenta. A Câmara Municipal, como qualquer outra entidade arrisca-se ao colocar qualquer conteúdo nas redes sociais a comentários menos abonatórios e por vezes completamente desregulados do ponto de vista legal, o que é mau. Eu sou um bocadinho cético em relação às redes sociais, mas acho que estas têm tanto de bom como de mau.

O *site* Câmara Municipal de Proença-a-Nova não tem uma sala de imprensa *online*, na sua opinião acha que faria sentido ter este espaço com conteúdos exclusivos para os jornalistas?

Não concordo minimamente com isso. Para mim fazer jornalismo é recorrer às fontes diretamente, não é esperar que as fontes nos enviem conteúdo. É aceder às fontes diretamente e há várias formas de o fazer: desde presencialmente, que é sempre preferível, quer nós nos desloquemos às fontes, quer as fontes se desloquem aos nossos estúdios, quer nós procurando o contacto com essas fontes via telefone. Agora é assim, a Rádio Condestável opta sempre por contactar as fontes. Nós não estamos à espera que nos façam chegar a informação toda trabalhada para não sairmos da rádio. A Rádio Condestável é uma rádio de exterior, por alguma razão.

## ANEXO 3 – NOTAS DE IMPRENSA E FOTOGRAFIA

### 1 – “Balanco Positivo na presença de Proença-a-Nova em Oviedo” – 28/11/2018



Milhares de pessoas visitaram o espaço dedicado ao concelho de Proença-a-Nova na feira “Sentir Portugal”, que se realizou entre 22 a 25 de novembro, no Palácio de Congressos da cidade espanhola de Oviedo. No stand proencense, os visitantes tiveram a oportunidade de degustar produtos típicos, que também estiveram disponíveis para venda, e conhecer as potencialidades turísticas e económicas, o património natural e cultural e as coordenadas com os pontos de interesse do concelho.

O presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, João Lobo, fez um balanço positivo desta participação, “que serviu para promover o território, enquanto destino e potência turística, incentivando a que mais pessoas nos visitem. Somos um território com poucas pessoas, mas ávido em acolher com um património cultural e gastronómico único”.

O autarca destacou ainda a reunião entre os empresários e autarcas portugueses com os seus homólogos das Astúrias, que se realizou no primeiro dia da feira, que foi “fundamental para criar pontes e novas sinergias entre os dois territórios, e para criar contatos para futuras parcerias”.

A bio empresa Proentia, que produz óleos essenciais 100% puros, obtidos por destilação com arrastamento de vapor de plantas aromáticas autóctones, também acompanhou a comitiva proencense. Sílvia Lopes, representante da empresa, mostrou-se satisfeita com a participação na feira, “que superou todas as expectativas, tanto a nível de vendas, como a de conhecimento e de contatos para futuros negócios”. O Grupo Coral de Proença-a-Nova

também marcou presença no certame com duas atuações, cantando também músicas tradicionais da região.

## 2 – “Sabores de Natal invadiram Pavilhão Municipal” – 17/12/2018



11 associações e 20 artesãos e produtores do concelho participaram na edição de 2018 do Mercado dos Sabores de Natal que decorreu no Pavilhão Municipal nos dias 15 e 16 de dezembro, com um balanço “muito positivo” na perspetiva do presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova. João Lobo destacou “o empenho de todos que contribuíram para que este evento tenha sido um sucesso. Através dos produtos promovemos as nossas tradições e os nossos recursos endógenos, contribuindo para uma maior afirmação do concelho, atraindo mais visitantes e turistas ao território e criando maior sustentabilidade”. O pavilhão foi, como em anos anteriores, invadido pelos sabores e aromas de Natal, onde as filhós, os coscoréis, as rabanadas e outros doces típicos foram mais uma vez presença obrigatória, havendo sugestões diversas para presentes natalícios.

O destaque do evento foram as duas sessões de Cozinha ao Vivo: a primeira realizou-se no sábado com a presença do Chef Rodrigo Castelo, vencedor do Troféu Portugal 2018, galardão que presta homenagem à cozinha portuguesa; na sessão do segundo e último dia do mercado, intitulada de “Casca, talos e sobras .... reutilize, reinvente e enriqueça a sua culinária”, o Chef Rui Lopes mostrou técnicas de aproveitamento de comida. Esta iniciativa foi realizada no âmbito do programa “Logística descarbonizada e economia circular para mercados tradicionais de frescos”, do Fundo Ambiental, com o objetivo de reduzir os

impactos ambientais e de diminuir o desperdício alimentar. Proença-a-Nova é um dos 22 concelhos abrangidos por este programa.

A animação musical ficou a cargo dos Resineiros e dos Ribeirinhos da Concertina e os mais pequenos tiveram a oportunidade de visitar a Aldeia de Natal e de estar com o Pai Natal e os seus ajudantes, com direito a pinturas faciais e muita animação, com várias interações com o público.

Paralelamente ao Mercado dos Sabores de Natal, realizou-se o 160º Passeio Pedestre: Natal Rota Gourmet, num percurso de 8,5 km que começou e terminou em São Pedro do Esteval e passou pelas aldeias da Murteirinha, Lameira D'Ordem e Palhota. Os 120 participantes tiveram a oportunidade de provar ao longo do percurso algumas iguarias, como a tiborna de azeite, as filhós, o peixe frito e os queijos, acompanhados por licores. Ainda houve a oportunidade de provar doces tradicionais daquela freguesia, como os nógados ou as filhós enroladas.

### 3 – “Escola Pedro da Fonseca participa no Parlamento dos Jovens” – 23/01/2019



Os alunos do 2º e 3º ciclo e do ensino secundário da Escola Básica e Secundária Pedro da Fonseca exerceram, no dia 21 de janeiro, o seu direito de voto para elegerem os colegas representantes que vão participar na sessão escolar do Parlamento dos Jovens. A escola Pedro da Fonseca é uma das 983 instituições de ensino que participa nesta iniciativa que este ano debate a temática das alterações climáticas, com enfoque na salvação dos oceanos (alunos do 2º e 3º ciclo) e no aquecimento global (ensino secundário).

Para além do ato eleitoral, o dia também ficou marcado pela presença da deputada à Assembleia da República Hortense Martins, pelo Partido Socialista, que esteve numa sessão com os alunos do ensino secundário daquele Agrupamento. Eleita pelo círculo distrital de Castelo Branco, mostrou-se satisfeita pela escolha do tema da edição deste ano, da responsabilidade dos alunos participantes na edição passada, o que demonstra que os jovens estão cada vez mais preocupados com as questões ambientais e que estão empenhados em mostrar soluções e alternativas de combate a este problema.

Hortense Martins destacou a sua participação como representante do Parlamento na 24ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, que se realizou na Polónia, no ano passado, e ainda abordou os impactos ambientais e custos elevados que as alterações climáticas têm provocado. A deputada explicou também o funcionamento do Parlamento Português, desde as competências do deputado às Comissões

Parlamentares, frisando o papel do Presidente da Assembleia da República como segunda figura do Estado Português e a importância do direito de voto.

Após os debates escolares, agendados para 23 de janeiro na escola Pedro da Fonseca, seguem-se as sessões distritais, sendo que o debate entre os alunos do distrito de Castelo Branco será a 19 de fevereiro. Daí sairão as propostas e os “deputados” que irão representar o distrito na sessão nacional do Parlamento dos Jovens que será na Assembleia da República, no mês de maio: 6 e 7 de maio para o ensino básico e 20 e 21 de maio para o ensino secundário.

4 – “Secretário de Estado das Florestas valoriza trabalho dos sapadores florestais” –  
28/01/2019



O Secretário de Estado das Florestas e do Desenvolvimento Rural, Miguel João de Freitas, esteve no dia 25 de janeiro a acompanhar os trabalhos de limpeza na rede primária de defesa da floresta contra incêndios pela Brigada de Sapadores Florestais da Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa (CIMBB), perto da aldeia das Fórneas, zona onde convergem os limites dos concelhos de Proença-a-Nova, Oleiros e Castelo Branco. O governante, acompanhado pelos presidentes das Câmaras Municipais de Proença-a-Nova e Oleiros, João Lobo e Fernando Jorge respetivamente, e pelos técnicos dos Gabinetes de Proteção Civil e Florestas dos dois concelhos, valorizou “o trabalho desenvolvido no ano passado entre a Secretaria de Estado e as Comunidades Intermunicipais do país para a criação destas Brigadas de Sapadores Florestais”. Até agora estão constituídas 19 brigadas que, em 2019, irão realizar limpeza em 1.500 quilómetros da rede primária a nível nacional. Miguel João de Freitas enaltece que “graças a esse trabalho, já foi possível planear em conjunto com todos os municípios da CIMBB quais as intervenções a serem feitas este ano”.

O Secretário de Estado deixou a garantia de que “iremos negociar com os proprietários dos terrenos florestais situados nestas faixas aquilo que são as suas perdas de rendimento e como os podemos compensar deste serviço público que está a ser feito. Para o que temos pensado fazer este ano, estão previstos cerca de seis milhões de euros para pagar servidões”.

Ainda sobre estas redes primárias, anunciou que "vamos deixar de ter planeamento anual para passar a ter planeamento plurianual. Foi destinada a toda a rede primária estruturante uma verba de 16 milhões de euros para os próximos quatro anos".

A Brigada da CIMBB, composta por 15 elementos, está a abrir uma faixa de 26 metros na zona das Fórneas que foi detetada pelo Gabinete Técnico Florestal Intermunicipal como área prioritária por ser “muito arborizada, não arde desde 2013 e o material combustível está a crescer”, como referiu o secretário de Estado, sendo que em 10 quilómetros serão limpos 260 hectares.

O vice-presidente da CIMBB, e presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, anunciou que a Comunidade “teve a candidatura para uma segunda Brigada de Sapadores aprovada pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, sendo que a CIMBB passará a ter ao seu dispor uma brigada afeta aos concelhos de Proença-a-Nova, Oleiros e Vila Velha de Ródão e outra aos concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova e Penamacor, num total de 30 operacionais no terreno”. João Lobo refere ainda que “as duas brigadas podem ser ligadas de acordo com os planos de ação feitos pelos Gabinetes Técnicos de cada concelho e o da CIMBB e depois definir-se-á a questão da operacionalidade das duas brigadas em conjunto”.

No final da visita, o autarca convidou o Secretário de Estado para o acompanhar até à ação de sensibilização sobre defesa da floresta contra incêndios que se realizou no Padrão. Miguel João de Freitas deixou elogios ao projeto-piloto lançado pelo Município, referente aos apoios para a gestão de combustível nas faixas de proteção, que vai incentivar os proprietários dos terrenos aí localizados a juntarem-se e a Câmara Municipal irá colaborar na gestão destes espaços, sugerindo e oferecendo espécies autóctones mais resilientes ao fogo e disponibilizando eventual apoio de meios mecânicos para a plantação, dizendo que “seria uma excelente iniciativa para ser aplicada a nível nacional”.

1 – “Autarquia faz balanço positivo da presença de Oviedo” – Jornal Povo da Beira, 5 de dezembro de 2018

Edição 1287 | Quarto-feira  
www.povoabeira.pt | 05 de dezembro de 2018

Povo da Beira Proença-a-Nova 11

## Espaço do Cidadão disponibiliza novo serviço para pessoas com mais de 60 anos



Os balcões dos Espaços Cidadão do concelho de Proença-a-Nova disponibilizam um novo serviço a todas as pessoas com mais de 60 anos que podem agora renovar o seu cartão de cidadão

Os balcões dos Espaços Cidadão do concelho de Proença-a-Nova disponibilizam um novo serviço a todas as pessoas com mais de 60 anos que podem agora renovar o seu cartão de cidadão nestes pontos, à semelhança daquilo acontece nos postos e nível nacional, estando à sua disposição até ao Registo Civil. Até agora já era possível cancelar o mesmo documento em caso de perda ou furto, assim como proceder à alteração de morada ou apelido.

Renovar a carta condução, recuperar certidões, marcar renovação de autoção de residência para cidadãos estrangeiros, pedir o cartão europeu de seguro de doença,

submeter candidaturas ao Ponto 65 ou enviar documentos para a ADSE, são alguns dos serviços já disponibilizados em todos os Espaços Cidadão existentes no concelho e que resultam do protocolo celebrado entre a Agência de Modernização Administrativa (AMA), a Câmara Municipal de Proença-a-Nova e a União de Freguesias de Proença-a-Nova e Feral.

Estes pontos integram uma rede complementar às das Lojas de Cidadão e têm como objetivo facilitar o acesso dos cidadãos a serviços da administração pública, poupando tempo e deslocações desnecessárias.

Além disso, é também possível o pagamento de qualquer taxa que

tenha uma referência multibanco (água, luz ou telefonia, por exemplo) através do MB Spot.

Em Proença-a-Nova, o Espaço do Cidadão funciona na Junta de Freguesia de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 12h30 e das 13h30 às 16h30; enquanto na Sobrieda Formosa funciona no Polo da Biblioteca Municipal, às segundas-feiras das 14 horas às 17h30 e de terça a sábado das 9h30 às 12h30 e das 14 horas às 17h30.

Nos Montes da Senhora, o Espaço do Cidadão funciona também no Polo da Biblioteca Municipal, de terça a sexta-feira, das 15h às 19 horas e sábados das 14h às 18 horas.

## Autarquia faz balanço positivo da presença em Oviedo



O concelho de Proença-a-Nova contou com um espaço – visitado por várias pessoas – na feira “Senhor Portugal”, que se realizou entre 22 a 25 de novembro, no Palácio de Congressos da cidade espanhola de Oviedo.

No stand proençense, os visitantes tiveram a oportunidade de degustar produtos típicos, que também estiveram disponíveis para venda, e conhecer as potencialidades turísticas e económicas, o património natural e cultural e as coordenadas com os pontos de interesse do concelho.

O presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova, João Lobo, fez um balanço positivo deste participação, “que serviu para promover o território, enquanto destino e potencia turística, incentivando a que mais pessoas nos visitem. Somos um território com poucas pessoas, mas avido em acolher com um património cultural e gastronómico único”.

O autarca destacou ainda a reunião entre os empresários e autarcas portugueses com os seus homólogos das Astúrias, que se realizou no primeiro dia da feira, que foi fundamental para criar pontes e novas sinergias entre os dois territórios, e para criar contactos para futuros negócios.

A bio empresa Proentia, que produz óleos essenciais 100% puros, obtidos por destilação com arrastamento de vapor de plantas aromáticas autóctones, também acompanhou a comitiva proençense.

Silvia Lopes, representante da empresa, mencionou-se satisfeita com a participação na feira, “que superou todas as expectativas, tanto a nível de vendas, como a de conhecimento e de contactos para futuros negócios”.

O Grupo Coral de Proença-a-Nova também marcou presença no certame com duas atuações, cantando também músicas tradicionais da região.

## Proença-a-Nova adere a programa para reduzir os impactos ambientais

Proença-a-Nova é um dos 22 concelhos do país abrangidos pelo programa “Logística Descarboxinada e economia circular para mercados tradicionais de feiras”, do Fundo Ambiental, com o objetivo de reduzir os impactos ambientais e de diminuir o desperdício alimentar.

A assinatura dos contratos foi feita no dia 20 de novembro, em Torres Novas, e contou com a presença do Ministro do Ambiente, João Pedro Matos Fernandes, do Secretário de Estado Adjunto da Mobilidade, José Mendes, e dos autarcas que integram o projeto, entre os quais o vice-presidente da Câmara Municipal, João Mano.

A candidatura, promovida pelo Município, tem um mon-

tante aprovado de cerca de 21 mil euros e passa pela aquisição de uma “Unidade Móvel de Venda, Divulgação e Sensibilização”, ou seja, um stand ambulante que servirá para a sensibilização ambiental perante clientes e comerciantes e para fomentar a promoção dos produtos locais da marca PROENÇA-A-NOVA ORIGEM em feiras, mercados e outros eventos.

Também serão adquiridos dois ecopostos, que vão ser instalados no Mercado Municipal, e os respetivos sacos de lixo ecológicos, e ainda dois caixotes para resíduos orgânicos que, depois da compostagem, serão usados como fertilizante nos jardins do concelho e na produção de plantas aromáticas e me-



dicais do Projeto BioAromas. Com o intuito de reduzir/eliminar o plástico, serão adquiridos sacos e embalagens reutilizáveis.

Neste âmbito, serão ainda realizadas três ações de sensibilização: um “Café de Ciência”, no Centro Científico Viva da Floresta, no dia 8 de dezembro, destinado ao público em geral e que

contará com o contributo da especialista Anabela Maria Azul, que irá abordar o impacto que os hábitos diários têm no meio ambiente e alertar para o consumo de alimentos locais e da época; uma ação virada para os consumidores e comerciantes, que será realizada no Mercado dos Sabores de Natal, no dia 16 de dezembro, com o objetivo

de sensibilizar para o consumo de produtos locais e da época e alertar quanto aos desperdícios alimentares e para a redução no uso de plásticos; e, por último, destinadas aos alunos, nas cantinas escolares, em janeiro de 2019, para alertar para os hábitos de redução do consumo de plástico, em casa e na escola, e para o seu reaproveitamento de restos alimentares usados, produzidos para o meio ambiente.

Este projeto é financiado pelo Fundo Ambiental, criado em 2016 pelo Ministério do Ambiente para apoiar políticas ambientais para o desenvolvimento sustentável, contribuindo para o cumprimento dos objetivos e compromissos nacionais e internacionais.

29 | 6 DEZEMBRO 2018

PROENÇA-A-NOVA EM OVIEDO

# Balanço positivo para presença proencense

Milhares de pessoas visitaram, de 22 a 25 de novembro, o espaço dedicado ao concelho de Proença-a-Nova na feira "Sentir Portugal", que se realizou no Palácio de Congressos da cidade espanhola de Oviedo. No stand proencense, os visitantes tiveram a oportunidade de degustar produtos típicos, que também estiveram disponíveis para venda, e conhecer as potencialidades turísticas e económicas, o património natural e cultural e as coordenadas com os pontos de interesse do concelho.

O presidente da Câmara de Proença-a-Nova, João Lobo, fez um balanço positivo desta participação, que serviu para promover o território, enquanto destino e património turístico, incentivando a que mais pessoas nos visitem.

Somou um território com poucas pessoas, mas vindo de um seithler com um património cultural e



Milhares provarão sabores de Proença

gastronómico único". O autarca destacou ainda a reunião entre os empresários e autarcas portugueses com os seus homólogos das Astúrias, que se realizou no primeiro dia da feira, que foi fundamental para criar pontes e novas sinergias entre os dois territórios, e para criar contactos para

futuras parcerias". A bio empresa Proentia, que produz doces escaldados 100 por cento puros, obtidos por destilação com arrastamento de vapor de plantas aromáticas autóctonas, também acompanhou a comitiva proencense. Sílvia Lopes, representante da empresa, mostrou-se satisfeita

com a participação na feira, "que superou todas as expectativas, tanto a nível de vendas, como a de conhecimento e de contactos para futuros negócios". O Grupo Conal de Proença-a-Nova também marcou presença no certame com duas situações, cantando também músicas tradicionais da região.

R, SOCIEDADE



EDANHA-A-NOVA

## Freguesia de Penha Garcia entrega bolsas de mérito

A Junta de Freguesia de Penha Garcia entregou no passado sábado, dia 1 de dezembro, os certificados das bolsas de mérito aos melhores estudantes da localidade, numa iniciativa que visa promover o sucesso escolar de crianças e jovens. Anualmente, as bolsas são atribuídas aos dois melhores alunos de cada nível de ensino, desde o ensino primário ao ensino superior.

As bolsas de mérito destinam-se a alunos que estudem em Penha Garcia, no caso do ensino primário, bem como a estudantes com residência nesta localidade. Na cerimónia, o presidente da Junta de Freguesia, Raül Antunes, manifestou-se satisfeito com os resultados desta iniciativa e garantiu que irá continuar a apoiar os jovens, que são o futuro de Penha Garcia e do concelho de Idanha-a-Nova, atribuindo bolsas de mérito durante o seu mandato.

PROENÇA-A-NOVA

## Combate ao desperdício alimentar e ao plástico

Proença-a-Nova é um dos 22 concelhos abrangidos pelo programa "Logística deca ambientalizada e economia circular para mercados tradicionais de frescos", do Fundo Ambiental, com o objetivo de reduzir os impactos ambientais e de diminuir o desperdício alimentar. A assinatura dos contratos foi feita em Torres Novas e contou com a presença do Ministro do Ambiente, João Pedro Passos Figueiredo, do secretário de Estado Adjunto e da Mobilidade, José Mendes, e dos autarcas que integram o projeto, entre os quais o vice-presidente da Câmara, João Mano.

A candidatura, promovida pelo município, tem um montante aprovado de cerca de 21 mil euros e passa pela aquisição de uma "Unidade Móvel de Venda, Divulgação e Sensibilização", ou seja, um stand ambulante que servirá para a sensibilização ambiental perante clientes e comerciantes e para efetuar a promoção dos produtos locais da marca Proença-a-Nova Origem.

Serão também adquiridos dois depósitos, que vão ser instalados no Mercado Municipal e os respetivos sacos de lixo ecológicos, e ainda dois caixões para resíduos orgânicos que, depois da compostagem, serão usados como fertilizante nos jardins e na produção de plantas aromáticas e medicinais do

Projeto BioÁrmas. Com o uso de reutilizar/eliminar o plástico, serão adquiridos sacos e embalagens reutilizáveis. Neste âmbito, serão ainda realizados três ações: um "Café de Ócio", no Centro Cultural Vila da Floresta, dia 8, destinado ao público em geral e que contará com a participação de especialistas Anabela Miras Amil, que irá abordar o impacto que os hábitos diários têm no meio ambiente e alertar para o consumo de alimentos locais e da época, uma ação virada para os consumidores e comerciantes, que será realizada no Mercado dos Sabores de Natal, no dia 16, com o objetivo de sensibilizar para o consumo de produtos locais e da época e alertar quanto aos desperdícios alimentares e para a redução no uso de plásticos e por último, destinadas aos alunos, nas escolas, em janeiro de 2019, para alertar para os hábitos de redução do consumo de plástico, em casa e na escola, e para o mais reaproveitamento de alimentos usados.

Este projeto é financiado pelo Fundo Ambiental, criado em 2016 pelo Ministério do Ambiente para apoiar políticas ambientais para o desenvolvimento sustentável, contribuindo para o cumprimento dos objetivos e compromissos nacionais e internacionais.

**DESCOTOS de até 300€**  
em motosserras

**OUTONO 2018-2019**

Oferta válida até 31/01/2019

**NOVIDADE**

**189€**

POUPA 60€  
ANTES 249€

**HUSQVARNA 120 MARK II**



**SOPRADOR HUSQVARNA 125B**



**PROMOÇÃO**

**229€**

POUPA 40€  
ANTES 269€

**motocastelo**  
Comércio e Reparação de Motociclos e Acessórios, Lda.

Área de Localização Empresarial - Rua D - L 72  
6000-459 CASTELO BRANCO

T/F: 272 345 946 • geral@motocastelo.com  
www.motocastelo.com



**Husqvarna**  
TOGETHER WE CAN SAVE

10

SOCIEDADE

Espaço do Cidadão

## Novos serviços activos



Os balcões dos Espaços do Cidadão do concelho de Proença-a-Nova disponibilizam um novo serviço a todas as pessoas com mais de 60 anos que podem agora renovar o seu cartão de cidadão nestes pontos, à semelhança daquilo que acontece nos postos a nível nacional, evitando a sua deslocação até ao Registo Civil. Até agora já era possível cancelar o mesmo documento em caso de perda ou furto, assim como proceder à alteração de nome ou apelido.

Renovar a carta de cidadão, requisitar certidões,

marcar renovação de naturalização de residência para cidadãos estrangeiros, pedir o cartão europeu de seguro de doença, submeter candidaturas ao Portal 65 ou enviar documentos para a ADSE, são alguns dos serviços já disponibilizados em todos os Espaços do Cidadão existentes no concelho e que resultam do protocolo celebrado entre a Agência de Modernização Administrativa (AMA), a Câmara Municipal de Proença-a-Nova e a União de Freguesias de Proença-a-Nova e Penal. Estes pontos integram

uma rede complementar às das Lojas do Cidadão e têm como objetivo facilitar o acesso dos cidadãos a serviços de administração pública, poupando tempo e deslocações desnecessárias. Além disso, é também possível o pagamento de qualquer taxa que tenha uma referência multibanco (água, luz ou telefone, por exemplo) através do MB Spot.

Em Proença-a-Nova, o Espaço do Cidadão funciona na Junta de Freguesia de Segurda a sexta-feira, das 9h30 às 12h30 e das 13h30 às 16h30; em Sobreira Formosa funciona no Polo da Biblioteca Municipal, às segundas-feiras das 14h às 17h30 e de terça a sábado das 9h30 às 12h30 e das 14h00 às 17h30; em Memas da Saboia, o Espaço do Cidadão funciona também no Polo da Biblioteca Municipal, de terça a sexta-feira, das 15h00 às 19h00 e sábados das 14h00 às 18h00.

Proença-a-Nova

10 de Dezembro de 2018

Pinheiros de Proença enfeitam Natal de Lisboa

## Câmara oferece pinheiros e recolhe bens para os bombeiros



A Câmara de Proença-a-Nova oferece à Junta de Freguesia de Benfica, em Lisboa, 170 pinheiros provenientes das limpezas florestais realizadas pelas equipas de sapatões no concelho.

Os pinheiros foram entregues à Junta de Freguesia de Benfica no dia 29 de novembro e serão distribuídos “pelos comercios locais da freguesia que vão decorar e iluminar o árvore de Natal. Simultaneamente, entre 5 de dezembro e 6 de janeiro, irão promover uma campanha de recolha de donativos que revendem para a Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Proença-a-Nova,” adianta a Câmara numa nota enviada à comunicação social. Desta limpeza florestal, e como tem acontecido em anos anteriores, a população pode recolher gratuitamente o seu pinheiro de Natal no Centro Ciência Viva da Floresta, numa parceria com a Associação de Produtores Florestais que tem

realizado as operações de limpeza. A mesma nota adianta ainda que este ano, e no âmbito do Ano Municipal da Floresta, “estão a ser oferecidos pinheiros mochos para plantação, reforçando a importância da reforestação e incentivando a contribuição para a renovação do pinhal”.

Indo também ao encontro deste espírito natalício, o Centro Ciência Viva da Floresta entregou um pinheiro a entidades e associações do concelho, desafiando-as a enfeitarem a árvore de Natal com características próprias de cada organização. O resultado final será exposto no Mercado de Sabores do Natal, nos dias 15 e 16 de dezembro, que decorre no Pavilhão Municipal entre as 15h00 e a meia-noite (no sábado) e as 11h00 e 18h00 (no domingo).

**Talho do PEREIRA**  
Carnes Verdes Salgadas e Fumadas

Ferretilo Pereira & Teresa Silva - Comércio de Carnes e Derivados, Lda  
Tlf: +351 211 963 555 431 Telf./Fax: 274 673 131  
talhodoperreira@grupo.pt  
Rua de Santa Cruz, 111 - 8150-224 PROENÇA-A-NOVA

Deseja a todos os estimados clientes e amigos  
**FELIZ NATAL E PRÓSPERO ANO NOVO**

www.facebook.com/alojadachris  
email: alojadachris@gmail.com  
www.instagram.com/alojadachris

Rua de Santa Cruz, 774, 8150-224, Proença-a-Nova | Contacto: 211 963 555 / 274 673 131

Deseja a todos os estimados clientes e amigos  
**FELIZ NATAL E PRÓSPERO ANO NOVO**

## Proença na feira de Oviedo



O concelho de Proença-a-Nova marcou presença na feira “Sentir Portugal”, que se realizou entre os dias 22 e 25 de novembro, no Palácio de Congressos da cidade espanhola de Oviedo.

No stand proençense, os visitantes tiveram a oportunidade de degustar produtos típicos, que também estiveram disponíveis para venda, e conhecer as potencialidades turísticas e económicas, o património natural e cultural e as coordenadas com os parceiros de interesse do concelho.

O presidente da Câmara Municipal de Proença-a-Nova fez um balanço posi-

tivo desta participação: “serviu para promover o território, enquanto destino e polo turístico, incentivando à que mais pessoas nos visitem. Somos um território com poucas pessoas, mas ávido em trabalhar com um património cultural e gastronómico único”.

O stand destacou ainda a relação entre os empresários e sistemas portugueses com os seus homólogos das Astúrias, que se realizou no âmbito da feira, encontro que, segundo João Leão, foi “fundamental para criar pontes e novas sinergias entre os dois territórios, e para criar condições para futura parceria”.

A bo empresa Proentia, que produz óleos essenciais 100% puros, obtidos por destilação com tratamento do vapor de plantas aromáticas autóctones, também acompanhou a comissão proençense. Silvia Lopes, representante da empresa, mostrou-se satisfeita com a participação na feira: “superou todas as expectativas, tanto a nível de vendas, como a de conhecimento e de contactos para futuras negociações”. O Grupo Coral de Proença-a-Nova também marcou presença no certame com duas associações, cantando também missas tridimensionais da região.



Proença-a-Nova

## Mercado dos Sabores de Natal com balanço “muito positivo”

O balanço do Mercado dos Sabores de Natal, que decorreu nos dias 15 e 16 de dezembro, no Pavilhão Municipal de Proença-a-Nova, foi “muito positivo”, na perspectiva do presidente da Câmara Municipal.

Na edição deste ano, o certame contou com a participação de 11 associações e 20 artesãos e produtores do concelho.

João Lobo destacou “o empenho de todos que contribuíram para que este evento tenha sido um sucesso. Através dos produtos promovemos as nossas tradições e os nossos recursos endógenos, contribuindo para uma maior afirmação do concelho, atraindo mais visitantes e turistas ao território e criando maior sustentabilidade”.

O pavilhão foi, como em anos anteriores, invadido pelos sabores e aromas de Natal, onde as filhas, os doces, as rabanadas e

outras doces típicas foram mais uma vez presença obrigatória, havendo sugestões diversas para presentes natalícios.

O destaque do evento foram as duas sessões de Cozinha ao Vivo: a primeira realizou-se no sábado, dia 15, com a presença do Chef Rodrigo Castelo, vencedor do Troféu Portugal 2018, galardão que presta homenagem à cozinha portuguesa.

Na sessão do segundo e último dia do mercado, intitulada de “Casca, talos e sobras...”, o objetivo foi de diminuir o desperdício alimentar. Proença-a-Nova é um dos 22 concelhos abrangidos por este programa.

A animação musical ficou a cargo das Reseiras e dos Ribeirinhos da Concertina e os mais pequenos tiveram a oportunidade de visitar a Aldeia de Natal e de estar com o Pai Natal e os seus ajudantes, com direito



a penturas faciais e muita animação, com várias interações com o público.

Paralelamente ao Mercado dos Sabores de Natal, realizou-se o 16.º Passeio pedestre Natal Rosa Gourmet, num percurso de 8,5 km que começou e terminou em São Pedro do Estival e passou pelas aldeias de Murteirinha, Lameira, D. Dri-

dem e Palbota.

Os 120 participantes tiveram a oportunidade de provar ao longo do percurso algumas iguarias, como a ribomba de azeitona, as filhas, o peixe frito e os queijos, acompanhados por licenças. Ainda houve a oportunidade de provar doces tradicionais da região, como os rógados ou as filhas enroladas.

**PROF. DRAME** - Astrólogo - Grande Médium Vidente  
ESPIRITUALISTA GENÉTISTA INTERNACIONAL

Essencialidade de todos os trabalhos realizados, resultados rápidos em apenas 3 dias. Você tem um problema? Venha consultar-me. 15 anos de experiência graças ao seu dom hereditário que resolve todos os seus problemas mesmo os casos mais desesperados: amor, proteção, fidelidade absoluta entre outros. Retorno imediato ao contacto com a pessoa que ama. Espiritualidade sexual, concórdia, acordos, cura de doenças desconhecidas, facilidade de pagamento ou pagamento desde do resultado, dependendo da sua possibilidade.

Rua da Mina nº26, 3ºDH - 6000 - 170 Castelo Branco  
TLM.: 926 222 365

**A Junta de Freguesia das Sarzedas**  
Deseja um Feliz Natal e um Próspero Ano Novo

CASTELO BRANCO  
NATUREZA, SABOR E CULTURA

**PASSAGEM DE ANO 2019**  
**NOITE MÁGICA 360º**  
NA BEVESAL

22h00 DJ TOZO  
22h30 DJ JOÃO VAZ  
00h ESPETÁCULO PIROMUSICAL 360º  
00h10 DJ RIDE



**OPTICA JACINTO**  
Óculos que oitavam pelos seus olhos desde 1975

SERTÁ PROENÇA-A-NOVA  
CARRILLO, GRANDE ZAVAREM, GRANDE

# O Concelho de Proença-a-Nova



Comunidade Municipal de Proença-a-Nova

Director: Pe. Virgílio Martins, C.P.S.
Quintessima, N.º 810
Ano XLIV
25 de Dezembro de 2018
Página: 1,00€ CIVA



Boas Festas

EDITORIAL

## É Natal...

**P**erto de Natal, andamos todos muito apressados. O tempo de advaço é um tempo explosivo. Andamos o maluco, pois a esplosão está tão perto. É Natal... Temos feito alguma preparação espiritual para viver o verdadeiro Natal?! A liturgia apresenta a Virgem Maria dizendo que se põe a caminho... apressadamente.

Se procurarmos um motivo para a pressa de Maria ficamos decepcionados ao encontrar a banalidade deste "saudou Isabel". Porquê tanta apressada para isto?! Maria desconcerta as nossas viagens de "negócios", as nossas regicções em ir aqui e ali, com o vulto, aparentemente tão idílico, de uma santidade, de um sorriso, de um brilho do olhar, que merecem os maiores cuidados do caminho.

A pressa de Maria transporta a pressa de Deus. Depois de experimentar Deus que vem ao encontro da humanidade, Maria vai ao encontro da fragilidade de Isabel. É um desafio para viver o verdadeiro Natal assumir a atitude de ir ao encontro da fragilidade daqueles que nos rodeiam. Por interesse de sua Mãe, Jesus começa aqui como que sob a sua forma de vida frágil ("...vamos a outras cidades e vilas...") ao encontro do coração sedento de ser humano. Ele convidava-nos a péssimo a caminho, cruzar com o castro a sua vida nos tempos, em pensamento da sua dor, socorro de sua indignação, consolo no meio de sua solidão, acentando uma alegria inilível: o Senhor está conosco! Ele é o Emanuel. Como Maria, aquele que está habitado por Jesus não pode adormecer no sono da indiferença, do comodismo ou do estatuto... leva Jesus até onde houver sede de Deus.

Celebrar o Natal é escolher amar de Deus e deixar que ele nos festeje e se faça vida em nós. Vida pronta para ser partilhada em palavras e em gestos concretos e gerar mais vida.

Maria é "trouxa", diz Isabel. Ela ensina-nos a face do êxito: a desceitosa de que o ouro é uma palavra bela de Deus. Experimentemos fazer e legar assim o mundo ficando cheio de palavras belas. É Natal.

Pe. Luís Barradas

**Padre em Greve**  
**Igreja fechada**

Pág. 3

**Concerto de Natal**

Pág. 7

\*\*\*

**Festa da Palavra**

Pág. 6

\*\*\*

**Mercado Sabores de Natal**

Pág. 10



**FELIZ NATAL**  
é um 2019 cheio de saúde

**FISIART**

1. Clínica de fisioterapia  
2. Centro de reabilitação  
3. Centro de diagnóstico por imagem

Rua da Serra Cruz, 889/2  
6150-424 Proença-a-Nova Portugal

Tel: 274 671 517  
Fax: 060 270 046

scspizarro@vodafone.com



**Cascalheira & Filhos, Lda**  
TRACTORES | MOTOS | BICICLETAS | MOTOSERRAS

**YAMAHA STIHL**

**VENDA E ASSISTÊNCIA TÉCNICA**

Sede: Zona Industrial, Lote 16 - 6150-516 PROENÇA-A-NOVA  
Tel. 274 672 651 - Tlms.: 93 239 28 20 / 933 411 819  
www.cascalheiraefilho.pt / e-mail: cascalheiraefilho@gmail.com

Boas Festas



**Tize**

960270046 / 967586875  
375 471 071  
arteflor@arteflor.com  
Rua Dr. Augusto Di Cássia, nº 4 - 6150-516 Proença-a-Nova



**Arté Flor**

960270046 / 967586875  
375 471 071  
arteflor@arteflor.com  
Rua Dr. Augusto Di Cássia, nº 4 - 6150-516 Proença-a-Nova





9 – Capa do Jornal *O Concelho de Proença-a-Nova* de 25 de janeiro de 2019, com destaque do Parlamento dos Jovens



**OPTICA JACINTO**  
Olhos que olham pelos seus olhos desde 1975.

O Concelho de

# Proença-a-Nova



SERVIÇO MUNICIPAL DE SAÚDE

PROENÇA-A-NOVA

Director: Dr. Vítor Martins, C.P.P.S.

Quincenal nº 821

Ano XLIV

25 de Janeiro de 2019

Preço: 1,80 € IVA

**Soul Brothers Empire**  
Pág. 7

\*\*\*

**Acções de sensibilização movimentam Concelho**  
Pág. 9

\*\*\*

**Jovens deputados eleitos**  
Pág. 10

\*\*\*

**Jornadas de Parcerias**  
Pág. 11

\*\*\*

**Estágios PEPAL**  
Pág. 12

\*\*\*

**ETAR de Proença duplica capacidade**  
Pág. 13

\*\*\*

**Desporto**  
Pág. 15

## JMJ 2022 em Portugal?



JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

### PANAMÁ 2019

22 A 27 DE JANEIRO

"Bis aqui a serva do Senhor. Faça-se em mim segundo a tua palavra"  
Lc 1,38



"Deixemos a surpresa para o tempo dela"

Pág. 6



Pág. 3

**Buffet**  
aos Domingos





Solo para Casamentos, Batizados & Outros Eventos

Av. Espírito Santo, n.º 14  
4120-214 Cardão  
www.solar-moinho.com

www: +351 969 512 632 || +351 274 066 505

10

SOCIEDADE

Parlamento de Jovens

## Jovens Deputados eleitos



Os alunos do 2º e 3º ciclo e do ensino secundário da Escola Básica e Secundária Pedro da Fonseca exerceram, no dia 23 de janeiro, o seu direito de voto para elegerem os colegas representantes que vão participar na sessão escolar do Parlamento dos Jovens. A escola Pedro da Fonseca é uma das 983 instituições de ensino que participa nas iniciativas que este ano debate a temática das alterações climáticas, com enfoque na

salvação dos oceanos (alunos do 2º e 3º ciclo) e no aquecimento global (ensino secundário). Para além do ato eleitoral, o dia também ficou marcado pela presença da deputada à Assembleia da República Hortense Martins, pelo Partido Socialista, que esteve numa sessão com os alunos do ensino secundário daquele Agrupamento. Ela, na qualidade de representante do Distrito de Castelo Branco, mostrou-se satisfeita pelos escolhos do

tema da edição deste ano, da responsabilidade dos alunos participarem na edição passada, o que demonstra que os jovens estão cada vez mais preocupados com as questões ambientais e que estão empenhados em mostrar soluções alternativas de combate a este problema.

Hortense Martins destacou a sua participação como representante do Parlamento na 24ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações

Unidas sobre Mudança do Clima, que se realizou na Polónia, no ano passado, e ainda abordou os impactos ambientais e custos elevados que as alterações climáticas têm provocado. A deputada explicou também o funcionamento do Parlamento Português desde as competências do deputado às Comissões Parlamentares, ficando o papel do Presidente da Assembleia da República como segunda figura do Estado Português e a importância do direito de voto.

Após os debates escolares, agendados para 23 de janeiro na escola Pedro da Fonseca, seguem-se as sessões distritais, sendo que o debate entre os alunos do distrito de Castelo Branco será a 19 de fevereiro. Daí serão as propostas e os “deputados” que não representam o distrito na sessão nacional do Parlamento dos Jovens que será na Assembleia da República, no mês de maio. 5 e 7 de maio para o ensino básico e 20 e 21 de maio para o ensino secundário.

Proença-a-Nova

25 de janeiro de 2019

Opinião

## A urgente reorganização administrativa do território

Atualmente, departamentos com uma necessidade urgente de uma reorganização administrativa do território. Já não podemos estar com meias patavias, temos de ser a coragem de assumir que ela tem de ser feita.



Daniela José

Proença-a-Nova pertence ao Distrito de Castelo Branco, à Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro e à Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa. Confusos? Todos estes órgãos são aglomerados de municípios mas apresentam diferentes funções. Os distritos, neste momento, quase só servem para eleger deputados, articularem a proteção civil e as forças de segurança e acolher os serviços descentralizados. As Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional têm autonomia administrativa e financeira, mas os seus Presidentes estão dependentes de nomeação pela tutela e, por último, as Comunidades Intermunicipais, que se apresentam como gestoras de fundos comunitários, estão mal delineadas e não têm legitimidade eleitoral direta dos cidadãos, dado que cada Presidente de Câmara é automaticamente membro do Conselho Intermunicipal.

Sabemos que, nos últimos anos generalizou-se a cooperação intermunicipal, tendo esta sido impulsionada pela candidatura a fundos comunitários e não muitas vezes pelas positivas ganhos de escala que podem ocorrer, seja pela melhoria da qualidade e diversidade na oferta de bens e serviços às comunidades. De notar ainda que, municípios de pequena dimensão populacional, como é o caso do nosso concelho, encontram-se impossibilitados de captar as economias de escala oferecidas por grande número de bens e serviços. Tendo neste momento duas soluções possíveis, fusões municipais e a cooperação intermunicipal.

Mas por outro lado temos as CIM. De notar que Proença-a-Nova faz parte da Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa, a mais pequena do país, da qual fazem parte mais cinco concelhos, Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor, Oleiros e Vila Velha de Ródão. Na sua globalidade serve uma população de 89 063 habitantes.

Estas comunidades devem no seu seio agrupar municípios em que exista um mesmo territorial ou uma especificidade e, olhando para a composição atual, percebemos que há uma grande necessidade de reestruturação. Primeiro, há uma necessidade de agrupar realidades sociais e demográficas idênticas, de forma a que as políticas a aplicar possam ter um elo de ligação, permitindo assim resolver problemáticas idênticas.

E, porque não passarem estas a ter competências próprias em áreas como a saúde e a educação, que pela sua complexidade seriam melhor administradas por entidades supra-municipal, desde que se tenha em conta realidades idênticas, permitindo um aumento na qualidade do serviço público prestado. Outras das opções será uma eleição para o Presidente, através do sufrágio direto e universal dos cidadãos para a assembleia Intermunicipal, de cuja a composição decorra o Conselho Diretivo.

Há uma necessidade urgente de medidas que alterem o panorama da reorganização administrativa em Portugal, não podemos esperar mais, as regiões do interior são aquelas que mais perdem com o atual cenário.

“[Descentralizar] Não se trata de o Estado deixar de fazer aquilo que lhe é penoso ou inconveniente ou desagradável, transferindo para as autarquias locais, não. É o reconhecimento do impotência da proximidade em relação às populações.”

Alberto Pereira de Jesus  
Presidente da República

## Lagarta do pinheiro já iniciou migração

Segundo um comunicado que a Câmara Municipal de Oleiros fez chegar à nossa redação, a lagarta do pinheiro - também conhecida como processionária - iniciou a migração habitual. Os relatos têm surgido um pouco por todo o país e também no concelho de Oleiros. O Serviço Municipal de Proteção Civil/Gabinete Técnico Florestal da Câmara Municipal de Oleiros, alerta então para a presença deste inseto e aconselha a tomada de medidas de precaução se encontrar lagartas de processionária: em áreas florestais (que não seja sua propriedade) afaste-se; em espaços públicos afaste-se; em escolas e outros locais onde estejam presentes crianças, imponha sempre que possível - o seu acesso à zona das árvores afetadas; na sua propriedade, deve tomar as medidas necessárias e recomendadas para controlar. Em

caso de aparecimento de sintomas de alergia convém ir ao médico e portar medicamento mais próximo. Para além das crianças, os animais são os principais visados pelos ataques das termídeos processionárias, e neste caso há que redobrar a atenção, porque as consequências podem ser fatais.

O ataque processionário vem do processo formado pelas lagartas quando abandonam a parte aérea do tronco e se dirigem para o solo, onde se enterram para iniciarem a fase de pupa que pode durar de 1 a 3 anos. No entanto, podem ser adotadas medidas de controlo pelas proprietárias/gerentes de árvores afetadas no longo de todo o ano. De Janeiro a Maio deve proceder-se à distribuição das lagartas em processo e pupas no solo - aplicar certas adições emulsionadas em solo à base de poli-ácido-tadéico nos troncos das árvores, para capturar as lagartas quando da proximidade de enterramento, proceder à recolha



manuais e queima das lagartas encontradas no solo (utilizado com os polos orientados) e por fim mobilizar o solo nos locais onde se suspeita de enterramento, para destruição das pupas. De Julho a setembro devem trabalhar-se armadilhas isca com fósforo verde (1 a 1) por hectare, para captura de machos (borboletas). De setembro a outubro/novembro devem usar-se tratamentos biológicos, como infusões de crustáceos, como infusões de crustáceos, homónios de machos das borboletas e espécies micróbicas à base de Bo-

ccillus thuringiensis (apenas eficaz no estado de ovo ou nos primeiros estádios de desenvolvimento larval 8-10 mm de comprimento) - até outubro e também através de microinjeção no tronco (lagartas até 30 mm) - comumente eficaz entre setembro e novembro. De outubro a dezembro deve proceder-se à remoção manual dos ninhos seguida de queima ou injeção de um inseticida piretróide de síntese nos ninhos (ajaz a emulsão diluída a dia, quando as lagartas se encontram no ninho).

Regularize a sua assinatura  
Jornal "*O Concelho de Proença-a-Nova*"!

## MOVIMENTO DA MENSAGEM DE FATIMA



Movimento da Mensagem de Fátima

O Conselho Diocesano reelegue Presidente do Secretariado do Movimento da Mensagem de Fátima ativo na diocese de Portalegre-Castelo Branco reuniu em Conselho Diocesano no pp 5 de Janeiro, no auditório municipal de Proença-a-Nova. Os 80 mensageiros, dos quais cerca de uma dezena de jovens, representantes da quase totalidade dos 37 Grupos de Acção Paroquial, fizeram avaliação pastoral do ano lido e balanço do exercício do Secretariado diocesano no triénio 2015-2018 e aprovou a proposta de Plano

de Actividades para o novo ano. O Conselho procedeu também à reeleição de Alfredo B. Serra no cargo de Presidente do Secretariado diocesano.

Devido a outros compromissos pastorais, o Bispo diocesano, D. Antonino, associou-se aos mensageiros durante o almoço. O Conselho foi honrado com a presença e intervenções do Presidente Nacional, em. “Nuno Neves, e do Assistente Nacional, Padre Manuel Amaras que em resumo disse: “na diocese de Portalegre-Castelo Branco o Movimento da Mensagem de Fátima é um Movimento em movimento”.



## PROENÇA-A-NOVA – Alunos “interessados” refletem sobre alterações climáticas

A Escola Secundária de Proença-a-Nova vai participar, este ano letivo, no programa Parlamento dos Jovens subordinado à temática das alterações climáticas.

Participam nesta aventura cerca de 40 alunos que, esta segunda-feira, 21 de Janeiro, esclareceram algumas dúvidas com a Deputada da Assembleia da República, eleita pelo distrito de Castelo Branco, Hortense Martins.

Cada vez mais presentes no dia a dia, as questões das alterações climáticas sentem-se e notam-se, por exemplo nos violentos incêndios que têm assolado o nosso país.

A deputada lembrou que Portugal está na linha da

frente para ajudar a travar a destruição do planeta e que o país é signatário do Acordo de Paris e tem, por exemplo, o programa Portugal Carbono ZERO em 2050, “num desafio nos vários setores (transportes ou agricultura) para responder a estas questões”, disse. No que respeita ao Parlamento dos Jovens “é fazer pensar nos nossos jovens que são a resposta e que medidas deverão ter para melhorar o nosso planeta”, vincou, não esquecendo que este género de programas são uma “oportunidade para eles e uma forma de os instigar e desafiar serem cidadãos ativos nas suas escolas e erigidos para construir um mundo melhor”, sustentou.

João Paulo Cunha, diretor do Agrupamento de Escolas de Proença-a-Nova, vê com satisfação o interesse dos alunos nestas questões pois “na escola damos-lhe as condições e tentamos motivá-los para que participem”, disse, confirmando que “cada vez mais sentimos que nesta e noutra atividade procuram sempre participar com mais entusiasmo”.

Desde 2005 que Hortense Martins participa nesta iniciativa e confessa que os “jovens são interessados”. Este ano já passou pelas escolas de Castelo Branco, Vila Velha de Ródão, Oeiras e Proença e “desde o básico ao secundário deparamo-nos com jovens interessados,

## D. ANTONINO:

“NÃO VOS ESQUEÇAIS, BATIZAI AS CRIANÇAS”



O Magistério da Igreja não se tem cansado de falar de tal temática, entendendo que as crianças não devem ser privadas desta graça que não supõe méritos humanos, é Dom gratuito de Deus. Sabemos que o Batismo surge intimamente ligado à pregação da Palavra e à fé e as crianças não escutam a Palavra

nem proficiam a fé. Mas também sabemos que o Batismo é celebrado na fé da Igreja. “É a Igreja que batiza na sua própria fé. É a Igreja, comunidade dos santos, que crê pelas crianças, que, por elas, professa a fé; do mesmo modo que é a Igreja” e não tanto quem as traz nos braços, “que, propriamente falando, as conduz à pia batismal, oferecendo-as ao Pai e, enquanto mãe fecunda, as gera espiritualmente”. Assim, embora seja a fé dos pais ou dos padrinhos que leva a batizar as crianças, as crianças são batizadas na fé da Igreja. A fé de quem as apresenta tem valor enquanto representa e insere a fé e a ação da própria Igreja, e as crianças que não creem por si sós, com um ato pessoal, creem através destas pessoas que as apresentam mediante a “fé da Igreja que lhes é comunicada”. Este ensinamento também consta no novo ritual do Batismo. O ministro do sacramento pede aos pais e

padrinhos para professarem a fé da Igreja “na qual as crianças são batizadas”. É da fé da Igreja que depende a eficácia do sacramento. Sendo o Batismo o sacramento da fé, a fé tem necessidade da comunidade dos crentes. Só no fé da Igreja é que cada um dos fiéis pode crer e desenvolver a sua fé. É se toda a comunidade eclesial tem uma parte de responsabilidade no desenvolvimento e defesa da graça recebida no Batismo dos seus membros, também é muito importante a ajuda dos pais. Importante e também o papel do padrinho e da madrinha, que devem ser pessoas de fé sólida, capazes e preparados para ajudar a pessoa batizada no seu caminho de vida cristã (cf. CIGC 1255).

“Não vos esqueçais, batizai as crianças”, apelo do Papa Francisco. O Batismo dos nossos é verdadeiro liberdade, é um bem essencial, assegura à criança a vida nova em Cristo.

Antonino Dias

**Trabalhos de limpeza e desmatção de floresta**

**Contacto:**  
937 511 960

### PRECISA-SE

Empresa de Policlínicas recruta para seus Quadros médicos especialistas, médicos de clínica geral, médicos dentistas e pessoal administrativo com alguma experiência e conhecimentos de informática.

Solicita envio de curriculum vitae para esta morada:

(Sede) Av. Carolina Michaelis 26B R/C  
2795-049 Linda-a-Velha, Oeiras

Email: [clinicas\\_medicasamatuslusitanus@hotmail.com](mailto:clinicas_medicasamatuslusitanus@hotmail.com)

Vila Velha de Ródão

## Vila Velha de Ródão aderiu à Rede Solidária do medicamento



“ Esperamos assim minimizar as dificuldades sentidas e garantir o acesso aos cuidados de saúde por parte dos nossos munícipes”

Luís Pereira  
Presidente da Câmara Municipal  
de Vila Velha de Ródão

A Câmara Municipal de Vila Velha de Ródão anunciou o adesão à Rede Solidária do Medicamento, com o objetivo de minimizar as dificuldades dos munícipes no acesso aos medicamentos prescritos.

“Esperamos assim minimizar as dificuldades sentidas e garantir o acesso aos cuidados de saúde por parte dos nossos munícipes”, explica, em comunicado, o presidente da Câmara de Vila Velha de Ródão, Luís Pereira.

A adesão a este programa foi formalizada, através da assinatura de um protocolo de cooperação entre este município do distrito de Castelo Branco e a Associação Dignidade, instituição particular de solidariedade social responsável pelo desenvolvimento, operacionalização e gestão da Rede Solidária do Medicamento.

O anúncio sublinha que pretende continuar a contribuir para o bem-estar dos munícipes, particularmente, após ter tomado conhecimento de que há famílias que não adquirem os medicamentos prescritos pelo médico de família por falta de recursos.

“Esta iniciativa vem aliada de encontro a outras promovidas pelo município com o mesmo objetivo, como é o caso do Programa Saúde Mais, que proporciona apoio aos munícipes na área dos cuidados de saúde, em complemento aos serviços prestados pelo Serviço Nacional de Saúde”, esclarece.

Os destinatários deste programa são os beneficiários de prestações sociais de solidariedade, mas também todos os que se deparam com uma situação inesperada de

carência económica decorrente de desemprego involuntário ou de doença incapacitante, entre outras situações de carência.

A identificação, referenciado e encaminhamento dos beneficiários que podem usufruir deste apoio será assegurada pela Câmara de Vila Velha de Ródão, estando a distribuição dos medicamentos a cargo da farmácia aderente ao projeto no concelho, situada na vila.

A Rede Solidária do Medicamento é um programa de âmbito nacional que visa garantir o acesso ao medicamento em ambulatório por parte de qualquer cidadão que, em Portugal, se encontre numa situação de carência económica que o impedia de adquirir os medicamentos necessários por receita médica.

Fundão

## Realização de Queima e Queimadas exige registo em aplicação

Toda a realização de Queimas e Queimadas - de acordo com a legislação nacional, Decreto - Lei 14/2019, de 21 de janeiro - deve registar-se na aplicação “Queimas e Queimadas” e solicitar avaliação e autorização da queima de amonstrosos, em 3 passos: identificação da ação; identificação do local e data da ação; esperar a obtenção de resposta por SMS e/ou por e-mail.

Poderá aceder à aplicação em <https://fogos.icnif.pt/InfoQueimasQueimadas/>.

Deverá, ainda, ser comunicada à Câmara Municipal, através do email: [procv@cm-fundao.pt](mailto:procv@cm-fundao.pt) ou [gf@cm-fundao.pt](mailto:gf@cm-fundao.pt), bem como por via SMS para o número 962027898, devendo o munícipe identificar-se, indicar a data e a localização da realização da queima.



## Parlamento dos Jovens passou por Proença-a-Nova



Os alunos do 2º e 3º ciclo e do ensino secundário da Escola Básica e Secundária Pedro de Fonseca exerceram, no dia 21 de janeiro, o seu direito de voto para elegerem os colegas representantes que vão participar no próximo ano no Parlamento dos Jovens.

A escola Pedro de Fonseca é uma das 983 instituições de ensino que participa nesta iniciativa que este ano debate a temática das alterações climáticas, com enfoque na salvaguarda dos oceanos (alunos do 2º e 3º ciclo) e no aquecimento global (ensino secundário).

Para além do ato eleitoral, o dia também ficou marcado pela presença da deputada à Assembleia da República Hortense Martins, pelo Partido Socialista, que esteve numa sessão com os alunos do ensino secundário daquele Agrupamento.

A deputada, eleita pelo círculo eleitoral de Castelo Branco, mostrou-se satisfeita pelo escolha do tema da edição deste ano, da responsabilidade dos alunos participantes na edição passada, o que demonstra que os jovens estão cada vez mais preocupados com as questões ambientais e que estão empenhados em mostrar soluções e alternativas de

combate a este problema. Hortense Martins destacou a sua participação como representante do Parlamento na 24ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima, que se realizou na Polónia, no ano passado, e ainda abordou os impactos ambientais e custos elevados que as alterações climáticas têm provocado.

A deputada explicou também o funcionamento do Parlamento Português, desde as competências do deputado às Comissões Parlamentares, frisando o papel do Presidente da Assembleia da República como segunda figura do Estado Português e a importância do direito de voto.

Após os debates escolares, agendados para 23 de janeiro na escola Pedro de Fonseca, seguem-se as sessões distritais, sendo que o debate entre os alunos do distrito de Castelo Branco será a 19 de fevereiro.

Dai saíro as propostas e os “deputados” que irão representar o distrito na sessão nacional do Parlamento dos Jovens que será na Assembleia da República, no mês de maio: 6 e 7 de maio para o ensino básico e 20 e 21 de maio para o ensino secundário.

### ALUGA-SE ESPAÇO

Aluga-se espaço de Cabeleireiro totalmente equipado, localizado no centro da Cidade, ao lado do Liceu e junto à Praça.

Contato: 961078358

### Potencialidades turísticas promovidas na FITUR



O Concelho de Proença-a-Nova participou, entre 23 e 27 de janeiro, na Feira Internacional de Turismo de Madrid (FITUR), Espanha, com o objetivo de promover as suas potencialidades naturais e patrimoniais. Com o lema *Mais do que viagens, mais histórias* orientada ao espaço Proença-a-Nova, a delegação apresentou produtos da marca PROENÇA-A-NOVA/OTIOTEM, cheiros aromáticos, artesanato de madeira, produtos locais e artesanato, com o objetivo de atrair visitantes e promover a região. A delegação foi liderada pelo presidente do Concelho, com a presença de diversos membros do executivo municipal, e contou com o apoio de diversos parceiros locais e regionais.

património natural, cultural e turístico. O Concelho de Proença-a-Nova também esteve representado no espaço do Geopark Naturalijo. Recreio-se que a FITUR, organizado pela Instituição Feitudo de Madrid (IFEMA), é uma das maiores feiras mundiais dedicadas ao setor do turismo, na qual cada ano se encontram mais de 10.000 empresas e entidades, provenientes de 165 países, com mais de 886 expositores, que representam um crescimento de 8,3 por cento em relação a 2018.

### Alunos da Escola Pedro da Fonseca envolvem-se no Parlamento dos Jovens

Os alunos de 2.º e 3.º ciclos do Ensino Secundário da Escola Básica e Secundária Pedro da Fonseca de Proença-a-Nova, convocados, no dia 23 de janeiro, e sem direito de voto para elegerem os seus representantes que vão participar no sessão escolar do Parlamento dos Jovens. A Escola Pedro da Fonseca é uma das 983 instituições de ensino que participam nesta iniciativa que este ano debate o tema das alterações climáticas, com ênfase na situação dos oceanos, para os alunos do 2.º e 3.º ciclos, e no aquecimento global, para o Ensino Secundário.

Para além do ato distrital, o ato também ficou marcado pela presença da deputada à Assembleia da República Hortense Martins, pelo Partido Socialista, que esteve numa sessão com os alunos do Ensino Secundário do grupo de Proença-a-Nova, onde se debateu sobre os impactos ambientais e custos elevados que as alterações climáticas têm provocado. A deputada explicou também o funcionamento do Parlamento dos Jovens, desde as competências dos deputados às Comissões Parlamentares, fazendo o papel do Presidente da Assembleia da República como segunda figura do Estado Português e a importância do direito de voto.

de combate a este problema. Hortense Martins destacou a sua participação como representante do Parlamento na 24.ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, que se realizou na Polónia, no ano passado, onde abordou os impactos ambientais e custos elevados que as alterações climáticas têm provocado.

A deputada explicou também o funcionamento do Parlamento dos Jovens, desde as competências dos deputados às Comissões Parlamentares, fazendo o papel do Presidente da Assembleia da República como segunda figura do Estado Português e a importância do direito de voto.

### SECRETÁRIO DE ESTADO DAS FLORESTAS

## Trabalho dos sapedores florestais elogiado

19 brigadas de sapedores florestais vão fazer, este ano, a limpeza das faixas de rede primária em 1.500 quilómetros



O secretário de Estado esteve acompanhado pelas presidentas de câmara de Proença-a-Nova e Oleiros.

O secretário de Estado das Florestas e do Desenvolvimento Rural, Miguel João de Freitas, esteve, em 25 de janeiro, a acompanhar o trabalho de limpeza das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais da Comunidade Inter municipal de Oleiros e Oleiros, em Oleiros, distrito de Castelo Branco, onde esteve acompanhado pelas presidentas de câmara de Proença-a-Nova, Digna e Carolina Blasco. O governo, acompanhado pelos presidentes das câmaras municipais de Proença-a-Nova e Oleiros, João Lebo e Fernando Jorge, respetivamente, e pelos técnicos dos Gabinetes de Proteção Civil e Florestas dos dois concelhos, realçou o trabalho desenvolvido em um período entre o Secretário de Estado e as câmaras locais. O trabalho de limpeza das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, vai fazer, este ano, a limpeza das faixas de rede primária em 1.500 quilómetros da rede primária a nível nacional.

Miguel João de Freitas realçou que “já que esse trabalho, foi possível planejar em conjunto com todos os municípios de CIMRB, quais as intervenções a serem feitas este ano”. O secretário de Estado destacou a garantia de que “estas intervenções são prioritárias das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, em Oleiros e Oleiros, distrito de Castelo Branco, onde esteve acompanhado pelas presidentas de câmaras municipais de Proença-a-Nova, Digna e Carolina Blasco. O trabalho de limpeza das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, vai fazer, este ano, a limpeza das faixas de rede primária em 1.500 quilómetros da rede primária a nível nacional.”

Abriu uma faixa de 25 metros de largura das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, em Oleiros e Oleiros, distrito de Castelo Branco, onde esteve acompanhado pelas presidentas de câmaras municipais de Proença-a-Nova, Digna e Carolina Blasco. O trabalho de limpeza das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, vai fazer, este ano, a limpeza das faixas de rede primária em 1.500 quilómetros da rede primária a nível nacional.”

de acordo com os planos de ação definidos pelas autoridades locais, nacionais e da CIMRB e depois definiu-se a questão da operacionalidade das duas brigadas de sapedores florestais. No final de visita, o secretário de Estado esteve acompanhado pelas presidentas de câmaras municipais de Proença-a-Nova, Digna e Carolina Blasco. O trabalho de limpeza das faixas de rede primária de 25 metros de largura, em 19 brigadas de sapedores florestais, vai fazer, este ano, a limpeza das faixas de rede primária em 1.500 quilómetros da rede primária a nível nacional.”

## Curso de Formação da OutSystems tem inscrições abertas

As inscrições para o curso técnico de formação de desenvolvedores do programa *OutSystems*, que será lançado no próximo ano, estão abertas em Proença-a-Nova, entre 1.º de janeiro e 31 de dezembro. O curso destina-se a licenciados em Engenharia de Informática, Tecnologia, Engenharia ou Matemática que estão inscritos no Centro de Emprego (CEP) e que queiram adquirir novas competências e condições de empregabilidade face ao mercado atual e futuro nas áreas das Tecnologias de Informação. A formação terá um componente de 300 horas letivas, as quais se seguirão 210 horas de formação em contexto de trabalho junto de uma das empresas parceiras da OutSystems.



As inscrições para o curso técnico de formação de desenvolvedores do programa *OutSystems*, que será lançado no próximo ano, estão abertas em Proença-a-Nova, entre 1.º de janeiro e 31 de dezembro. O curso destina-se a licenciados em Engenharia de Informática, Tecnologia, Engenharia ou Matemática que estão inscritos no Centro de Emprego (CEP) e que queiram adquirir novas competências e condições de empregabilidade face ao mercado atual e futuro nas áreas das Tecnologias de Informação. A formação terá um componente de 300 horas letivas, as quais se seguirão 210 horas de formação em contexto de trabalho junto de uma das empresas parceiras da OutSystems.

Novo ato de sensibilização para o acesso à educação com os alunos do ensino básico, para permitir que um grupo maior de participantes possa realizar a formação. O primeiro objetivo do programa *OutSystems* é criar um centro de formação de desenvolvedores em Proença-a-Nova onde os alunos da escola de Oleiros possam participar na formação. O curso tem início a 11 de fevereiro e durará 6 meses (até à Câmara de Proença-a-Nova).

# Gazeta

## DO INTERIOR



No compra de um sofá Pikolin oferta de...  
Telm: 352 975 560  
Rua J. A. Maria, 15 - C. Drenco

Ano XXX | N.º 1572 | 30 de janeiro de 2019 | Diretor Interno: João Carlos Antunes | São 4.º leis | Semanário | 0,60 € (IVA inc.) | Email: redacao@gazetadointerior.pt | www.gazetadointerior.pt



DRIVE THE GOOD, DRIVE THE BEST.

VENHA FAZER O TEST-DRIVE

Rotunda Albifast, ao lado da fábrica de legumes na Zona Industrial do Castelo Branco

ACRITIM-SE RETORNAR | FINANCIAMENTO ATE 120 MESES COM JURO FIXADO

Horário: 9h30-12h30 e 14h30-18h30 | Tel: 351 243 727 882 | 351 243 727 883 | www.albifast.com.pt

### VIATURA DA SEMANA





PRÉMIO INTERNACIONAL DE POESIA ANTONIO SÁLVADO - CIDADE DE CASTELO BRANCO

## Portuguesa e Mexicano são os vencedores

pág. 11

JUSTIÇA

Fernando Jorge nega ter havido fuga ao Fisco

pág. 7

POLÍTICA

## Barragem do Alvito origina troca de acusações

pág. 12

PROENÇA-A-NOVA

Secretário de Estado valoriza trabalho dos sapedores florestais

pág. 10



JOSE PAULO, LDA  
PRODUTORA SEMI-MANUFATURADA DE QUALIDADE COM SOLUÇÕES À SUA MEDIDA COM FLEXIBILIDADE DE PREÇOS  
Loja 1: Rua São António - Loja 2: Rua do Membrado  
Telm: 272 331 243 - 272 340 280 - CASTELO BRANCO  
E-mail: telvsp@gmail.com - rep.comerciojp@gmail.com



SUGESTÃO P.ª SEMANA

## SALSICHA CRIOULO

PRODUCIDA POR SUGRES PASTORIS S.L. CARVALHO CARVALHO

# 3€

A SALSICHA

120



## Governo tem seis milhões de euros para servidões na rede primária estruturante

O secretário de Estado das Florestas, Miguel Freitas, assegurou, no passado dia 25 de janeiro, que o Governo tem disponíveis seis milhões de euros para compensar os produtores florestais situados nos 1.500 quilómetros da rede primária estruturante que vai ser feita este ano.

“O que eu posso garantir é que este ano, nesta rede estruturante, nós vamos negociar com os proprietários aquilo que são os seus perdas de rendimento e como os podemos compensar desse serviço público que está a ser feito. Para aquilo que pensamos fazer este ano, que são 1900 quilómetros da rede primária estruturante, temos previsto cerca de seis milhões de euros para pagar servidões”, afirmou Miguel Freitas.

O governo anunciou-se a Póvoa-a-Nova, para acompanhar o trabalho desenvolvido pela primeira brigada de sapadores florestais da Comunidade



Intermunicipal da Beira Baixa (CIMBB).

“Nós conseguimos, a nível nacional, 19 brigadas de sapadores florestais. Para este território, [CIMBB] vamos ter duas brigadas de sapadores florestais. Cada território tinha necessidades diferentes e nós ajustámos o número de brigadas em função do território em concreto. Neste caso, entendemos que havia necessidade de duas brigadas, isto

é, esta comunidade intermunicipal vai ter 30 homens para fazer o trabalho”, explicou.

Adiantou que estão previstos fazer na área da CIMBB, 260 hectares em cerca de 10 quilómetros da rede primária que faz parte daquilo que o Governo considera a rede primária estruturante do país.

“Nós, dos 11.200 quilómetros de rede primária, delimitamos 3.790 quilómetros como rede

primária estruturante”, frisou. Miguel Freitas assegurou que, este ano, a rede primária estruturante vai ter uma metodologia diferente.

“Vamos deixar de ter planeamento anual para passar a ter planeamento plurianual. E, temos já o dinheiro para os quatro anos. Foram alocados a toda a rede primária estruturante 16 milhões de euros para os próximos quatro anos”, sustentou.

“  
Vamos deixar de ter planeamento anual para passar a ter planeamento plurianual. E, temos já o dinheiro para os quatro anos. Foram alocados a toda a rede primária estruturante 16 milhões de euros para os próximos quatro anos”

Miguel Freitas  
Secretário de Estado das Florestas

## Autarca de Oleiros diz que processo do trabalhador que morreu “está bem encaminhado”

O presidente da Câmara Municipal de Oleiros, Fernando Marques Jorge, garantiu que o processo do trabalhador do município que morreu a combater o incêndio de 2017, que deflagrou no concelho, está “bem encaminhado” e espera que tenha um “final justo”.

“As coisas ainda não estão resolvidas, mas estão bem encaminhadas. E, penso que o secretário de Estado das Autarquias Locais, que tem o processo nas suas mãos, irá tomar medidas que venham a ter um final que seja justo e eu acredito que ele, sendo um homem que também foi autarca e que conhece estas situações, vai tomar uma posição que venha a fazer justiça”, afirmou Fernando Marques Jorge.

O trabalhador da Câmara de Oleiros, com 50 anos, morreu quando combatia um incêndio

que deflagrou naquele concelho do distrito de Castelo Branco, no dia 07 de outubro de 2017, e, na altura, o autarca pediu indemnização para a família.

A Câmara pediu que a família do trabalhador fosse ressarcida com os mesmos apoios das restantes vítimas dos incêndios e enviou cartas ao Presidente da República, Provedoria de Justiça e ao primeiro-ministro.

O autarca de Oleiros, que nunca tinha tido qualquer resposta do Governo sobre o assunto, apesar das várias missivas enviadas, recebeu finalmente uma resposta do gabinete do primeiro-ministro António Costa.

E, com o processo nas mãos do secretário de Estado das Autarquias Locais, Fernando Marques Jorge espera que a família do trabalhador que morreu no combate ao incêndio seja indemnizada nas mesmas condi-

ções que foram as famílias das pessoas que morreram nos incêndios de 2017.

Este é o único caso no país, de um falecimento que aconteceu estando a trabalhar, estando a combater um incêndio. Todos os outros foi pouca sorte das pessoas que estavam na hora errada, no sítio errado. Este não. Este foi chamado e estava a trabalhar e se alguém, se alguma família merece receber uma indemnização, esta é uma delas”, sustentou.

Explicou ainda que o executivo de Oleiros, por unanimidade, aprovou um apoio aos dois filhos do trabalhador, ambos a estudar, um em Oleiros e outro na Universidade de Coimbra.

“O apoio decidido é na área da alimentação, das propinas, do alojamento e do material escolar enquanto eles estiverem ou quiserem estudar”, frisou.



O autarca adiantou que os jovens não terão que devolver rigorosamente nada ao município e adiantou que esta é também uma forma de homenagear o trabalhador do município.

Em outubro de 2018, o presidente da Câmara Municipal de Oleiros tinha afirmado que, um ano após o fogo de outubro de 2017, continuava sem qualquer resposta do Governo em relação ao funcionamento da autarquia que

morreu no combate ao incêndio.

“Continuamos sem qualquer resposta. Só o primeiro-ministro pode resolver isto. O Presidente da República e a Provedoria de Justiça mandaram a carta que lhes escrevi para o Governo e disseram que esta situação não estava nas suas mãos. O primeiro-ministro ainda não respondeu”, explicou, na altura, Fernando Marques Jorge.