

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**Comunicação autárquica nos municípios da Terra Quente
Transmontana**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POLÍTICA E INTERCULTURAL

PATRÍCIA MARIA MOURA PINTO

ORIENTADORA:

PROF.^a DOUTORA MARLENE LOUREIRO



Vila Real, 2016

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Comunicação autárquica nos municípios da Terra Quente Transmontana

PATRÍCIA MARIA MOURA PINTO

Orientadora:

Prof.^a Doutora Marlene Loureiro

Composição do Júri:

Prof. Dr. Álvaro Miguel Da Costa Lima Cairrão

Prof. Dr. Galvão Dos Santos Meirinhos

Prof.^a Dr.^a. Marlene Loureiro

Vila Real, 2016

Dissertação apresentada à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro como parte integrante dos requisitos para a obtenção de grau de Mestre em Ciências da Comunicação.

Dedicatória

À minha mãe, pelo carinho, pela motivação e pelo esforço que fez para que eu concluísse esta etapa acadêmica

a. Ao meu noivo, pela paciência, pelo incentivo que me deu, pelo encorajamento diário e por todo o amor

que me proporcionou. À minha madrinha (Clara Sampaio), ao seu marido, à Inês e à Mariana por serem mais do que uma

família para mim. À minha irmã Marta pela força e à Isabel Batista pela amizade que nos relaciona.

À minha irmã de coração, Armanda Gouveia e à Carla Sampaio por serem amigas que guardarei para toda a vida.

Agradecimentos

Nem sempre os nossos desejos profissionais estão ao alcance das nossas possibilidades pessoais. Eu tenho a sorte de ser acompanhada a cada passo por pessoas de uma amizade inigualável. Na elaboração desta dissertação tive o privilégio de contar com o carinho e o apoio das pessoas amigas que já tinham presença no meu coração e de passar para o campo pessoal das amizades, pessoas que sempre me ajudaram a nível profissional e académico.

Falo da Dra. Marlene Loureiro, orientadora deste trabalho, que sabendo desde o início das dificuldades à elaboração do mesmo não me deixou desistir em momento algum. Representou ao longo de todo o percurso de desenvolvimento deste projeto uma mãe no cariz académico, lutando sempre para me ver alcançar o objetivo final. Mesmo com todas as minhas asneiras não deixou de me ajudar, de me incentivar e tal como uma mãe esteve presente nesta etapa até ao fim. A si um muito obrigada, “mãe” amiga de corpo e alma.

À minha mãe agradeço por ser apenas e só a melhor mãe do mundo, uma guerreira nata que adora animais e que felizmente me educou à sua semelhança.

Ao meu noivo, José Sousa, por nunca me ter deixado desistir, por me ter lavado a louça, acendido o lume e fazer a comida sem receber a atenção devida da minha parte e por terem sido dias do pouco do carinho que sustenta o nosso amor desde o início.

À minha madrinha, marido e filhas por serem o tanto que são para mim, porque sempre estiveram presentes na minha vida, na alegria e na tristeza tal como num casamento mas este não oferece a oportunidade de divórcio porque são parte de mim.

Aos meus primos Alexandre e Lénia pela ajuda que sempre disponibilizaram à minha família e por sempre terem agido como irmãos.

À minha irmã, por ser a minha irmã e me proporcionar os momentos bons e maus que ter uma irmã implica.

À Isabel Batista por me ter sempre desviado para o caminho das rebeldias, por significar uma irmã adotada, por ser a minha eterna confidente e a única pessoa com quem falo por telepatia. À Maria Gouveia e à Carla Sampaio pela amizade profunda e verdadeira. Ao Professor Luís Macedo e Sousa pelo seu grande contributo académico. À Vera Lúcia por ser uma vizinha adorável.

Aos representantes das autarquias que investiguei, pela paciência e amabilidade. A todos um muito obrigada. São o espelho do sucesso deste trabalho.

Resumo

O presente trabalho de investigação consiste na análise da comunicação das cinco autarquias da Terra Quente Transmontana.

A Terra Quente Transmontana é uma região do interior norte de Portugal continental, afetada pelo flagelo da desertificação humana e pelo envelhecimento da população que resiste em permanecer nas suas raízes. Esta é uma área geográfica preenchida de dinâmicas culturais, inúmeras potencialidades agrícolas (devido à riqueza mineral do seu solo), especificidades paisagísticas e uma arte incomparável na gastronomia e no *modus vivendi* das suas gentes.

Com todas estas atratividades e as que não conseguimos aqui descrever, esta região atrai milhares de turistas por ano apesar das camadas mais jovens se ausentarem de lá para procurarem melhores condições de vida, especialmente no que diz respeito às ofertas de emprego e diversidade de serviços.

Acreditamos que compete também às autarquias combater o abandono populacional da região transmontana e para isso defendemos que a comunicação é um dos elementos chave para o conseguir. É através do diálogo, da perceção de ações e interesses de ambas as partes (autarquia e utentes) que o caminho a traçar pode mudar de rumo e conseguirmos dessa forma garantir meios que resultem na fixação da população nesta área geográfica.

O interesse neste trabalho surgiu da falta de comunicação autárquica destes cinco municípios que detetamos numa análise superficial e como utentes dos mesmos.

Esta investigação está dividida em duas partes fulcrais: teórica e prática. Na teórica poderá ser apreendido o estado de arte da comunicação autárquica e de como ela deve ser aplicada, na parte prática apresentaremos os passos da nossa investigação com recurso a entrevistas semi-estruturadas e a uma recolha de dados realizada em cada autarquia com a finalidade de perceber quais os recursos comunicacionais existentes nas mesmas, quem os escolhe, organiza e divulga e como todo o processo comunicativo é executado. Ao longo deste trabalho pretendemos clarificar a importância de uma comunicação autárquica ativa e estruturada e as vantagens que isso implica para a edibilidade pública.

No término desta investigação far-se-á uma análise comparativa da comunicação das cinco autarquias, apontando os seus pontos fortes e os seus pontos fracos.

Abstract

This research work is the analysis of communication of the five municipalities of Terra Quente Transmontana.

Terra Quente Transmontana is a northern inland region of mainland Portugal, affected by the scourge of depopulation and an aging population that stands to remain at its roots.

This is a geographical area filled with cultural dynamics, numerous agricultural potential (due to mineral soil of their wealth), landscape characteristics and an unparalleled art gastronomy and modus vivendi of its people.

With all the attractiveness and we can not describe here, this area attracts thousands of tourists every year despite the younger generation are absent from there to seek better living conditions, especially with regard to job offers and diversity of services. We believe that it is also up to local authorities to combat the abandonment of the transmontana region population and we advocate that communication is a key element to achieve this. It is through dialogue, awareness actions and interests of both parties (local authority and users) that the path tracing can change course and we can thus provide ways that result in the settlement of people in this geographical area.

The interest in this work arose from the lack of municipal communication of these five municipalities We detected a superficial analysis and as users of the same.

This study is divided into two key parts: theory and practice.

In theory it can be grasped state of the art of municipal communication and how it should be applied in practice part will present the steps of our research using semi-structured interviews and the collection of data held in each municipality in order to understand what existing communication resources in them, who chooses, organizes and disseminates and how the whole communication process runs.

Throughout this paper we intend to clarify the importance of an active and structured municipal communication and the advantages that entails for public city council.

At the end of this investigation shall be made-a comparative analysis of communication of the five municipalities, pointing out their strengths and their weaknesses.

Índice Geral

Índice Geral.....	iii
Índice de tabelas.....	iv
Índice de anexos.....	v
Lista de abreviaturas e siglas.....	vi
Introdução.....	1
I- Comunicação.....	2
Comunicação Organizacional.....	7
Comunicação Interna.....	11
Comunicação Externa.....	15
II- As autarquias locais.....	18
Conceito de autarquia.....	19
História das autarquias locais em Portugal.....	20
Composição das autarquias locais.....	27
III- Associações de Municípios.....	35
IV- Comunicação Política.....	40
V- Comunicação Autárquica.....	45
VI- Comunicação corporativa das autarquias.....	49
VII- O papel dos gabinetes de comunicação numa autarquia.....	60
VIII- A importância de um plano global de comunicação.....	63
IX- Relação com os meios de comunicação social.....	66
X- Meios de comunicação autárquicos.....	69
Estudo de Caso:	
A comunicação autárquica nos municípios da Terra Quente Transmontana.....	71
I- Terra Quente Transmontana.....	71
II- Metodologia.....	75
III- Análise de Resultados.....	77
IV- Discussão de Resultados.....	95
Conclusão.....	99
Referências Bibliográficas.....	102
ANEXOS.....	106

Índice de tabelas

Tabela 1. Áreas e dimensões da comunicação autárquica	52
Tabela 2. Comunicação Autárquica: Alfândega da Fé.....	80
Tabela 3. Comunicação Autárquica: Carrazeda de Ansiães.....	83
Tabela 4. Comunicação Autárquica: Macedo de Cavaleiros.....	87
Tabela 5. Comunicação Autárquica: Mirandela.....	90
Tabela 6. Comunicação Autárquica: Vila Flor.....	94

Índice de anexos

Anexos do Município de Alfândega da Fé.....	106-119
Anexos do Município de Carrazeda de Ansiães.....	120
Anexos do Município de Macedo de Cavaleiros.....	121-124
Anexos do Município de Mirandela.....	125-134

Lista de abreviaturas e siglas

DGAL- Direção Geral das Autarquias Locais

CRP- Constituição da República Portuguesa

ANMP- Associação Nacional de Municípios Portugueses

CIM- Comunidade Intermunicipal

GAT- Gabinete de Apoio Técnico

CCDR- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

PGDL- Procuradoria Geral Distrital de Lisboa

CEE- Comunidade Económica Europeia

UE- União Europeia

NUTS- Nomenclatura de Unidades Territoriais para fins Estatísticos

Introdução

Este trabalho de investigação foca-se na comunicação autárquica das cinco autarquias que formam a Terra Quente Transmontana. A comunicação é imprescindível para o ser humano, e neste âmbito, o nível pessoal mistura-se obrigatoriamente com o social devido à necessidade que todos temos em comunicar para determinados aspetos da vida pessoal. Por esta lógica, se o ser humano precisa de ser portador de uma boa comunicação para se explicar bem e passar de forma clara os objetivos das suas mensagens, porque não aplicar esta teoria às autarquias locais da Terra Quente Transmontana? O sucesso delas também depende do modo como comunicam e da frequência com que o fazem, por isso, esta dissertação é para a autora um tema atual e que ainda é relativamente recente no mundo contemporâneo.

Será que as autarquias sabem comunicar tendo em conta os pressupostos teóricos já elaborados? Esta é uma das perguntas que a autora pretende ver respondida no final do trabalho.

Segundo a DGAL¹ “Os municípios são as autarquias locais que visam a prossecução de interesses próprios da população residente na circunscrição do concelho, mediante órgãos representativos por ela eleitos”. Ainda com base nesta mesma fonte, existem em Portugal um total de 308 (trezentos e oito) municípios dos quais duzentos e setenta e oito (278) municípios pertencem ao continente, a região autónoma dos Açores detém dezanove (19) e a região autónoma da Madeira conta com onze (11).

A administração local tem uma relação intrínseca e indissociável do desenvolvimento regional. Além disto, existe uma tendência cada vez mais possante da valorização do poder local por parte da administração central.

¹ Fonte: Direção Geral das Autarquias Locais (<http://www.portalautarquico.pt/>)

I - Comunicação

A comunicação está presente na humanidade desde os primeiros hominídeos e a esta necessidade têm-se juntado, ao longo dos tempos, novas formas e instrumentos que permitem ao ser humano comunicar de maneira muito mais rápida e eficaz.

A arte rupestre é um exemplo da necessidade que os nossos antepassados possuíam em comunicar.

Após a II grande guerra mundial, houve uma necessidade extrema de utilizar a comunicação como utensílio essencial na reconstrução de uma Europa e parte do mundo bastante fragilizados, quer a nível físico como em termos de relações individuais e patrióticas. A comunicação começou neste período a ser analisada como um remédio para a criação de uma nova civilização, assente em valores morais mais coesos e antevendo relações internacionais mais pacíficas e coordenadas com o objetivo de extinguir a ameaça de novas guerras. É neste contexto de esperança comunicacional que são conhecidas as obras de C. Shannon e Weaver, de N. Wiener e de Lasswell, ainda hoje apreciadas pela sua grande importância no estudo dos processos comunicacionais. Nestas obras, é possível analisar diversas perspetivas de processos de comunicação como veremos de seguida com aquela que terá sido a primeira teoria sobre comunicação (teoria hipodérmica ou da bala mágica).

A teoria hipodérmica ou da bala mágica foi uma das primeiras teorias da comunicação. Desenvolvida inicialmente entre os anos 1920 e 1930 na Escola Americana de Comunicação, terá sido uma das primeiras tentativas aprofundadas de estudar a comunicação e suas múltiplas vantagens.

Esta teoria está ligada aos efeitos da comunicação sobre massas, portanto, esta teve um enorme relevo na II Guerra Mundial quando Hitler, por exemplo, tentava, através dos seus discursos, motivar grandes públicos a adotarem os seus ideais nazis.

O conceito desta teoria parte da ideia em que todo o público, independentemente da sua classe social, económica, etária, política, religiosa, entre outros, reage de igual forma a uma comunicação veiculada pelos media. Nesta teoria, a sociedade é uma mistura homogénea e os indivíduos não se relacionam muito entre si, um fator propício para que quando uma comunicação é feita pelos media, a mesma vai ser aceite por todos de igual forma, sem resistência, persuadindo o alvo para o objetivo inicial daí o nome teoria da bala mágica, explicando que o público é afetado de igual forma.

No entanto, esta teoria impõe muitas limitações à atividade comunicacional. A

teoria hipodérmica pressupõe que todas as mensagens provocam um estímulo que terá sempre resposta, sem resistência do recetor e todo o público é visto com uma igualdade que supostamente não provocaria particularidades na receção e análise das mensagens. Esta teoria foi assim concebida para meios de comunicação de massa e com a finalidade de dominar o pensamento social para que os interesses económicos entre outros fossem defendidos através da manipulação das massas. A teoria da bala mágica acabou por perder interesse para os grandes investigadores das questões comunicativas por não abordar a importância das particularidades sócio-culturais dos indivíduos, no entanto, houve quem a estudasse com mais detalhe a adotasse nas suas investigações como o exemplo de Harold Lasswell apresentado a seguir.

Harold Lasswell (1902-1978) ficou conhecido pela criação do paradigma comunicacional que ainda hoje é usado. A sua utilidade e eficácia são parâmetros que os profissionais de comunicação não põem, à partida, de lado. Lasswell foi psicólogo e investigador nomeadamente na política e nas ciências sociais e humanas, tendo tido um enorme impacto nos anos trinta devido ao ambiente de grande tensão política, social e económica derivada do aparecimento de diversos regimes que se queriam sobrepor uns aos outros. Neste cenário de conturbação social, os media ganhavam cada vez mais destaque e o desenvolvimento dos mesmos era notório de dia para dia. Lasswell, aproveitando o facto de os media captarem cada vez mais a atenção do povo, criou aquela que é considerada por muitos investigadores, o primeiro paradigma da comunicação, também conhecida pelos seus marcos influenciados pela teoria da agulha hipodérmica ou teoria da bala mágica. E afinal a que resume a teoria de que temos estado a falar?

Este paradigma é constituído por cinco perguntas-chave que sistematizam facilmente esta fórmula de Lasswell. São elas:

Quem?

Diz o quê? A

quem?

Através de que meio?

Com que finalidade?

A pergunta “quem?” reporta a situação para clarificar quem “faz a comunicação”. Isto é, o transmissor deve assumir que função desempenha neste processo comunicacional pois como é natural, um pai é diferente a falar com um filho do que certamente na interação oral com um desconhecido. Significa isto que quanto mais transparente se mostrar o papel

do transmissor, com mais clarividência será processada a mensagem e o seu objetivo a nível de conteúdo linguístico.

A pergunta “diz o quê?” é enquadrada naquele conselho popular que frequentemente podemos ouvir e que diz para pensarmos duas vezes no que vamos dizer. Esta é a síntese e o objetivo desta pergunta formulada por Lasswell. A ideia é precisamente o dever que temos de tomar atenção em toda a comunicação que produzimos, reduzindo o excesso de palavras e com o foco mais direcionado na utilização de ideias “bem organizadas”, recorrendo a frases bem construídas de palavras que traduzem com clareza o pensamento, ideia, emoção, sentimento que queremos expressar.

A questão “a quem?” serve para avaliarmos a importância do recetor que muitos investigadores afirmam retirar poder à importância do transmissor. O recetor como destinatário da mensagem é quem a vai descodificar, ele é de facto um elemento preponderante no processo comunicacional pois a forma como ele vai interpretar a mensagem é que vai concluir se o transmissor atingiu a meta que desejava. No entanto, descodificar a mensagem do transmissor tal e qual como este queria fazer chegar pode tornar-se numa tarefa complicada.

Porquê? Porque existem fatores externos aos do processo comunicacional que podem gerar desentendimentos, fatores como a condição social, geográfica entre outros. É condição vital da comunicação eficaz que o transmissor tenha sempre presente o ambiente que rodeia o destinatário da sua mensagem. Há que ter cuidado com situações como por exemplo, palavras iguais, mas com significados diferentes dependendo do contexto e da cultura de cada destinatário. Tenhamos como exemplo prático a palavra mocho. Mocho é à partida uma palavra usada para descrever um animal, no entanto, em certas zonas de Portugal serve também para descrever um banco pequeno em madeira (originalmente).

A frase interrogativa “através de que meio?” transporta-nos para a noção concreta que devemos ter na escolha do meio pois este, só por si, pode originar o sucesso ou o fracasso do processo comunicativo. Embora muitos investigadores das teorias da comunicação assinalem algumas diferenças entre meio e canal, a grande parte da literatura não reporta esta diferença com relevância.

O canal é a forma ou o veículo pelo qual a mensagem é transportada, condição essencial para que exista comunicação entre transmissor e recetor. Com o desenvolvimento das novas tecnologias foram criadas muitas alternativas de canais para transmitir uma mensagem. Temos ao dispor sms, e-mail, fax, telefone, telemóvel, vídeo-conferência, jornais, cartas, correio, redes sociais, etc mas serão estes canais sempre apropriados para

todos e quaisquer géneros de comunicação? A resposta a esta pergunta é não ou nem sempre. Isto porque todos os canais têm as suas especificidades e limitações a nível de códigos linguísticos utilizados, isto é, o que muitas vezes dizemos via sms por um ou outro motivo não temos coragem para dizer pessoalmente. A forma como comunicamos via chamada telefónica é certamente diferente da forma como comunicamos via e-mail. Por estas diferenças descritas anteriormente, é necessário que saibamos analisar a situação ou as situações em que a comunicação escrita basta e outras que não dispensam a comunicação oral e presencial e não por intermédio de outros veículos. Caso esta análise não seja corretamente perspectivada, existe uma grande possibilidade da comunicação não ser concluída com eficácia.

A quinta e última questão “com que finalidade?” prende-se com a transparência da comunicação transmitida, tentando ao máximo que o recetor não entenda mal o conteúdo da mesma.

O recetor quando recebe a mensagem transforma-se também num transmissor. Posto isto, podemos deduzir que caso as comunicações sejam mal organizadas, as consequências podem ser graves para a situação a que a comunicação se proponha. Por exemplo, numa empresa quando a comunicação não circula de forma nítida de uns para os outros (independentemente das hierarquias por que passa) pode culminar em mal entendidos e é neste cenário que muitas vezes aparecem os rumores, nem sempre benéficos, como iremos analisar mais à frente neste trabalho. (Monteiro *et al.* 2008: 65-67)

É então crucial que o emissor evite a relatividade e a subjetividade no conteúdo da mensagem que pretende divulgar ao recetor. É necessário que o transmissor estude o contexto, a cultura, os valores, e outros fatores que circundam os destinatários.

Todo este conjunto de variáveis abordadas na fórmula de Lasswell tem prática obrigatória nos processos comunicativos atuais, mas não é o suficiente para que a eficácia da comunicação fique garantida.

Como afirma (Alves 1999: 3) “o interesse suscitado pela comunicação está intimamente relacionado com as várias características do processo social histórico, entre as quais a própria intensidade e visibilidade das novas formas de comunicação”.

Como comunicadores que somos por natureza, a construção de códigos linguísticos e a sua correta funcionalidade garantiu o desenvolvimento grandioso de inúmeras civilizações. Como afirma (Monteiro *et al.* 2008: 21) “Baseada na cooperação, a comunicação no conceito histórico funciona como instrumento de equilíbrio entre a humanidade, neutralizando forças contraditórias”.

Comunicar, torna-se assim numa ferramenta de poder ultra persuasiva face aos desafios que cada sociedade em sua época específica tem de enfrentar. Não poderíamos ser humanos caso não fizéssemos uso desta capacidade e ao aperfeiçoarmos o seu manuseamento estamos, indubitavelmente, a contribuir para que nos conheçam profundamente. Como refere ainda o autor anterior “o papel da comunicação é de transmissão de significados entre pessoas para a sua integração na organização social”. Ao ser humano através da comunicação é-lhe permitido trocar informações, ideias, experiências, entre outros. A comunicação oral é a mais comum, no entanto, existem muitas outras pois nem todas as pessoas conseguem expressar-se pela linguagem verbal. Uma vez que nem todos possuímos as mesmas capacidades físicas para comunicarmos, existem diversas maneiras de chegar ao mesmo fim. Este fim é o do fenómeno da “compreensão” entre a espécie humana, salientando que o “entendimento” é a meta principal do uso da comunicação.

Para o conseguirmos são necessárias algumas condições que mesmo simples não garantem a eficácia do processo quando mal utilizadas. Assim, são indispensáveis num plano de comunicação o transmissor e o recetor que através do uso de códigos comuns (a que usualmente chamamos linguagem) conseguem entender-se. Durante esta troca de informações entre emissor (E) e recetor (R) pode acontecer que o significado que o emissor atribuiu ao conteúdo da mensagem não seja igual ao conteúdo da mensagem decodificada pelo recetor causando desta forma, um dos muitos problemas no processo de comunicação. E isto ocorre devido a que razões?

Para que o fenómeno comunicacional seja gerado, são necessários outros elementos além do emissor e do recetor que em harmonia com estes criem um resultado comunicativo de sucesso. É também crucial que seja prestada a devida atenção a todos os detalhes durante o processo para que nada perturbe a eficácia do mesmo e que esta seja dividida em categorias para melhor ser analisada e melhorada.

Comunicação Organizacional

A comunicação é uma das condições básicas de sobrevivência para o ser humano. Ela existe desde os primórdios da humanidade e tem como objetivo inicial promover a interação social. Desta forma, a comunicação permite ao homem efetivar a troca de informações, conhecimentos, dúvidas, experiências, ideias, opiniões e todo um outro conjunto de características que fazem parte da vida humana.

Comunicamos constantemente – falando, escrevendo, telefonando, reunindo, ouvindo, fazendo silêncios, adotando gestos, sorrindo ou vociferando, escrevendo ou revivendo mensagens eletrônicas, dando ordens ou escutando-as, fazendo ou recebendo sugestões, reclamando ou mostrando satisfação. (Rego 2010:24)

Assim sendo, todo o ser humano tem a capacidade de transmitir uma informação/mensagem através da linguagem verbal e não-verbal. Isto porque, o Homem é por natureza um ser social que sente a necessidade de exprimir os seus pensamentos e opiniões recorrendo a várias formas para o executar.

No processo de comunicação existem quatro componentes essenciais para que a mensagem seja transmitida com sucesso. Estes quatro componentes denominam-se fonte/emissor, mensagem, destinatário e canal da mensagem (que possibilita destinar a mensagem até ao recetor).

O emissor é a pessoa que pretende comunicar uma mensagem, pode ser chamada de fonte ou de origem. A mensagem é a ideia que o emissor deseja comunicar, exemplo: publicidade. Por outro lado, o recetor é o destinatário que recebe a mensagem e por último, o canal é o espaço situado entre o emissor e o recetor.

Uma vez que toda a sociedade se organiza com base na comunicação, as instituições (quer públicas e/ou privadas) não ficam fora deste cenário de utensílios para se organizarem quer em termos internos como externos ou seja, “o que se domina comunicação empresarial, é assim o conjunto de modelos ou instrumentos de ação que a empresa utiliza para falar e para se fazer ouvir. Interna ou externamente, a comunicação utilizada por ela corresponde a uma estratégia” (Bahia 1995: 9). Além da organização que a comunicação oferece às instituições, esta, quando utilizada de forma estratégica abre portas para que a instituição em causa seja diferente de todas as outras, promovendo o seu sucesso dentro e fora da (s) área (s) que comporta no seu rol de funções. Como explica (Beirão 2008: 4) “no contexto empresarial, são muitos os factores, quer internos quer externos, que podem promover a excelência e diferenciação no mercado”.

A comunicação organizacional é uma das variantes da área de relações públicas que visa solucionar diversos paradigmas de investigação emergentes na sociedade e também para combater os constantes desencontros de opiniões entre organizações a nível mundial, ou seja, "...as organizações constituem uma realidade complexa, mas absolutamente fundamental na análise social da atualidade" (Ruão 2005: 1).

O mundo avança a passos largos para uma constante evolução das novas tecnologias. Este fenómeno obriga as instituições a adaptarem-se às mudanças introduzidas no "modus operandi" social. Essas mudanças são fundamentais para as instituições conseguirem vingar os seus objetivos face à área em que estão inseridas. Consequentemente as organizações sentem a necessidade de transformar a sua comunicação de forma a satisfazer as necessidades do público-alvo.

As organizações compõem-se de vários subsistemas comunicacionais, destinados a cumprir diferentes propósitos: instruções, informação, persuasão, integração e inovação. Um determinado acto comunicacional destinado a cumprir um resultado atinente a um desses subsistemas pode contribuir ou não para um resultado organizacional final. Por exemplo, uma sugestão de melhoria (subsistema inovação) feita de modo comunicacionalmente eficaz pode promover ou não a eficácia organizacional, dependendo da qualidade da sugestão e do modo como ela é recebida, tratada e implementada. (Rego 2010: 115)

O desempenho de uma instituição está intimamente ligado à estratégia de comunicação que a mesma adota no conjunto das suas atuações, quer internamente quer externamente.

Num contexto organizacional é fundamental estabelecer uma correta relação entre a comunicação e os resultados comunicacionais pois estes são indissociáveis. No entanto, como revela também (Rego 2010: 115), "A especificidade dos contextos em que a comunicação ocorre, assim como as influências múltiplas ocorridas num dado sistema organizacional, têm como consequência que um determinado programa de comunicação pode ser eficaz numa situação, mas não noutra".

A comunicação organizacional deve ser construída de dentro para fora da organização, abrangendo todos os departamentos. Ela deve ser homogénea e universal pois qualquer projeto de uma qualquer empresa tem obrigatoriamente de assentar em bases sólidas de comunicação organizacional para que o mesmo tenha sucesso. Deve ser homogénea para que todos na mesma organização comuniquem em códigos iguais, sendo desta maneira, a comunicação reconhecida e partilhada sem alterações e de forma transparente.

Caso este cenário se aplique na prática, a organização sofrerá de um forte espírito de equipa e de uma comunicação imparcial, fatos traduzidos pelo público exterior como sinais de credibilidade.

Se todos dentro da organização comunicarem de forma eficaz, o ambiente laboral terá muita mais força anímica, gerando um grande laço laboral entre os funcionários, que se traduzirá em resultados finais excelentes pois todos trabalham para o mesmo objetivo: o bem-estar da organização que representam.

A comunicação organizacional pode ser etiquetada em dois géneros: a formal e a informal.

Como afirma (Rego 2010: 199) “A compreensão dos fenómenos comunicacionais não pode bastar-se com as considerações atinentes à comunicação interpessoal. É necessário lançar um olhar sobre os fluxos e as estruturas de comunicação – seja ela formal ou informal.”

(Rego 2010: 199) sustenta que “(...) denomina-se comunicação formal a que é oficial, sancionada pelas autoridades organizacionais. Normalmente (mas não necessariamente), esta comunicação é escrita (...). A restante é informal – é mais espontânea e ocorre independentemente dos canais oficiais.”

Se por um lado, a comunicação formal é baseada em características tais como “(...) controlada pelos níveis hierárquicos da organização; bem-estar dos funcionários (delimitar tarefas, funções e objectivos); capacidade de controlo das acções; limitação na partilha de informação e menos flexibilidade nos processos de integração e motivação”, as redes informais “não são controladas pelos níveis hierárquicos da organização”. (Nunes 2011: 35). A formal é uma comunicação assente em protocolos, que segue regras e canais estabelecidos entre os diferentes níveis hierárquicos da organização. A informal comporta um estilo mais casual e utiliza na sua produção uma linguagem simples que não segue os canais estabelecidos. A comunicação formal pode ser qualificada em quatro géneros segundo Joseph Chilver (1984):

Descendente: é veiculada do topo da hierarquia para a base e “é a que flui dos níveis hierárquicos superiores para os inferiores. Consubstancia-se em instruções de trabalho, directrizes, repreensões e elogios, palestras de divulgação, procedimentos, avisos, informações, circulares, manuais, publicações da empresa.”

Horizontal: circula no mesmo patamar da pirâmide e “é a que decorre entre pessoas do mesmo nível hierárquico. Prossegue três funções principais: a coordenação do trabalho, a partilha de informações e a resolução de problemas interdepartamentais.”

Ascendente: sobe da base para o topo hierárquico e “concede aos subordinados a oportunidade de se exprimirem e sentirem-se parte integrante da organização.” (Titoce 2012: 19)

Lateral: dissemina-se entre diferentes níveis da ordem hierárquica.

A comunicação formal respeita os padrões vigentes na organização, dá credibilidade ao que é comunicado, oferece uma interpretação clara e objetiva do que se pretende comunicar. Esta forma de comunicar é de maneira geral escrita e movimenta-se devidamente registada e arquivada na organização. Exemplos deste tipo de comunicação num município são os ofícios, formulários para diferentes pedidos, entre outros.

A comunicação informal é a chamada “boca-a-boca” e não segue as linhas editoriais da comunicação formal. Não se apresenta normalmente pela forma escrita mas sim pela oral e é na sua maioria a linguagem utilizada no quotidiano dentro de uma qualquer organização. Provém, maioritariamente, de forma espontânea e é tão importante como a comunicação formal. A comunicação informal pode ser por exemplo a conversa no corredor, no bar ou uma simples chamada a avisar outro colega que um documento (formal) já foi enviado. Este estilo de comunicação não deve ser encarado como maléfico, mas sim como dinamizador do ambiente laboral, desde que seja devidamente utilizado e não dê aso a boatos ou situações que prejudiquem terceiros, inclusive o bom nome da organização.

Concluindo, “para garantir um fluxo de informação saudável dentro da organização é fundamental que a comunicação utilize os canais formais e informais.” (Titoce 2012: 18)

A comunicação organizacional divide-se em dois segmentos de aplicação, essenciais para alcançar os objetivos de sucesso comunicacionais de uma qualquer entidade. É, desta forma, a comunicação interna e externa que vai dar corpo à rede estrutural de uma correta planificação estratégica da comunicação organizacional.

Comunicação interna

A comunicação organizacional é regida por dois vetores com importância similar que não podem ser descurados na organização estratégica comunicativa de qualquer empresa.

A comunicação interna é, assim, a simbiose que determinada organização mantém com todo o seu público interno. Esta simbiose permite à empresa criar laços sociais entre todos os que contribuem para o sucesso da empresa, aumentando a motivação dos colaboradores e estabelecendo regras internas que promovam o bom ambiente de trabalho e dinamizem as relações humanas dentro de todo o corpo de trabalhadores que constitui a empresa, desde a hierarquia mais alta até à mais baixa, a comunicação entre todos é fundamental para fortalecer os vínculos profissionais dentro da organização.

Segundo (Serrano 2001: s/p) *apud* (Ventura 2012: 16)

a comunicação interna está a ser reconhecida pelas organizações que a aplicam como um factor-chave para a rentabilidade e um importante aliado para conseguir alcançar os seus objectivos em situações de mudanças. A comunicação interna deverá conseguir criar um clima de comprometimento e integração de todos, incrementar a motivação e a produtividade.

A importância da comunicação interna é defendida por vários autores que sustentam o êxito dos desafios atuais das empresas na boa/má comunicação interna que praticam no seu esqueleto funcional empresarial. Exemplo desta defesa são os autores Westphalen 1992; Kunsh, 2003; Rego, 2010 *apud* (Titoce 2012: 18) ao afirmarem que

a comunicação interna tem como algumas das suas principais funções facultar e facilitar a compreensão de factores técnicos e humanos, bem como as contrariedades e as obrigações dos funcionários, de desencorajar a deturpação de factos, a construção de rumores e de boatos e a consequente informação falsa que provocam a diminuição de eficácia do/no trabalho.

Uma organização tal como uma casa necessita de uma estratégia adequada de utilização para que todos se entendam nela, mesmo que apenas uma pessoa a habite.

Assim sendo, a informação precisa de cuidados especiais para que seja útil. No quotidiano, quantas não são as vezes que escrevemos uma lista de compras ou de tarefas que temos de executar para que na dita “hora H” essa informação não seja esquecida ou confundida.

Nas organizações esta eficácia de manuseamento dos elementos informativos atua de semelhante forma face ao exemplo que descrevemos anteriormente da lista de compras/tarefas. Isto porquê? Porque numa organização caso a informação não seja tratada com

transparência, clareza e rigor a mesma pode originar mal entendidos que por sua vez podem culminar em conflitos e estes em perdas de altíssimo valor naqueles que são os objetivos primários de determinada organização. A informação/ comunicação é, portanto, o instrumento base do sucesso de uma qualquer organização/ instituição. Como afirma (Ventura 2012: 17),

A comunicação interna deverá assim, na nossa opinião, conseguir: informar e integrar todos os colaboradores; proporcionar a todos os conhecimentos das transformações ocorridas no ambiente de trabalho; envolver os colaboradores no andamento dos negócios; e facilitar a comunicação organizacional – ser clara e objectiva o que ajudará a facilitar a interacção com todos os sectores a laborar de forma a tornar possível o envolvimento de todos os colaboradores com os objectivos da organização.

Para esta conclusão é importante ainda referir a opinião sobre este assunto de (Beirão 2008: 85) *apud* (Ventura 2012: 27) que consta na seguinte transcrição “cabe ainda à comunicação interna conseguir desencorajar conjeturas ou deturpação de factos e informação errónea, tornando as mensagens claras para que os equívocos não diminuam a eficácia do trabalho individual”.

A comunicação interna atua como uma âncora na coesão e coordenação dos trabalhos da organização. Esta forma de interagir torna comum a todos os membros os passos fundamentais tomados pela chefia, mantendo-os a par da situação organizacional. Através da comunicação interna são potencializadas relações interpessoais e são fomentadas ondas de espírito de entajuda permanentes.

Esta não discrimina nenhum departamento pois todos são igualmente importantes para a correta manutenção da entidade.

A comunicação interna desempenha sete funções cruciais numa organização, sendo elas:

Função Informativa: Faz com que a informação se torne conhecida, veicula conhecimento;

- Função de Integração: Cria um espírito de pertença, de partilha dos mesmos objetivos, comum a todos os funcionários; Função de Retroação: Fomenta o diálogo entre todos os trabalhadores;
- Função de Sinal: Significa a partilha de mensagens de forma homogénea;
- Função Comportamental: Tem como objetivo incutir em todos os funcionários a movimentação dos mesmos num único sentido;

- Função de Mudança: Prepara os trabalhadores para possíveis cenários de mudança;
- Função Imagem: Habilita os funcionários de informações fundamentais para que estes assegurem a comunicação de uma imagem positiva da organização.

(Lionel Brault 1993) *apud* (Sales 2011:29)

Se fizermos uma análise de todas estas variáveis concluímos que é fundamental sublinhar os fatores que podem influenciar a prática das mesmas no âmbito de criar uma comunicação interna saudável na autarquia. Estes fatores interferem no processo de comunicação, podendo criar barreiras difíceis de ultrapassar quando mal geridos. Uma comunicação autárquica interna coerente deve iniciar-se pelo uso do manual de acolhimento. Quando um novo trabalhador é recrutado, deve dar-se-lhe a atenção devida não só porque este vai ter um papel único na autarquia, mas também porque é novo e não conhece, à partida, o funcionamento da instituição. Neste sentido, e para que o funcionário tenha uma integração adequada ao ambiente de trabalho, a autarquia deve dispor de um manual de acolhimento onde esteja representada a missão, a cultura, os valores e o plano de atuação da autarquia. Isto proporcionará ao novo elemento uma relação de confiança que conduzirá ao esforço contínuo de trabalhar nos objetivos a que se propõe. Uma comunicação interna bem estruturada fomenta as relações interpessoais, o espírito de equipa, as bases de confiança e o positivismo psicológico dos trabalhadores. Este bem-estar dos trabalhadores resulta em pessoas mais criativas e mais habilitadas a encontrarem soluções para os problemas que se lhe apresentem. Se os trabalhadores sentirem o seu trabalho valorizado, com certeza terão muita mais vontade de continuarem a dar o seu melhor em prol dos objetivos da autarquia, elevando a imagem da mesma em detrimento de outras.

É certo que a comunicação interna de uma autarquia é maioritariamente oral pois é utilizada no dia-a-dia dos funcionários, mas as estratégias de comunicação interna devem contemplar todos os outros meios disponíveis tais como a comunicação escrita, a comunicação audiovisual e as tecnologias de informação. Uma vez que a comunicação oral é a que se destaca nesta grelha de instrumentos comunicacionais associados à comunicação interna, é pertinente destacarmos alguns procedimentos que devemos ter em atenção quando falamos de comunicação oral. Este tipo de comunicação por ser rápida, permite uma troca de ideias muito *sui generis* e que facilmente pode ser distorcida, uma vez que não usa, por norma, canais formais para ser partilhada. Isto faz com que muitas vezes, num meio laboral dê origem a boatos, algo que pode ser muito maléfico para a

integridade da autarquia. Seja um boato entre funcionários ou sobre um assunto da autarquia, os mesmos devem ser evitados pois a propagação que estes podem tomar pode ser mesmo catastrófica.

E como é que um técnico de comunicação pode trabalhar no sentido de evitar estas situações? Fomentando a comunicação interna, tanto a nível informal, produzindo ações entre trabalhadores que visem o convívio e boas relações interpessoais assim como fornecer aos funcionários material informativo suficiente sobre todas as ações da autarquia a fim de estes terem como se defender de boatos que possam ser originados fora da autarquia. Se os trabalhadores tiverem plena consciência de tudo o que ocorre dentro da autarquia, dificilmente a organização será fortemente abalada por falsos boatos sobre o seu funcionamento. Tudo começa na comunicação interna, e apenas podemos criar uma comunicação externa irrepreensível se a comunicação interna for exemplar e funcionar a cem por cento.

Como afirma (Ventura 2012: 17)

A participação de todos os colaboradores em todo o processo organizacional é condição essencial para o bom andamento da organização. Por isso, consideramos que se a organização comunicar bem internamente, terá mais possibilidade de aumentar a sua eficiência organizacional o que ajudará ao seu sucesso e engajam-se os colaboradores para actuarem como porta-vozes informais da organização.

A comunicação interna apenas pode ser eficaz se forem utilizadas as vias formais e informais para comunicar. A rede formal é aquela que se baseia na hierarquia de cargos e pode movimentar-se em diferentes direções.

Comunicação externa

Como analisamos anteriormente, a comunicação interna é de todo absoluta numa qualquer instituição, seja ela de ordem pública ou privada. No entanto, esta não pode estar desligada de uma comunicação externa existente e eficaz. A comunicação externa é de forma simples, a imagem que o público tem da instituição e as permutas de informação ou relações sociais que a mesma troca com o meio ambiente que a rodeia. A comunicação externa deve tratar de todas as informações que se prendam com os serviços disponibilizados pela instituição.

A comunicação externa deve ser aplicada para transmitir os sucessos da instituição, os serviços que disponibiliza, a evolução da mesma e todas as outras informações que sejam pertinentes e de interesse público. Desta forma, estaremos a contribuir para uma construção da identidade organizacional clara e objetiva sem espaço para rumores e falsos dados informativos.

Ainda nesta ordem de ideias, (Lopez 2007) *apud* (Fernandes 2011: 9)

uma comunicação externa eficaz deve ser global, integrada, constante, planificada e honesta. Global uma vez que deve contemplar todos os instrumentos de comunicação possíveis. Integrada porque deve garantir que as mensagens sejam coerentes nos diferentes canais e que respeitem uma planificação previamente definida. Constante uma vez que a eficácia da comunicação vai depender do envolvimento do nosso público, que deve estar sempre informado. Planificada porque as acções a desempenhar vão ter como objectivo atingir as metas previamente estipuladas pela liderança. E, por fim, honesta por considerar que as mensagens falsas acabam por ser descobertas e quebram a confiança entre o público e a organização.

A comunicação externa toma também grande destaque na imagem organizacional que é construída em torno da instituição. Esta (comunicação externa) oferece ao aos públicos da instituição elementos cruciais na formação de uma imagem corporativa.

A comunicação municipal externa obriga à existência de um sistema que permita o diálogo/ interação entre os cidadãos e os representantes políticos ou funcionários da instituição. Podemos ainda analisar a comunicação municipal externa como a avaliação que os cidadãos fazem da escolha política para os governar. Caso esta comunicação não seja severamente eficaz, a equipa política vigente põe em risco todo o trabalho desenvolvido até ao momento. Esta forma de comunicação é também “um canal de «prestação de contas», por parte dos políticos eleitos, e de «vigilância» dos cidadãos em relação aos projectos e à operacionalidade dos programas apresentados durante os processos eleitorais”. (Mapanzene 2013: 27)

Desta forma, é pertinente que em todas as autarquias sejam adotadas estratégias

comunicacionais adaptadas ao público-alvo e que por meio da imprensa, do serviço de atendimento, dos *sites*, dos eventos promocionais, entre outros, a informação circule em parâmetros de sucesso face ao olhar crítico da “plateia”. Neste baralho de estratégias de comunicação, o criador de comunicação precisa de ter em conta o público a que se dirige pois ele é o principal destinatário das mensagens que o mesmo constrói. Neste segmento, é impreterível analisar os “currículos *vitae*” dos recetores a fim de verificar todas as ambiguidades que existem. Critérios como a idade, a condição social e financeira, residência entre outros não devem ser descurados na diferenciação do relacionamento dos destinatários com a organização. Para que a comunicação resulte numa combinação de excelência na conquista dos seus objetivos, os profissionais da área deverão conhecer minimamente o público a que se destinam as suas ações, isto porquê? Porque o público externo não é, regularmente, homogêneo. Quer isto significar que o público possui diferentes níveis de afinidade com a organização, “sejam munícipes, colaboradores, fornecedores, governantes, média, autoridades locais, empresas ou instituições locais”. (Fernandes 2011: 10)

As suas crenças, cultura, opções religiosas, sociais, desportistas, condição profissional, pessoal e financeira são elementos chave a que devemos prestar a máxima atenção caso queiramos transmitir de forma eficiente a informação pretendida. Estes critérios são ainda fundamentais na escolha do método que vamos adotar para fazer circular a informação. Existem quatro métodos possíveis: expositivo, interrogativo, demonstrativo e ativo. Segundo o dicionário da língua portuguesa Houaiss de (Houaiss e Villar 2003: 5471) adotamos duas atribuições à palavra método por entendermos que são as mais adequadas ao seu significado no presente trabalho. A primeira consiste em “procedimento, técnica ou meio de se fazer alguma coisa, esp. de acordo com um plano <há dois m. diferentes para executar esta tarefa> e o segundo traduz-se em “procedimento organizado, lógico e sistemático de pesquisa, instrução, investigação, apresentação etc. <m. analítico, dedutivo>.

Analisados os significados atribuídos à palavra em questão inscritos no dicionário que referimos *a priori*, podemos concluir que método é o percurso utilizado para atingir um objetivo, sendo este a propagação de informação de forma adequada ao meio e às circunstâncias.

Os métodos constituem-se como instrumentos elementares na criação de comunicação por parte do profissional, contribuindo para desenvolver o processo comunicacional. Segundo (Camilo 1998: 29)

é necessário conceber, de uma forma mais alargada, a comunicação municipal, entendida como um conjunto de práticas interlocutivas de mediação entre os objectivos e as acções realizadas pela estrutura institucional do município e as expectativas e os desejos da sociedade civil, enquadrados numa estrutura social concreta e com uma identidade específica.

Os métodos utilizados devem prever a atuação de práticas interativas com os cidadãos de forma a melhorar a relação de confiança e de conhecimento sobre todos os assuntos que diretamente envolvem os munícipes.

Agir de acordo com um determinado método pressupõe uma antecipada análise dos objetivos.

II- As autarquias locais

As autarquias locais ganharam voz e ação sobretudo com a Revolução de 25 de Abril de 1974. Esta marcou um novo rumo na política nacional, mas também na local, auferindo a esta última um papel fulcral alures desconhecido até à data.

Se durante o regime salazarista, o poder local era a imagem do poder central, com a queda do regime que durante anos circunscreveu Portugal a uma rígida ditadura, os atores políticos nos meios locais adotaram uma função estruturante, agregadora e de renovação de conceitos, ideologias e crenças.

As autarquias têm hoje em dia uma importância de extrema sensibilidade no panorama político nacional, devido também às atribuições independentes de que usufruem em termos de gestão de orçamento e de serviços.

O avanço tecnológico proporcionou ao mundo uma forma diferente e rápida de comunicar, atendendo a esta facto, também as autarquias se devem adaptar às novas realidades comunicativas e às novas necessidades de informação sentidas pelos munícipes. É necessário trabalhar a comunicação como uma arma, uma arma poderosa que tão depressa age a favor da instituição como com a mesma rapidez a destrói e aos seus representantes.

É a nível local que a proximidade entre autarcas e munícipes regista presença, portanto, é importante que se saiba comunicar e que as autarquias forneçam aos seus públicos uma resposta célere e eficaz em diversas áreas. Como realça (Sampaio 2010: 11) “As câmaras municipais transformaram-se em centros de poder, que vivem em boa parte da imagem que os líderes e as suas equipas, de uma forma cada vez mais sofisticada, conseguem transmitir.”

As autarquias locais têm como missão ajudar na resolução de problemas, bem como na afirmação de direitos e defesa dos interesses e aspirações das suas populações.

É urgente perceber algumas dimensões relacionadas com as autarquias para melhor percebermos de que forma as mesmas podem e devem comunicar pois como afirma (Neiva 2012: 1) “A proximidade junto das populações constitui uma realidade inegável que coloca as autarquias locais numa situação privilegiada no que concerne ao desenvolvimento local, regional e nacional.”

Conceito de autarquia

A palavra autarquia deriva do grego *αυταρχία*, que por sua vez é a junção de *αυτός* (que tem como significado “si mesmo”), e *αρχω* que significa “comandar”.⁵

Para melhor entendermos a complexidade de um conceito tão pertinente neste trabalho, recorreremos ao Dicionário Online Priberam que apresenta diferentes conceitos para a palavra, sendo o mais apropriado para este trabalho a definição que expõe como número 5 e onde é escrito que autarquia é uma “entidade administrativa com órgãos e que actua com autonomia em relação ao poder central (ex.: autarquia local; freguesias e municípios são autarquias).”⁶

O Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa define o substantivo feminino de autarquia na sua segunda conceção como “...governo de um estado, província, região etc. conduzido pelos seus próprios cidadãos.” (Houaiss 2001: 998)

Na Administração Pública o conceito de autarquia é associado a uma entidade autónoma, agregada, mas descentralizada da administração pública, porém padece de fiscalização e é tutelada pelo Estado, que possui património próprio e cuja finalidade é garantir a disponibilidade de serviços que correspondam às necessidades da população que representam.

Apesar de muitos conceitos poderem ser aqui escritos, adotamos como conceito geral (a juntar aos que já foram referidos anteriormente) o de (Rocha 2005: 58) numa afirmação que defende que

Assim, as colectividades territoriais europeias – Regiões, Municípios ou outras da mesma natureza, são hoje, indubitavelmente, o paradigma de políticas personalizadas e concretas, menos ideológicas, estribadas que estão numa relação prolongada de proximidade e confiança recíprocas dos eleitos com os cidadãos, afirmando-se no terreno como a melhor e mais eficaz resposta às políticas demasiado distantes, abstractas e anónimas que a europeização e a globalização trouxeram às nossas sociedades de hoje.

Uma vez entendido o conceito da palavra, é a história das autarquias locais em Portugal que aparece como passo a seguir no entendimento do aparecimento destas instituições na nossa sociedade.

⁶ in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa 2008-2013

História das autarquias locais em Portugal

As autarquias ocupam lugar na sociedade portuguesa mesmo antes do nascimento do que conhecemos hoje como um país, de nome Portugal.

Para melhor entendermos os períodos históricos que marcam a existência de municípios iremos começar por falar no período da Alta Idade Média até à Revolução Liberal e que segundo (Delgado 2014: 16) o município medieval “é entendido tradicionalmente como uma assembleia de homens livres que se reúnem para decidir os assuntos relevantes da sua vida em comum numa determinada localidade.” Esta tese da existência de municípios na época medieval é em parte defendida por Alexandre Herculano *apud* (Bilhim 2004: 8) em que o mesmo afirma que os municípios

(...) remontam à Idade Média e são produto das circunstâncias próprias da reconquista, como forma de auto-organização de comunidades de base territorial, em consequência de, nesse período, os senhores feudais estarem mais ocupados com a guerra do que com a gestão dos seus domínios.

O aparecimento de municípios na época medieval é fruto de uma cultura de união, integração, regras de sociedade e de participação pública que já nessa altura existiam no povo medieval. Como diz (Marques 1993: 73) “(...) os objectivos essenciais da erecção dos concelhos se integram numa inequívoca política de ordenamento do território e de enquadramento social das suas gentes”.

Apesar do aparecimento destes municípios, a dependência do povo de senhores feudais continuava bem presente no seio da vida tributária, neste sentido, a conceção que hoje conhecemos como município medieval enfrentou inúmeras dificuldades de funcionamento, principalmente, porque senhores e reis cedo se aperceberam da utilidade dos municípios como aglomerados mais ou menos organizados que lhes podiam oferecer diversificadas vantagens e com isto, começaram a aparecer as cartas forais.

Os municípios de fato de já existiam antes de serem legais (através da carta foral), no entanto, as regras sociais da altura não permitiam que o povo vivesse de forma livre, tendo cada homem o seu senhor a quem deveria prestar vassalagem. Perante este cenário público

(...) o município, com a concessão do foral por parte do rei ou de um magnate da terra, assegurava o reconhecimento formal da sua existência como comunidade autónoma bem como, fixava os termos da sua relação como o poder senhorial a quem deveria responder. (Delgado 2014: 20)

Os senhores feudais ou o rei, deparavam-se frequentemente com obstáculos que lhes dificultava o papel de governar o seu povo, para isso, optaram por formalizar o processo

com a atribuição dos forais, e através deles conseguiam não só legalizar o município como ao mesmo tempo impor regras de controlo para que vissem diminuídos o conflito entre os demais habitantes. Nesta linha de pensamento escreve (Marques 1993: 72) que “(...) o grande objectivo invocado para a concessão do foral e respectiva constituição do concelho era a necessidade de responder a graves problemas de povoamento, mesmo quando não se estava numa situação de completo ermamento.”

Se a outorga de forais no século XII era feita pelos monarcas, no segundo decénio do século XIII começaram a ser outorgados forais por pessoas de diversas condições sociais. Como já referimos, a atribuição de foral foi importantíssima para o equilíbrio social do local onde se aplicava, pois o mesmo, era uma espécie de lei que os cidadãos tinham de seguir, e que foi sendo adaptada às necessidades do poder e da vida em comunidade.

Exemplo disto é a nota que foi introduzida nos forais sobre proteção do domicílio para que fossem evitadas guerrilhas de vizinhos por invasão de propriedade alheia.

Ainda segundo (Marques 1993: 86)

(...) esta minuciosa legislação, adequada a situações concretas, isoladas ou aplicadas a outras comunidades com afinidades de vária ordem, contribuiu para moldar a maneira de ser das gentes e cimentar o sentido de respeito e entreajuda, que fez do município uma das instituições com maior longevidade, na História de Portugal.

A ideia da importância dos forais não só é defendida por Marques como também por (Delgado 2014: 21) onde o mesmo explica que numa sociedade até então pouco conhecedora do verdadeiro sentido de liberdade, a atribuição de forais foi uma estratégia de dominação essencial para a época uma vez que cada homem estava subordinado a um senhor, senhor este que contava com privilégios incalculáveis, dependendo da ordem social e da classe a que pertencia. Como afirma o mesmo na sua obra *A Configuração do Poder Local na Constituição Portuguesa de 1976: A Autonomia do Poder Local e o Poder Regulamentar Municipal* do ano de 2014 na página 21

(...) assim sendo, a concessão de um foral passou a ser usada pelos senhores e pelo rei não para reconhecer realidades comunitárias já constituídas, mas sim, para a criação de comunidades de raiz, tentando pela concessão de um foral constituir, agora, uma comunidade vicinal, atraindo para uma determinada zona habitantes, fomentando assim o povoamento de certa região.

O medievalismo português contribuiu para uma enorme expansão municipal no território, cenário que foi sendo genericamente alterado a partir do reinado de D. Afonso III que conseguiu retirar aos poucos a autonomia dos municípios em prol do poder real.

Até ao reinado de D. Sancho II muitos foram os municípios que foram legalmente instituídos com carta foral. (Marques 1993: 77) diz inclusive que

a rede de municípios foi crescendo e apertando as suas malhas, ao longo do

reino, não obstante as campanhas militares de reconquista, prosseguidas por D. Sancho II, em cujo reinado se regista a criação de vinte e quatro novos municípios, sendo quase um terço devido à intervenção de pessoas alheias à coroa.

Depois desta fase, a autonomia dos municípios vai perdendo lugar em detrimento do poder régio. No reinado de D. Afonso III são nomeados pela primeira vez meirinhos-mores que no dicionário Houaiss da Língua Portuguesa meirinho-mor significa: .

D. Dinis, aproveitando a tendência da concentração dos poderes régios e da separação de órgãos judiciais, institucionaliza o poder dos corregedores régios e dos juizes de fora que serviam para controlar os excessos das classes privilegiadas, tinham funções administrativas, judiciais, atuavam junto da população e dos senhores feudais.

Já com D. Manuel surge a reforma dos forais atribuídos até à data, atualizando-os nas suas disposições e uniformizando a sua aplicação em todo o Reino, declarando desta forma o poder real como primeira instância de soberania e de governação.

Nesta altura os concelhos funcionam apenas como um instrumento de controlo e de poder sobre os cidadãos. No século XVI, são estes concelhos mais importantes do reino que são responsáveis pela cobrança da SISA e que ao mesmo tempo têm a responsabilidade de recrutar militares.

No período das Ordenações Filipinas afirma (Delgado 2014: 25) que “(...) era conferido ao corregedor o dever de fiscalizar a boa governação dos concelhos tendo para isso poderes tutelares alargados” contribuindo esta atividade para o declínio da supremacia municipal.

Por conseguinte, no domínio de D. Maria I (vésperas das constituições liberais) os municípios já não gozam de nenhum estatuto de autonomia que outrora tinham conhecido. E o mesmo autor, Delgado (2014: 25) complementa que

o advento do iluminismo traz consigo a noção de uma soberania una e indivisível, onde se rejeita o pluralismo institucional, com a sua multiplicação de centros de poder; onde se recusa que o rei partilhe a legitimidade da sua autoridade com outras realidades institucionais, tais como os concelhos ou os senhorios.

Se por um lado o poder régio se autoproclamava como único e legal, a dificuldade de se fazer sentir em alguns locais não pode ser marginalizada. A dificuldade dos acessos, a distância e não disposição de meios para comunicar tornavam a tarefa complicada e assim, os concelhos, na sua maioria supervisionados por juizes da terra, conseguiram manter o seu estatuto e fugir em parte ao domínio régio que na altura prevalecia. (Delgado 2014: 26) declara que “por esta via, ainda que enviesada, os municípios portugueses vão por muitos anos conservando a sua autonomia fáctica, mesmo que de uma forma quase clandestina, contra as investidas do poder central.”

Outra fase determinante na história portuguesa municipal é o liberalismo (1820-1910) que tem início com a revolução liberal de 1820 e termina em 1910 com a Revolução Republicana.

Segundo Delgado

o período Liberal é um tempo de mudança, de rutura com o passado. Um tempo onde se procura a racionalização, a técnica e a ciência como conceitos à aplicar a tudo, inclusive à atividade administrativa do Estado, e como não podia deixar de ser, aos concelhos. (Delgado 2014: 29)

É nesta altura que os ideais descentralizadores ganham terreno e as autarquias começam aos poucos a obter um pouco das regalias que já tinham conhecido no seu apogeu. As Constituições Liberais tinham precisamente como objetivo descentralizar o poder e atribuir novas competências aos municípios. Em 1822 e a Constituição que lhe ficou associada, determina vários artigos para a administração local, um deles seria por exemplo a existência de Câmaras em todos os locais onde a população e o bem comum o justificasse. A Carta Constitucional de 1826 seguindo esta linha de práticas, é substituída pela Constituição de 1838 que

também consagrava uma especial atenção aos municípios dedicando-lhes um título sob a epígrafe «Do Governo Administrativo e Municipal», prevendo no seu artigo 130.º a existência em cada concelho de uma «Câmara Municipal eleita directamente pelo povo». (Delgado 2014: 30)

A este período segue-se o aparecimento de diferentes Códigos Administrativos, contrariando estes ventos de democratização e centralizando e hierarquizando a administração local. Um bom exemplo desta mudança de estratégia administrativa foi a atitude de Passos Manuel que em 1836 extinguiu 445 concelhos. Em 1842 surge um novo Código com tendências ainda mais centralizadoras, que vigora até 1878, ano em que um Novo Código Administrativo descentralizador é criado, como comprova (Cunha e Fonseca 2005: 40) “a reforma descentralizadora de Rodrigues Sampaio (1875-1890) promoverá sem dúvida um dos mais profundos desenvolvimentos das coordenadas da vida municipal portuguesa e também da História do Municipalismo.”

Esta apenas se mantém até 1886, onde voltam a dominar políticas centralizadoras até ao ano de 1896.

A 1ª República foi outra fase crucial na vida autárquica dos municípios portugueses criados até à data.

A Revolução de 5 de outubro de 1910 marcou a 1ª República que a história de Portugal conheceu, durando até 1926 quando o regime do Estado Novo iniciou o seu governo.

A Constituição desta República tinha nas suas bases filosofias políticas bastante descentralizadoras e segundo (Capela 2005: 2) “a República (1910-1926), manter-se-á nas pegadas doutrinárias legadas pelos ideários de Oitocentos, fazendo também seu o programa da descentralização e municipalização da administração e território.”

A República definia na sua Constituição que o poder central não tinha o direito de intervir na administração local, renegando qualquer ato de poder centralizador do governo central. Apesar de todas estas mudanças favoráveis a um novo cenário político, o período conturbado associado à 1ª República influenciou também a estabilidade da governação local. A 1ª República concedeu inúmeras competências aos municípios, no entanto, e face à autonomia de que os mesmos usufruíam, estes continuavam com problemas gravíssimos que punha em causa a sua “independência”, um exemplo destas dificuldades eram os fracos financiamentos que limitavam a sua ação e liberdade de atuação. Delgado na sua obra “A Configuração do Poder Local na Constituição Portuguesa de 1976: A Autonomia do Poder Local e o Poder Regulamentar Municipal” do ano de 2014 na página 33 afirma

Assim, se é certo que existia uma aparente vitalidade autonómica, onde o concelho, por força de uma Constituição que lhe prevê um grau elevado de independência face ao Governo, assumia-se como um verdadeiro poder, na prática esse poder concelhio não há de passar dos textos constitucionais aos factos; da lei à realidade da sua vivência administrativa diária.

Desta dificuldade de imposição dos ideais republicanos até à Revolução de 1926 que marcou o início do chamado Estado Novo foi um percurso relativamente fácil e de pequena duração.

A Constituição de 1933 marcou o início da ditadura militar que duraria até 1974. Esta Constituição na teoria, reconhecia as autarquias locais como estruturas de governação da Nação. Na teoria estas seriam responsáveis por efetivar o bem-comum e satisfazer as necessidades dos seus habitantes. Mas na prática tal filosofia não teve aplicação e como defende (Rocha 2005: 109) “Assim, sob a capa de uma administração descentralizada, o Estado Novo, cedo foi abandonando «a pureza do Corporativismo»” e foi tomando os passos de um Estado fortemente centralizador e opressivo.

No período salazarista os municípios não dispunham de grandes receitas próprias, sendo o seu financiamento participado pelo poder central. Além de não terem qualquer poder autónomo, os municípios eram tutelados em absoluto pelo poder central, pois era a partir desta centralidade que eram escolhidas os corregedores de freguesia e os presidentes de câmara, sujeitando deste modo as autarquias a um forte e apertado controlo do governo central.

Delgado (2014: 36) diz em forma de síntese que

No Estado Novo regressa-se a filosofia centralizadora, onde os municípios transformam-se em administrações indiretas do Estado Central, fruto da doutrina autoritária e tendencialmente controladora do novo regime. Regime esse que há de vigorara por quase 50 anos, até a Revolução de Abril”

período que iremos analisar de seguida.

- Pós-Revolução de 25 de abril de 1974

É com as novidades políticas posteriores à Revolução de 25 de abril de 1974 que os municípios conhecem um desenvolvimento estruturante.

As autarquias locais após 1974 têm um papel crucial na construção de um país com ideais opostos aos praticados durante o regime ditatorial que vigorou de 1933 até 1974 em Portugal.

Neste seguimento, o poder local é reconhecido no novo ordenamento político-administrativo e passa a ser fundamental para a mobilização social e política do novo cenário governativo da Nação. Para melhor desempenharem o papel de que estavam encarregues, às autarquias locais foram agregadas três áreas de atuação territorial local que viriam a ser os pilares base da intervenção a nível local.

As áreas de que falamos foram a lei da autonomia, das finanças locais e da separação dos setores.

Toda esta importância associada às autarquias locais e ao poder local é sublinhada por (Delgado 2014: 69) onde o mesmo afirma que “(...) a Constituição logo ao referir-se aos seus princípios fundamentais, consagra a autonomia das autarquias locais como sendo um desses princípios – art. 6 n. 1 CRP.”

Neste documento as autarquias locais passam a usufruir de um título único, o de Poder Local, podendo ser analisado na Constituição da República Portuguesa no Título VIII da III Parte que contém cinco capítulos, e destes cinco capítulos, trinta e um artigos.

Se segundo (Bilhim 2004: 10) “A 25 de Abril de 1974, o município era uma instituição administrativa e politicamente diminuída e desacreditada, resultado do modelo centralizador que presidiu à organização administrativa do Estado Novo” depois de 1974, a instauração formal do poder local deu-se através da realização das primeiras eleições autárquicas no célebre dia 12 de dezembro de 1976.

O poder local tem como missão o desenvolvimento social da comunidade em que está incumbido de interagir, funcionando também como alavanca de progresso económico.

Segundo Fernandes (1992) *apud* (Ceboleiro 2012: 23) “(...) o poder local tende a situar-se no centro da própria vida democrática, constituindo-se como motor de dinamização da atividade coletiva nas suas mais diversas expressões.”

De forma resumida vimos que as autarquias ultrapassaram já na sua história diversas fases, de altos e baixos, que as moldaram e que lhes conferiram o carácter essencial que hoje têm por nunca terem desaparecido e porque conseguiram resistir às diversas tentativas de as extinguir. A emancipação das autarquias locais está intrinsecamente relacionada com a importância que assumem no carácter político local e que por sua vez, influencia o panorama nacional. As autarquias locais privam de perto com os cidadãos, sendo de fácil entendimento as necessidades do povo, criando relações de grande proximidade entre as autarquias e o seu público-alvo, facto que contribui para que as estratégias tomadas pelo executivo vão ao encontro das carências que os municípios lhes transmitem, e que por sua vez, se consiga alcançar a satisfação dos cidadãos. (Bilhim 2004: 12) afirma que

As autarquias alcançaram uma dinâmica própria e deram um salto qualitativo, estando patente a emergência de um novo Município que em nada se parece àquele que vigorou no Estado Novo. É o contra-ciclo do Estado Novo. Agora é a periferia a assumir o seu destino e até a querer já controlar ou pelos menos influenciar fortemente o centro (Governo).

Em suma, as autarquias locais são responsáveis pelo gerenciamento da atividade local do território nacional, e se a sua história de sobrevivência foi quase sempre conturbada e marcada por regimes ditatoriais e medidas que pretendiam a sua extinção, facto é que a partir da Revolução de 1974 facilmente os atores políticos perceberam a importância das autarquias locais no seu objetivo de democratizar a Nação e por esta realidade, a Constituição de 1976 que ainda hoje nos rege (com algumas revisões) surgiu com a representação bem explícita do papel destes órgãos autárquicos na vida social, económica e política que o país acabava de iniciar. O autor (Delgado 2014: 73) sustenta que

(...) a Constituição ao consagrar a existência de autarquias locais como sendo um dos seus princípios organizacionais fundamentais, assim como ao erigir a autonomia local – i.e. o Poder Local – como um limite à revisão constitucional, quis afirmar a sua opção essencial a respeito da forma como pretendia fazer a distribuição dos poderes, como pretendia que o Estado se organizasse.

Sobre a organização das autarquias, as suas competências e outros assuntos falaremos a seguir, em outro capítulo dedicado ao tema.

Composição das autarquias locais

As autarquias locais ganharam voz e ação sobretudo com a Revolução de 25 de abril de 1974, como já vimos em capítulos anteriores.

Esta (Revolução) marcou um novo rumo na política nacional, mas também na local, auferindo a esta última um papel fulcral algo desconhecido até à data.

A democracia trouxe um novo caminho ao Homem português, no seu conceito de cidadão, pois a chama da mudança incendiou uma sociedade apagada por Salazar que viu renascer um projeto novo de vida em comunidade, uma nova esperança de liberdade, de vivência, de uma sociedade corajosa em rutura e avanços.

Apesar da Constituição da República Portuguesa enunciar três espécies de autarquias locais (freguesias, municípios e as regiões administrativas) apenas os municípios nos são necessários para esta investigação. Desta forma, as autarquias locais existentes (308 municípios, segundo a ANMP estão constitucionalmente previstas no título denominado “Poder Local”, título este com o número VIII deste documento consignado como a lei máxima do país. No portal oficial da República Portuguesa disponível no endereço www.portugal.gov.pt podemos ler sobre a Constituição da República Portuguesa que a mesma

Consagra os direitos fundamentais dos cidadãos, os princípios essenciais por que se rege o Estado português e as grandes orientações políticas a que os seus órgãos devem obedecer, estabelecendo também as regras de organização do poder político. Define a estrutura do Estado, ou seja, as funções dos quatro órgãos de soberania (Presidente da República, Assembleia da República, Governo e Tribunais) e dos órgãos de poder político (regiões autónomas e autarquias) e a forma como se relacionam entre si.

As autarquias dispõem assim e com vista à correta prossecução das suas metas: património, finanças, receitas, poder regulamentar e quadros de pessoal próprio.

Órgãos das autarquias:

Assembleia Municipal - Órgão deliberativo do município constituída por membros eleitos diretamente em número superior ao dos presidentes de junta de freguesia, que a integram (CRP Título VIII – Capítulo III/Artigo 251º).

Ricardo (2014: 84) escreve que as competências da assembleia municipal passam por:

- a) Aprovar o modelo de estrutura orgânica;
- b) aprovar a estrutura nuclear, definindo as correspondentes unidades orgânicas nucleares;
- c) definir o número máximo de unidades orgânicas flexíveis;
- d) definir o número máximo total de subunidades orgânicas;

- e) definir o número máximo de equipas multidisciplinares, bem como o estatuto remuneratório dos chefes de equipa;
- f) definir o número máximo de equipas de projeto.

Segundo a Lei nº 75/2013, de 12 de setembro, artigo 42º citado por (Ricardo 2014:102)

1- A assembleia municipal é constituída por membros eleitos diretamente em número superior ao dos presidentes de junta de freguesia, que a integram.

(Redacção alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11.01)

2- O número de membros eleitos diretamente não pode ser inferior ao triplo do número de membros da respetiva câmara municipal.

3- Nas sessões da assembleia municipal participam os cidadãos que encabeçaram as listas mais votadas na eleição para as assembleias de freguesia na área do município, enquanto estas não forem instaladas.

(Redacção alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11.01)

Conforme o disposto no artigo 25º, da Lei nº75/2013, de 12 de setembro à Assembleia Municipal estão associadas as Competências de apreciação e fiscalização, disto decorre que:

1 – Compete à Assembleia Municipal, sob proposta da Câmara Municipal:

- a) Aprovar as opções do plano e a proposta de orçamento, bem como as respetivas revisões;
- b) Aprovar as taxas do município e fixar o respetivo valor;
- c) Deliberar em matéria de exercício dos poderes tributários do município;
- d) Fixar anualmente o valor da taxa do imposto municipal sobre imóveis, bem como autorizar o lançamento de derramas;
- e) Pronunciar-se, no prazo legal, sobre o reconhecimento pelo Governo de benefícios fiscais de impostos cuja receita reverte para os municípios;
- f) Autorizar a contratação de empréstimos;
- g) Aprovar as posturas e os regulamentos com eficácia externa do município;
- h) Aprovar os planos e demais instrumentos estratégicos necessários à prossecução das atribuições do município;
- i) Autorizar a câmara municipal a adquirir, alienar ou onerar bens imóveis de valor superior a 100 vezes a RMMG, e fixar as respetivas condições gerais, podendo determinar o recurso à hasta pública, assim como a alienar ou onerar bens ou valores artísticos do município, independentemente do seu valor, sem prejuízo do disposto no artigo 33º (alienação de bens e valores artísticos do património do município é objeto de legislação especial);
- j) Deliberar sobre formas de apoio às freguesias no quadro da promoção e salvaguarda articuladas dos interesses próprios das populações;
- k) Autorizar a celebração de contratos de delegação de competências entre a Câmara Municipal e o Estado e entre a Câmara Municipal e a entidade intermunicipal e autorizar a celebração e denúncia de contratos de delegação de competências e de acordo de execução entre a câmara municipal e as juntas de freguesia;
- l) Autorizar a resolução e revogação dos contratos de delegação de competências e a resolução dos acordos de execução;
- m) Aprovar a criação ou reorganização dos serviços municipais e a estrutura orgânica dos serviços municipalizados;
- n) Deliberar sobre a criação de serviços municipalizados e todas as matérias previstas no regime jurídico da entidade empresarial local e das participações locais que o mesmo não atribua à câmara Municipal;
- o) Aprovar os mapas de pessoal dos serviços municipais e dos serviços municipalizados;
- p) Autorizar a câmara municipal a celebrar contratos de concessão e fixar as respetivas condições gerais;
- q) Deliberar sobre a afetação ou desafetação de bens do domínio público municipal;
- r) Aprovar as normas, delimitações, medidas e outros atos previstos nos regimes de

ordenamento do território e do urbanismo;

s) Deliberar sobre a criação do conselho local de educação;

t) Autorizar a geminação do município com outros municípios ou entidades equiparadas de outros países;

u) Autorizar o município a constituir as associações previstas no título v;

v) Autorizar os conselhos de administração dos serviços municipalizados a deliberar sobre a concessão de apoio financeiro ou de qualquer outra natureza a instituições legalmente constituídas ou participadas pelos seus trabalhadores, tendo por objeto o desenvolvimento de atividades culturais, recreativas e desportivas, ou a concessão de benefícios sociais aos mesmos e respetivos familiares;

w) Deliberar sobre a criação e a instituição em concreto do corpo de polícia municipal.

2 – Compete ainda à assembleia municipal:

a) Acompanhar e fiscalizar a atividade da câmara municipal, dos serviços municipalizados, das empresas locais e de quaisquer outras entidades que integrem o perímetro da administração local, bem como apreciar a execução dos contratos de delegação de competências previstos na alínea k) do número anterior;

b) Apreciar, com base na informação disponibilizada pela câmara municipal, os resultados da participação do município nas empresas locais e em quaisquer outras entidades;

c) Apreciar, em cada uma das sessões ordinárias, uma informação escrita do presidente da câmara municipal acerca da atividade desta e da situação financeira do município, a qual deve ser enviada ao presidente da assembleia municipal com a antecedência mínima de cinco dias sobre a data do início da sessão;

d) Solicitar e receber informação, através da mesa e a pedido de qualquer membro, sobre assuntos de interesse para o município e sobre a execução de deliberações anteriores;

e) Aprovar referendos locais;

f) Apreciar a recusa da prestação de quaisquer informações ou recusa da entrega de documentos por parte da câmara municipal ou de qualquer dos seus membros que obstem à realização de ações de acompanhamento e fiscalização;

g) Conhecer e tomar posição sobre os relatórios definitivos resultantes de ações tutelares ou de auditorias executadas sobre a atividade dos órgãos e serviços do município;

h) Discutir, na sequência do pedido de qualquer dos titulares do direito de oposição, o relatório a que se refere o Estatuto de Oposição;

i) Elaborar e aprovar o regulamento do conselho municipal de segurança;

j) Tomar posição perante quaisquer órgãos do Estado ou entidades públicas sobre assuntos de interesse para o município;

k) Pronunciar-se e deliberar sobre todos os assuntos que visem a prossecução das atribuições do município;

l) Apreciar o inventário dos bens, direitos e obrigações patrimoniais e a respetiva avaliação, bem como apreciar e votar os documentos de prestação de contas;

m) Fixar o dia feriado anual do município;

n) Estabelecer, após parecer da Comissão de Heráldica da Associação dos Arqueólogos Portugueses, a constituição dos brasões, dos selos e das bandeiras do município e proceder à sua publicação no Diário da República.

3 – Não podem ser alteradas na assembleia municipal as propostas apresentadas pela câmara municipal referidas nas alíneas a), i) e m) do nº 1 e na alínea l) do número anterior, sem prejuízo de esta poder vir a acolher em nova proposta as recomendações ou sugestões feitas pela assembleia municipal.

4 – As propostas de autorização para a contratação de empréstimos apresentadas pela câmara municipal, nos termos da alínea f) do nº 1, são obrigatoriamente acompanhadas de informação detalhada sobre as condições propostas por, no mínimo, três instituições de crédito, bem como do mapa demonstrativo da capacidade de endividamento do município.

5 – Compete ainda à assembleia municipal:

a) Convocar o secretariado executivo metropolitano ou a comunidade intermunicipal, conforme o caso, e nos termos da presente lei, com o limite de duas vezes por ano, para

responder perante os seus membros pelas atividades desenvolvidas no âmbito da área metropolitana ou comunidade intermunicipal do respetivo município;
b) aprovar moções de censura à comissão executiva metropolitana ou ao secretariado executivo intermunicipal, no máximo de uma por mandato¹.

A assembleia municipal, tendo como base a mesma lei, efetua cinco sessões ordinárias anuais podendo serem realizadas sessões extraordinárias por iniciativa do seu presidente, da mesa ou após requerimento (mediante o cumprimento dos requisitos necessários dispostos também nesta lei).

Câmara Municipal – A Câmara Municipal é o órgão executivo do município com funções representativas. A sua principal função é assegurar que os interesses públicos sejam satisfeitos, dispondo para esse efeito de poderes públicos e estando submetido a obrigações públicas, devendo sempre agir em favor do interesse público coletivo do concelho. O objetivo geral da Câmara Municipal é a produção de serviços públicos para a sua população.

“3. O órgão executivo colegial é constituído por um número adequado de membros, sendo designado presidente o primeiro candidato da lista mais votada para a assembleia ou para o executivo, de acordo com a solução adoptada na lei, a qual regulará também o processo eleitoral, os requisitos da sua constituição e destituição e o seu funcionamento.” (CRP Título VIII – Capítulo III/Artigo 239º).

Ricardo (2014: 106) escreve que segundo o artigo 56º - Natureza e constituição, (secção II) da lei nº 75/2013 de 12 de setembro:

“1- A câmara municipal é constituída por um presidente e por vereadores, um dos quais designado vice-presidente, e é o órgão executivo colegial do município, eleito pelos cidadãos eleitores recenseados na sua área.

2- A eleição da câmara municipal é simultânea com a da assembleia municipal, salvo no caso de eleição intercalar.”

Ainda sobre a câmara municipal, esta lei estabelece as competências matérias da câmara municipal no seu III capítulo (secção III- subsecção I), artigo 33º estando redigido que:

¹ Esta lei é atualmente representada pela lei nº 7-A/2016, de 30 de março, mas que no seu artigo 53º, do capítulo IV (secção I), revoga e insere as alterações da lei nº 75/2013 de 12 de setembro.

1 - Compete à câmara municipal:
Elaborar e submeter à aprovação da assembleia municipal os planos necessários à realização das atribuições municipais;

- b) Participar, com outras entidades, no planeamento que diretamente se relacione com as atribuições do município, emitindo parecer a submeter a apreciação e deliberação da assembleia municipal;
- c) Elaborar e submeter a aprovação da assembleia municipal as opções do plano e a proposta do orçamento, assim como as respetivas revisões;
- d) Executar as opções do plano e orçamento, assim como aprovar as suas alterações;
- e) Fixar os preços da prestação de serviços ao público pelos serviços municipais ou municipalizados, sem prejuízo, quando for caso disso, das competências legais das entidades reguladoras;
- f) Aprovar os projetos, programas de concurso, cadernos de encargos e a adjudicação de empreitadas e aquisição de bens e serviços, cuja autorização de despesa lhe caiba;
- g) Adquirir, alienar ou onerar bens imóveis de valor até 1000 vezes a RMMG;
- h) Alienar em hasta pública, independentemente de autorização da assembleia municipal, bens imóveis de valor superior ao referido na alínea anterior, desde que a alienação decorra da execução das opções do plano e a respetiva deliberação tenha sido aprovada por maioria de dois terços dos membros da assembleia municipal em efetividade de funções;
- i) Elaborar e aprovar a norma de controlo interno, bem como o inventário dos bens, direitos e obrigações patrimoniais do município e respetiva avaliação e ainda os documentos de prestação de contas, a submeter à apreciação e votação da assembleia municipal;
- j) Aceitar doações, legados e heranças a benefício de inventário;
- k) Elaborar e submeter à aprovação da assembleia municipal os projetos de regulamentos externos do município, bem como aprovar regulamentos internos;
- l) Discutir e preparar com os departamentos governamentais e com as juntas de freguesia contratos de delegação de competências e acordos de execução, nos termos previstos na presente lei;
- m) Submeter à assembleia municipal, para efeitos de autorização, propostas de celebração de contratos de delegação de competências com o Estado e propostas de celebração e denúncia de contratos de delegação de competências com o Estado e as juntas de freguesia e de acordos de execução com as juntas de freguesia;
- n) Submeter à assembleia municipal, para efeitos de autorização, propostas de resolução e revogação dos contratos de delegação de competências e dos acordos de execução;
- o) Deliberar sobre as formas de apoio a entidades e organismos legalmente existentes, nomeadamente com vista à execução de obras ou à realização de eventos de interesse para o município, bem como à informação e defesa dos direitos dos cidadãos;
- p) Deliberar sobre a concessão de apoio financeiro ou de qualquer outra natureza a instituições legalmente constituídas ou participadas pelos trabalhadores do município, tendo por objeto o desenvolvimento de atividades culturais, recreativas e desportivas, ou a concessão de benefícios sociais aos mesmos e respetivos familiares;
- q) Assegurar a integração da perspectiva de género em todos os domínios de ação do município, designadamente através da adoção de planos municipais para a igualdade;
- r) Colaborar no apoio a programas e projetos de interesse municipal, em parceria com entidades da administração central;
- s) Deliberar sobre a constituição e participação nas associações previstas no capítulo IV do título III;
- t) Assegurar, incluindo a possibilidade de constituição de parcerias, o levantamento, classificação, administração, manutenção, recuperação e divulgação do património natural, cultural, paisagístico e urbanístico do município, incluindo a construção de monumentos de interesse municipal;
- u) Promover a oferta de cursos de ensino e formação profissional dual, no âmbito do ensino não superior, e apoiar atividades de natureza social, cultural, educativa, desportiva, recreativa ou outra de interesse para o município, incluindo aquelas que contribuam para a promoção da saúde e prevenção das doenças;
- v) Participar na prestação de serviços e prestar apoio a pessoas em situação de vulnerabilidade, em parceria com as entidades competentes da administração central e com instituições particulares de solidariedade social, nas condições constantes de regulamento municipal;
- w) Ordenar, precedendo vistoria, a demolição total ou parcial ou a beneficiação de

construções que ameacem ruína ou constituam perigo para a saúde ou segurança das pessoas;

- x) Emitir licenças, registos e fixação de contingentes relativamente a veículos, nos casos legalmente previstos;
- y) Exercer o controlo prévio, designadamente nos domínios da construção, reconstrução, conservação ou demolição de edifícios, assim como relativamente aos estabelecimentos insalubres, incómodos, perigosos ou tóxicos;
- z) Emitir parecer sobre projetos de obras não sujeitas a controlo prévio;
- aa) Promover a observância das normas legais e regulamentares aplicáveis às obras referidas na alínea anterior;
- bb) Executar as obras, por administração direta ou empreitada;
- cc) Alienar bens móveis;
- dd) Proceder à aquisição e locação de bens e serviços;
- ee) Criar, construir e gerir instalações, equipamentos, serviços, redes de circulação, de transportes, de energia, de distribuição de bens e recursos físicos integrados no património do município ou colocados, por lei, sob administração municipal;
- ff) Promover e apoiar o desenvolvimento de atividades e a realização de eventos relacionados com a atividade económica de interesse municipal;
- gg) Assegurar, organizar e gerir os transportes escolares;
- hh) Deliberar no domínio da ação social escolar, designadamente no que respeita a alimentação, alojamento e atribuição de auxílios económicos a estudantes;
- ii) Proceder à captura, alojamento e abate de canídeos e gatídeos;
- jj) Deliberar sobre a deambulação e extinção de animais considerados nocivos;
- kk) Declarar prescritos a favor do município, após publicação de avisos, os jazigos, mausoléus ou outras obras, assim como sepulturas perpétuas instaladas nos cemitérios propriedade municipal, quando não sejam conhecidos os seus proprietários ou relativamente aos quais se mostre que, após notificação judicial, se mantém desinteresse na sua conservação e manutenção, de forma inequívoca e duradoura;
- ll) Participar em órgãos de gestão de entidades da administração central;
- mm) Designar os representantes do município nos conselhos locais;
- nn) Participar em órgãos consultivos de entidades da administração central;
- oo) Designar o representante do município na assembleia geral das empresas locais, assim como os seus representantes em quaisquer outras entidades nas quais o município participe, independentemente de integrarem ou não o perímetro da administração local;
- pp) Nomear e exonerar o conselho de administração dos serviços municipalizados;
- qq) Administrar o domínio público municipal;
- rr) Deliberar sobre o estacionamento de veículos nas vias públicas e demais lugares públicos;
- ss) Estabelecer a denominação das ruas e praças das localidades e das povoações, após parecer da correspondente junta de freguesia;
- tt) Estabelecer as regras de numeração dos edifícios;
- uu) Deliberar sobre a administração dos recursos hídricos que integram o domínio público do município;
- vv) Propor a declaração de utilidade pública para efeitos de expropriação;
- ww) Enviar ao Tribunal de Contas as contas do município;
- xx) Deliberar, no prazo máximo de 30 dias, sobre os recursos hierárquicos impróprios das deliberações do conselho de administração dos serviços municipalizados;
- yy) Dar cumprimento ao Estatuto do Direito de Oposição;
- zz) Promover a publicação de documentos e registos, anais ou de qualquer outra natureza, que salvaguardem e perpetuem a história do município;
- aaa) Deliberar sobre a participação do município em projetos e ações de cooperação descentralizada, designadamente no âmbito da União Europeia e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa;
- bbb) Assegurar o apoio adequado ao exercício de competências por parte do Estado;
- ccc) Apresentar propostas à assembleia municipal sobre matérias da competência desta.

2 - A alienação de bens e valores artísticos do património do município é objeto de legislação especial.

É com base na atribuição de todas estas competências que a câmara municipal é um dos “centros base” da vida da população que constitui o concelho.

Além das competências, aos municípios estão atribuídas as seguintes competências:

- a) Equipamento rural e urbano;
- b) Energia;
- c) Transportes e comunicação;
- d) Educação, ensino e formação profissional;
- e) Património, cultura e ciência;
- f) Tempos livres e desporto;
- g) Saúde;
- h) Ação social;
- i) Habitação;
- j) Proteção civil;
- k) Ambiente e saneamento básico;
- l) Defesa do consumidor;
- m) Promoção do desenvolvimento;
- n) Ordenamento do território e urbanismo;
- o) Polícia municipal;
- p) Cooperação externa².

A rotina administrativa da Câmara Municipal é estabelecida pelo presidente, que através de portarias ou de atos da presidência é assistido pelos secretários e vereadores, responsáveis pela execução das tarefas administrativas e encarregados da distribuição dos serviços aos funcionários, de acordo com as funções e atribuições de cada um.

Apesar da CRP prever três espécies de autarquias locais – as freguesias, os municípios e as regiões administrativas, neste trabalho apenas serão abordados os municípios por uma questão de pertinência académica contextual da investigação prática que efetuamos.

² Fonte: Lei 75/2013 de 12 de setembro publicada em www.pgdlisboa.pt

Apesar desta investigação se ter desenrolado quando vigorava a lei 75/2013 de 12 de setembro, sabemos, contudo, que esta sofreu uma redação recentemente, sendo agora denominada Lei nº 7-A/2016 de 30 de março que suporta então as competências e o regime jurídico das autarquias locais.

É fundamental que as autarquias locais imperem cada vez mais como agentes de desenvolvimento e que este papel seja reconhecido pelos outros níveis de poder. Afinal, é em cada autarquia que nasce cada dinâmica que fortalece o todo – Portugal. A par das autarquias locais caminham no trilho do sucesso as associações de municípios, de que falaremos no próximo capítulo.

III- Associações de Municípios

A Revolução de 1974 modificou na íntegra todos os caminhos governativos, ideológicos, económicos, políticos, culturais e sociais da nação portuguesa.

As associações de municípios integram o modelo de governação atualmente em vigor nas autarquias locais.

Existem diferentes formas de associativismo intermunicipal em Portugal. Estas podem representar-se em associações de municípios; comunidades intermunicipais (CIM); comunidades urbanas; serviços municipalizados e empresas municipais e intermunicipais. Todas têm um papel crucial na promoção do desenvolvimento das autarquias que as integram, mas será a associação de municípios a forma associativa a que mais destacaremos neste capítulo por ser a que mais está relacionada com a nossa investigação prática.

A Constituição da República Portuguesa de 1976 (atualmente em vigor com algumas reformulações) devolveu aos municípios o poder democrático de que outrora tinham usufruído. Neste novo cenário político, às autarquias foram-lhes transferidas novas competências e atribuições, tais como o planeamento e o urbanismo, serviços públicos e desenvolvimento económico.

Estas novas atribuições deveram-se ao facto de o poder central entender que existem determinadas ações territoriais que têm de ser tomadas de forma rápida, eficaz e que faça uma ligação infalível com a realidade de cada local e das necessidades da população residente. Nesta linha de pensamento, foi fácil entender para o poder central, após 1974, que os quilómetros que os separavam das autarquias de todo o país, as fracas infraestruturas viárias da altura e os escassos meios de comunicação, não seriam utensílios para o sucesso de uma governação à distância.

Todas estas novas competências dos municípios, trouxeram às comunidades autárquicas locais uma realidade de tarefas múltiplas para as quais as instituições não estavam preparadas, tanto logisticamente como academicamente. O quadro de funcionários era limitativo e as habilitações literárias exigidas a maior parte dos trabalhadores não satisfaziam as necessidades que estas novas funções insurgiram. Silva (2006) tem como teoria para a criação das associações de municípios que “A busca da Associação como solução está relacionada com a necessidade de colmatar as limitações de escala existentes ao nível dos municípios considerados singularmente.” (Silva 2006: 80)

A transferência de determinadas competências para as autarquias deu origem à criação dos GAT, legalmente abrangidos pelo Decreto-Lei nº 58/79 de 30 de março. Os

GAT eram hierarquicamente geridos pela CCDR e as suas funções eram segundo (Silva 2006: 82) “(...) a disponibilização ou prestação de apoio técnico especializado, bem como formar os quadros dos municípios da sua área de actuação, sendo esta constituída sempre por mais do que um município.”

Os GAT tiveram um curto período de aplicação pois apesar da sua grande utilidade para os municípios, as suas limitações no desenvolvimento de estratégias de cooperação intermunicipal acabaram por ditar o seu fim e criar uma entidade com poderes “(...) mais abrangentes que permitissem o desenvolvimento de iniciativas que congregassem a dimensão política, económica e social.” (Silva 2006: 82)

Face a este cenário limitativo, foi publicada em 1981 a primeira lei das associações de municípios de direito público (lei nº 266/81 de 15 de setembro). Posteriormente a esta lei foi publicado o Decreto-Lei nº 99/84 de 29 de março, que estabeleceu o regime jurídico comum das associações de municípios de direito público.

O portal online das autarquias locais de Portugal apresenta as associações de municípios estando escrito que

As entidades intermunicipais (áreas metropolitanas e comunidades intermunicipais) e associações de freguesias e de municípios de fins específicos constituem o universo do associativismo autárquico, cuja disciplina consta do anexo I da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro (título III- artigos 63º a 110º). Estas entidades têm a natureza de associações públicas de autarquias locais.¹

Como explica (Bilhim 2004: 17) “A associação de municípios é uma pessoa colectiva de direito público criada para a realização de interesses específicos.”

A lei 75/2013, de 12 de setembro, disponível na PGDL (www.pgdlisboa.pt) afirma no seu título III, capítulo IV, artigo 108º que a constituição das associações de municípios é a seguinte:

¹ Fonte: DGAL – www.portalautarquico.pt

1 - A constituição das associações de autarquias locais de fins específicos compete aos órgãos executivos colegiais dos municípios ou das freguesias interessados, ficando a eficácia do acordo constitutivo, que define os seus estatutos, dependente da aprovação pelos respetivos órgãos deliberativos.

2 - As associações de autarquias locais de fins específicos constituem-se por contrato, nos termos previstos na lei civil, sendo outorgantes os presidentes dos órgãos executivos dos municípios ou das freguesias envolvidas.

3 - A constituição de uma associação de autarquias locais de fins específicos é comunicada pela autarquia local em cuja circunscrição esteja sediada ao membro do Governo que tutela as autarquias locais.

Também Ricardo (2014) insere na sua obra, a legalidade das associações de municípios, através da lei 75/2013, de 12 de setembro, na qual podemos ver no artigo 110º desta lei, no título e capítulo acima mencionado, que o regime jurídico das associações de municípios é circunscrito aos seguintes tópicos:

1. Aos princípios constitucionais de direito administrativo;
 2. Aos princípios gerais da atividade administrativa;
 3. Ao Código do Procedimento Administrativo;
 4. Ao Código dos Contratos Públicos;
 5. Às leis do contencioso administrativo;
 6. À lei de organização e processo do Tribunal de Contas e ao regime de jurisdição e controlo financeiro do Tribunal de Contas e da Inspeção-Geral de Finanças;
 7. Ao regime jurídico da administração financeira e patrimonial do Estado;
 8. Ao regime jurídico das incompatibilidades e impedimentos de cargos públicos e dos trabalhadores em funções públicas, incluindo as incompatibilidades previstas nos artigos 78º e 79º do Estatuto da Aposentação, aprovado pelo Decreto-Lei nº 498/72, de 9 de dezembro;
 9. Aos princípios da publicidade, da concorrência e da não discriminação em matéria de recrutamento de pessoal e ao regime jurídico aplicável aos trabalhadores que exercem funções públicas;
 10. Ao regime da realização das despesas públicas;
 11. Ao regime da responsabilidade civil do Estado e das demais entidades públicas.
- (Ricardo 2014: 174-175)

Segundo a página da ANMP (www.anmp.pt) existem no total trinta associações de municípios no nosso país (incluindo as ilhas).

Estas associações criaram e reforçaram os laços entre municípios vizinhos e que até ao aparecimento destes «estavam orgulhosamente sós» na gestão dos seus municípios.

Como afirma Oliveira (1996)

As associações intermunicipais e a cooperação entre câmaras e presidentes de câmara estabelecida por intermédio dos Gabinetes de Apoio Técnicos (GAT's) – criados em 1979 – agrupando concelhos num número de 52 GAT's e que envolvem os 275 municípios do continente, foram factores que, no nosso entender, fizeram esbater o bairrismo e criaram condições para uma mais adequada compreensão do desenvolvimento integrado de âmbito sub-regional. (Oliveira 1996: 390)

Os GAT's são considerados os embriões do projeto das associações de municípios a que ajudou a adesão de Portugal à então denominada CEE hoje denominada UE. Isto porque a

então CEE privilegiava candidaturas aos seus fundos comunitários de grande índole, que ajudassem num amplo desenvolvimento em várias áreas das regiões, principalmente regiões até então pouco desenvolvidas como o caso do interior transmontano. Ainda segundo o mesmo autor, (Oliveira 1996: 390)

(...) a própria adesão plena de Portugal à CEE/ União Europeia, com as candidaturas conjuntas de várias câmaras municipais a fundos estruturais comunitários a partir de 1986 (sobretudo ao FEDER), a execução do I Quadro Comunitário de Apoio (1990-1993) e o começo do II QCA (1994-1999), que privilegia projectos e investimentos supramunicipais de índole sub-regional e regional, foram, também, factores que retiraram alguma carga ao excessivo enraizamento local dos autarcas portugueses.

As associações de municípios são desta forma um poço de aperfeiçoamento de fortalecimento da gestão municipal que inclui planeamento e estratégias de ação, tendo como principais objetivos o desenvolvimento da região em diferentes setores, capacitando os municípios associados de competências administrativas e de políticas que conduzam o território a uma elevação económica, social, cultural sustentável e que contribuam para melhores condições de vida da população residente. (Silva 2006: 94) defende que

A partir destas Associações os municípios procuraram concretizar os objectivos a que se propunham, essencialmente relacionados com a implementação nas suas áreas de actuação de infra-estrutura pesada, saneamento, captação de água, vias de comunicação e como em geral as associações de municípios coincidem com as NUT's III isso possibilitou a candidatura a fundos comunitários, bem como um maior poder reivindicativo relativamente a nível dos apoios governamentais.

A criação destas entidades possibilitou aos municípios um alcance muito maior no panorama político central, ganhando mais voz com a união a outros municípios, conseguindo a aprovação de medidas com um grande impacto para as zonas concelhias, que não só oferecerem mais desenvolvimento aos concelhos como também aumentam as oportunidades de emprego, dando origem a uma taxa de população ativa maior que culmina no não abandono das suas raízes, preservando a identidade das nossas gentes e as tradições do nosso povo. (Silva 2006: 98) sustenta ainda que

Aliando-se à existência do “défice institucional” constatado, dada a inexistência das regiões administrativas, o contexto institucional criado pelos fundos estruturais da União Europeia e os programas nacionais que pressionaram a associação e a cooperação entre os municípios, surgiu então a partir da iniciativa dos municípios a “invenção institucional” das Associações de Municípios como forma de responder quer a um défice institucional quer às crescentes pressões locais, regionais, nacionais e supranacionais (UE, globalização) de agregação e de cooperação.

É imperativo que estas associações mantenham a sua existência e alarguem o seu campo de atuação, a história que envolve a sua criação e os seus feitos têm contribuído em grande parte para o progresso dos territórios onde as mesmas têm intervenção, concluindo

com esse facto que o seu trabalho é frutífero e essencial para a vitalidade e o dinamismo municipal do nosso país.

IV- Comunicação Política

Como já afirmamos anteriormente neste trabalho, a Revolução de 25 de abril de 1974 originou enormes mudanças no mundo político português.

A dependência do poder central tornou-se mínima e o poder local conheceu novos contornos e diferentes estratégias de ação territorial.

Apesar de apenas nos debruçarmos apenas deste período da história portuguesa até aos dias de hoje, é importante salientar que a comunicação política nasceu ao mesmo tempo da política, mas que apenas no século XX lhe começou a ser dada alguma atenção.

Como comprova (Azevedo 2007: 9) “(...) comunicar em política, tratando especificamente da retórica, foi, contudo, no século XX que essa relação ganhou contornos marcantes.”

A política esteve desde os seus primórdios interligada com a comunicação, e era através desta última que os atores políticos com mais capacidades oratórias impunham os seus ideais, e convenciam o público-alvo.

Os políticos, estejam eles no poder ou na oposição precisam da mediatização das suas figuras e das suas propostas, sem a qual dificilmente terão possibilidades de dar passos maiores do que a pernas e pensar para além daqueles que são, à priori, os seus limites naturais. Santos (2006) afirma que

é através do sistema de comunicação político existente, constituído pelos agentes de comunicação política e pelos canais de comunicação, que são difundidas as mensagens que compõem o discurso político, se formam as ideias políticas e, conseqüentemente, se faz a avaliação do governo. Santos (2006: 26)

A comunicação política é uma vertente que abrange inúmeros campos de atuação, uma vez que a própria política é composta por diferentes áreas. Nesta linha de pensamento Simões *et al.* (2009) associa à comunicação política as seguintes temáticas:

- Todas as formas de comunicação entre políticos e outros actores da esfera política, com a finalidade de atingir objectivos específicos;
- Comunicação dirigida a políticos por indivíduos «não políticos» como jornalistas e eleitores;
- Comunicação acerca de políticos e do seu meio envolvente. Simões *et al.* (2009: 67)

Os políticos de forma geral precisam do processo de “construção de uma imagem” que passa pela comunicação política e que nada tem que ver com a publicidade institucional para fins políticos. Normalmente estes exercem uma enorme pressão sobre os média, sobretudo a televisão, para que as suas agendas políticas, em campanha eleitoral ou não, sejam efetivamente comunicadas socialmente.

Existe da parte dos políticos uma manipulação dos média para que estes se submetem

ao seu poder e influência, normalmente médias de capacidade financeira reduzida (casos de órgãos de comunicação social locais) que mal se sustentam financeiramente e onde o poder político é visto como uma garantia de subsistência. Este “controlo” premeditado dos políticos apenas tem como único interesse a manutenção da sua imagem política que pode contribuir na altura de preencher o boletim de voto.

Nos meios pequenos, a população atribui uma enorme importância por exemplo às rádios locais, além de serem uma companhia diária de fácil acesso, são um excelente difusor de informação e de contacto privilegiado com os seus ouvintes. É fácil concluir que se estes órgãos apoiarem determinada figura política, a sua audiência será amplamente influenciada a aprovar a sua conduta. Os meios de comunicação são o veículo de excelência e determinante no sucesso ou insucesso político de determinado figurante pois

a essência desses meios reside no fato de serem espaços privilegiados de exposição e disseminação dos acontecimentos em um momento da história do mundo totalmente inédito e recheado de contradições.

A relação entre política e comunicação, que já era intrínseca, intensificou-se com a chegada da comunicação em larga escala, dando à política contornos alargados, para um contingente de pessoas nunca antes imaginado. O rádio e a televisão marcam profundamente o espaço da política na sociedade, transformando-a em objeto em foco, assunto cotidiano, tema comum, em comparação com os limites antes conhecidos. (Azevedo 2007: 9)

O objetivo primordial da comunicação política é influenciar a opinião pública geral e dessa a opinião individual. A influência é como uma fonte de poder e os meios de comunicação social como a televisão são ótimos meios publicitários que conseguem persuadir população em massa bem como outros media.

O espaço público é constituído pela sociedade civil (influenciada pelos media e estes, por sua vez, normalmente influenciados pelo poder político).

Se Simões *et al.* (2009) defende que “(...) a comunicação política compreende informação, participação, debate e comunicação em períodos de mandato político e de campanha eleitoral” Simões *et al.* (2009: 67), Azevedo (2007) afirma que

(...) a emergência dos meios de comunicação em larga escala, nomeadamente o nascimento da Rádio e posteriormente da Televisão, transportou a política a uma face mais moderna, perante as necessidades de se fazer pública e não mais reduzida no espaço social. (Azevedo 2007: 7)

Os atores políticos têm agora à disposição uma variadíssima gama de dispositivos que lhe permitem atingir uma representatividade alargada e por sua vez, a conquista da atenção dos jornalistas e editorialistas. A relação entre políticos e jornalistas ou profissionais de comunicação nem sempre é realizada em linhas práticas, simples e pacíficas. Há a necessidade, no entanto, de estas duas forças sociais manterem relações no mínimo cordiais,

pois dessa atitude resulta um pacote extraordinário de benefícios para ambos.

A fusão das sinergias dos campos do audiovisual (televisão + publicidade + comunicação empresarial + comunicação política) deu origem a estratégias de ação comunicativas mais eficazes. Segundo Lima (2011)

o recurso à multimédia, o estilo de comunicação mais próximo e segmentado, a transição dos meios tradicionais para os novos media e o conceito de campanha permanente são algumas das dinâmicas que sustentam esta nova era pós-moderna da comunicação política. (Lima 2011: 15)

O discurso político ideológico, retórico e doutrinal deu lugar a uma oratória baseada na persuasão que tem acompanhado até aos dias de hoje a comunicação na área política.

Atualmente são imensos os dispositivos de comunicação de que os políticos podem beneficiar. Numa altura conturbada para a política local, nacional e internacional, devido à crise económica, às medidas de austeridade impostas por determinados países à sua população (caso de Portugal), à corrupção e a outros problemas que acabam muitas vezes em consecutivas manifestações, os políticos e a política perdeu credibilidade na sociedade e é necessária uma estratégia irrepreensível para que qualquer entidade política consiga persuadir o seu eleitorado dos seus objetivos.

A facilidade da comunicação é baseada no avanço tecnológico que os séculos XX e agora o século XXI trazem para a contemporaneidade. Medina (2006) explica que

as novas técnicas ilustram de maneira exemplar o lugar central que a informação e a comunicação ocupam na sociedade ocidental uma vez que, a partir de novos serviços de informática, das telecomunicações e da televisão é anunciado, muito simplesmente o nascimento de uma nova sociedade. (Medina 2006: 23)

Já na obra “*Marketing e comunicação política*” de Simões *et al.* (2009) os autores abordam quatro técnicas diferentes de veicular uma mensagem em comunicação política. São estas p marketing, a publicidade, as relações públicas e o jornalismo. Os mesmos explicam que se por um lado o marketing e a publicidade têm como objetivo prever e motivar, por outro lado, as relações públicas e o jornalismo harmonizam e informam.

Os meios de comunicação, através das suas estratégias, atuam numa sociedade em constante movimento e uma vez que a comunicação se estabelece entre emissores e recetores de discurso, a transparência dos valores políticos e sociais de cada político são fundamentais num processo comunicacional convincente.

Como já descrevemos anteriormente, o clima de insegurança e de desconfiança com que o cidadão comum olha para o espaço e atores políticos, faz com que a participação cívica na vida democrática tenha vindo a descer de forma astronómica. Como confirma (Santos 2006: 37) “a alienação dos cidadãos do mundo político, é atribuída em grande parte

ao facto de os governantes estarem, cada vez mais, afastados dos cidadãos e consequentemente dos problemas que os afectam e preocupam.”

Os eixos que devem guiar a comunicação política a fim de suscitar interesse nos cidadãos são a transparência, o acesso, a interação e a ouvidoria social. Para que tudo isto resulte, há que ter em conta diversos instrumentos que não podem ser descurados, tais como: ambiente interno, usuários de produtos e serviços, formadores de opinião, atores sociais e políticos, imprensa e sociedade em geral. Só quando esta panóplia de aparelhos estiver reunida e unificada num só objetivo, é que o ator político conseguirá captar a atenção do seu público-alvo. Sobre este assunto escreve Jacinto (2001) que

a disponibilização atempada de informação constitui uma condição necessária, e fulcral, para se garantir uma participação social alargada e responsável; o direito de informação e participação constitucionalmente consagrado (artigos 37º e 48º), e reclamado pela União Europeia, requer o aprofundamento dos mecanismos de participação e responsabilização colectivas. (Jacinto 2001: 87)

A Constituição da República Portuguesa de 1976, acarretou uma grande mudança na função atribuída ao Estado. Os novos deveres e direitos dos cidadãos garantiram-lhes a participação na vida democrática da Nação.

O avanço tecnológico dos séculos XX e XXI, a terceirização de setores, o nascimento de grupos de interesse e movimentos sociais protagonizaram um cenário de exigências de informação e de tratamento igualitário dos cidadãos por parte do Estado e das suas instituições.

No entanto, com as consecutivas crises económicas mundiais (que acabam por afetar Portugal), as ações de interesse individual dos governantes (que resultam em negócios baseados em corrupção) e o seu autoritarismo egocêntrico na tomada de decisões despertaram na sociedade um sentimento coletivo de desvalorização da cidadania e de insatisfação com a representação democrática dos políticos por ela própria eleitos.

O povo não parece reconhecer os governos como entidade política que luta pelos interesses públicos e este sentimento conduz a um desinteresse notório na vida cívica e política do país. Daqui resulta uma clara falta de formação política que se faz representar pela apatia nos atos eleitorais com as percentagens de abstenção progressivamente mais elevadas.

Este descrédito é resultado também da falta de informação política, de falta de oportunidades de emprego e das desilusões na gestão pública dos serviços e das instituições públicas.

É este o cenário dramático que vive a política atual e que a comunicação política

tem como função mudar. Só a comunicação política pode restaurar a visão da política como uma atividade benéfica, honesta e condutora do sucesso das nações. Para que isto aconteça, a participação dos cidadãos na vida política e o seu interesse nas decisões é fundamental e prioritária. Tal como defende Jacinto (2001)

considera-se, portanto, que o aprofundamento da democracia local reflecte o desejo de uma comunidade em gerir, mais ou menos directamente, os seus próprios recursos e necessidades, defendendo-se que esta forma mais directa de responsabilização da comunidade local pelos seus interesses é mais democrática, garantindo uma participação alargada enquadrada numa «sociedade civil» que apresenta um certo grau de maturidade, definindo um aumento das capacidades de expressão da cidadania. (Jacinto 2001: 85)

A comunicação política é a energia que dá vida à política em geral, por isso, administrá-la de forma eficaz, recorrendo aos profissionais de comunicação, é essencial para a eficiência e até sobrevivência da mesma num ambiente altamente instável, volátil e crítico. No ambiente da comunicação política, a sábia utilização desta área tem a capacidade de agir segundo o interesse e a viabilização dos objetivos dos atores políticos dentro de uma sociedade.

V- Comunicação Autárquica

A comunicação autárquica tem assumido ao longo das décadas democráticas nacionais uma extrema importância no panorama público e político da nação portuguesa. Esta reflete não só a realidade de cada local, bem como, as necessidades e as mais-valias que cada autarquia detém. Como afirma (Vilaça 2008: 22) “os municípios funcionam cada vez mais como alavancas de desenvolvimento local e como organismos que não se limitam exclusivamente a prestar serviços públicos.”

Numa época em que as autarquias têm a seu cargo cada vez mais competências e atribuições, a responsabilidade de gestão aumenta e o desafio dos autarcas e da sua equipa política cresce com as novas exigências de informação dos munícipes. Lopes (2012) defende que

dadas as suas especificidades, uma instituição pública tem necessidade de comunicar a diferentes níveis, com destaque para a comunicação intrapessoal, interpessoal, de grupo, organizacional e pública; de identificar muito bem os destinatários das suas mensagens e de ter comunicadores com competências para receber e transmitir informação rapidamente. (Lopes 2012: 51)

Verificamos através de várias leituras, que uma das tendências dos autarcas do século XXI é de fato atribuírem cada vez mais importância às estratégias comunicacionais que a autarquia adota para comunicar com o seu público. O autor Vilaça (2008: 24) sublinha que “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.” Ainda nesta temática, Coelho (2010: 24) escreve que “(...) os autarcas procuram formas e canais de comunicação autónomos, a chamada comunicação municipal, que se tornou imprescindível para as autarquias e para a população.”

A comunicação autárquica deve ser entendida como uma estratégia de aproximação entre instituição – munícipe, pois esta tem por objetivo fomentar o interesse do cidadão local pela vida cívica que ocorre em seu redor. Para Camilo (1999: 2) “entende-se por comunicação municipal um conjunto de actividades, verbais ou extra-verbais, concretizadas pelos municípios ou tende-os por referência, que visa legitimar os seus valores, actividades e objectivos.”

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. Para Monteiro (2011: 24-25) “a comunicação municipal assume várias funções, nomeadamente a difusão das actividades municipais, a legitimação político-eleitoral dos representantes da autarquia e a sensibilização dos munícipes para determinados assuntos ou comportamentos a adoptar.”

O aparecimento das novas tecnologias de informação trouxe aos municípios necessidades de remodelação nas estratégias comunicacionais e além disso inseriu nas suas responsabilidades funções acrescidas, programando assim projetos que devem tornar os locais mais dinâmicos e enriquecidos de conteúdo para o público, promovendo toda a região, abrindo as portas a um mundo cada vez mais global. “Neste contexto em que os municípios adquirem novas dinâmicas, novos papéis e em que surgem novas concepções políticas que incluem a participação dos cidadãos nos processos de decisão, a comunicação municipal é um recurso cada vez mais utilizado pelas edilidades, funcionando como um instrumento técnico e corporativo.” (Monteiro 2011: 24)

Trabalhar a comunicação autárquica de forma contínua e atualizada é responder às novas inquietações dos munícipes, fornecendo-lhes respostas, mantendo-os informados e ativos, cooperantes e críticos. Sobre este aspeto, defende Fernandes (2011: 17) que “a comunicação municipal, assim, pode ser considerada como um factor promotor da participação cívica e democrática no poder local.”

Desta maneira, não pretendemos dizer que a comunicação autárquica está inserida num padrão a seguir, pois, devemos ter em mente que todos nós somos diferentes, nas necessidades, nas opiniões, nos gostos, nos interesses entre outros e mesmo dentro de um município existem estas disparidades, portanto, não podemos comunicar da mesma forma para uma pessoa de oitenta anos que não sabe ler nem escrever como para um jovem de vinte e cinco anos, estudante universitário e empresário que tem na cabeça ideias novas e dinâmicas. “Perante esta situação, o desafio dos profissionais de comunicação política é tornarem os processos de comunicação mais inclusivos, equilibrando os objectivos de difusão e legitimação dos valores e das políticas municipais com as opiniões das populações locais.” (Monteiro 2011: 25)

Nos casos em que existe uma panóplia muito diversificada nas características do público-alvo, a mensagem deve ser clara e verdadeira, contendo a informação suficiente para que todos a percebam, independentemente da forma como se veicula e das dissemelhanças dos destinatários. Camilo (1998) defende que

o concelho não deve ser entendido somente como uma estrutura geográfica caracterizada por um agregado populacional específico com o qual é necessário comunicar referencialmente determinados sentidos e concretizar eficazmente objectivos

municipais específicos. É concebido, igualmente, como um espaço em torno do qual, se articulam determinadas interações sociais e onde, existem expectativas específicas, necessidades, atitudes, valores locais e estilos de vida próprios. (Camilo 1998: 21)

A comunicação autárquica resume-se então numa interação de atividades múltiplas entre variados públicos. Adotando a afirmação de Camilo (1999) concluímos que,

o carácter público das actividades municipais implica então, a existência de um conjunto de interações, cujo sentido transita do tecido social local para o aparelho municipal e que este, dentro das suas possibilidades, valores e objectivos, procura reflectir e mediar. Num contexto como este, a direccionalidade da comunicação municipal dificilmente é concebida apenas a partir dos municípios para as sociedades civis. Pelo contrário, ela deve ponderar também as pretensões de participação na vida municipal das populações. Sendo assim, permanece a especificidade corporativa da comunicação, no que diz respeito à referência das mensagens, sendo-lhe todavia, acrescentada uma dimensão dialógica e interactiva plena de implicações pragmáticas. Camilo (1999: 3)

Já Sousa (2013: 11) sublinha como primeiro objetivo da comunicação autárquica “detetar eventuais aspetos negativos ou menos conseguidos da imagem prevalecente, e procurar infletir-los em sentido positivo”.

É impreterível que os autarcas encarem a comunicação autárquica como uma área específica e não como uma área em que todos trabalham, sem serem qualificados para tal pois

todos os contributos e em particular os que provêm de profissionais com formação diversa, podem ser úteis para a elaboração de ideias comunicacionais, mas, por princípio, elas não estão tão vocacionados para a comunicação das ideias como os próprios especialistas da matéria, são quadros mentais e especificações distintas. (Sousa 2013: 12)

Somente um município inovador e recetivo a novas práticas de laborar conseguirá ter sucesso no mundo da comunicação e esta, só por si, acende ou extingue a chama da vitória de uma equipa autárquica que arrastará consigo todos os cidadãos locais. Ainda Sousa (2013: 25-26) escreve que “a valorização da imagem das autarquias tende a evoluir de intervenções episódicas, de moda ou em contexto eleitoral, para uma reflexão profunda e sustentada sobre a identidade de cada território e o indispensável equilíbrio entre qualidade de vida, desenvolvimento económico e atividades de cultura e de lazer, num quadro de relações e de interdependências vasto. Projetar a imagem de uma localidade ou de um território implica ter permanentemente associado o conceito de mudança, acompanhar em permanência o pulsar da vida quotidiana conciliando os cidadãos com a sua localidade, com todos os efeitos de redescoberta que isso permite.”

Com tantos meios disponíveis nos dias de hoje para se comunicar, “(...) as estratégias de comunicação municipal podem ser compostas por diversos tipos de acções,

que utilizam várias técnicas, todas elas equivalentes, nomeadamente relações públicas, assessoria de imprensa, publicidade e promoções municipais.” (Vilaça 2008: 25-26)

As autarquias não têm organizações concorrentes, daí não terem que competir por quota de mercado e sendo muitos dos seus produtos e serviços de “consumo obrigatório” por parte dos munícipes, a comunicação municipal é, essencialmente, de carácter promocional, informativo e de divulgação e visa criar posicionamentos a que se associem imagens/percepções de qualidade, transparência, equidade, celeridade e eficácia da edilidade e de todos os que nela trabalham.

É através da comunicação autárquica que se consegue gerar participação cívica e opinião pública, condições essenciais para o sucesso de um caminho democrático. Na opinião de Coelho (2010: 26) “os munícipes são o principal destinatário da comunicação autárquica e como tal têm que acreditar nela e aproveitá-la, pois, através dessa comunicação ficam mais conscientes das opções que fazem.”

Os processos de comunicação autárquica exigem transparência para que a democracia se baseie nos critérios com que foi fundada.

Os órgãos autárquicos são responsáveis por reforçar e desenvolver a democracia local, melhorando e consolidando os sistemas de comunicação interna e externa, nas suas veias formais e informais.

Com a finalidade da comunicação ter sucesso, a autarquia deve ter ao seu dispor serviços de relações públicas, imagem e gestão de eventos, recorrendo para tal à contratação de recursos humanos especializados neste género de funções, os chamados técnicos de comunicação.

Fernandes (2011: 17) defende que “a comunicação municipal caracteriza-se assim como um processo complexo, fundamental para a gestão da autarquia, que merece constante atenção dos responsáveis autárquicos e dos técnicos de comunicação do município.”

Concluimos que a sociedade portuguesa já viveu demasiado tempo em regime de “quase partido único”, sob maioria absoluta do partido no poder e ausência de oposição real, assistindo-se a práticas estranhas que indiciam uma fraca cultura democrática na gestão da comunicação, imagem, relações públicas e eventos do município, comprometendo a qualidade da democracia local e atentando contra os direitos de cidadania, equidade e justiça social. É tempo de abandonar essas práticas e adotar critérios de imparcialidade, profissionalismo e exigência na gestão da comunicação, imagem, relações públicas e eventos da autarquia.

VI- Comunicação corporativa das autarquias

Princípio da Eficácia e da Democracia

Como já tivemos a oportunidade de analisar, a importância das autarquias tem aumentado consideravelmente no nosso país nos últimos anos, devido a vários fatores que não devem ser esquecidos ou colocados de lado no que compete à tomada de decisões por parte do Governo.

Se por um lado todas as autarquias são diferentes, por outro lado é necessária a adoção de planos comunicacionais que evidenciem os pontos em comum dos mesmos, mantendo os traços que os diferem.

Em termos formais, existem dois princípios com atuação obrigatória em todas as autarquias, sendo eles, Princípio da Eficácia e Princípio da Democracia.

O Princípio da Eficácia resume-se a um conjunto de práticas relacionadas com os serviços administrativos autárquicos.

Este princípio tem como base a racionalidade técnica e processual e não está sujeito a critérios políticos.

Por sua vez, o Princípio da Democracia está intimamente ligado à dimensão política.

Importa salientar que neste Princípio, os órgãos políticos têm a responsabilidade de determinar as ações a desenvolver pelos órgãos administrativos, a sua supervisão e no caso de ações que já estejam a ser praticadas, supervisioná-las para se ter a certeza se as mesmas estão de acordo com os critérios anteriormente estabelecidos.

Também os órgãos políticos têm a missão de verificar se as necessidades coletivas locais estão a ser elaboradas e definir quais as que terão prioridade no plano de atividades do município.

Resumidamente, no Princípio da Eficácia o mais relevante é a concretização processual das ações administrativas e no Princípio da Democracia os factores elementares são a discussão e a reflexão pública.

Racionalidades Subjacentes

Em termos racionais existem duas maneiras de exercitar o uso da razão.

A razão pode ser utilizada de forma pública e de forma privada. Como será de fácil dedução, o uso público da razão está interligado ao Princípio da Democracia e o uso privado ao Princípio da Eficácia.

Isto porquê? Vejamos... numa autarquia o uso público da razão relaciona-se com as atividades marcadas por traços publicitários.

Já o uso privado da razão, resume-se solitariamente a um manuseio processual e instrumental do conhecimento.

1.1- Princípios, racionalidades e órgãos municipais

Para melhor esclarecermos este ponto, tentemos imaginar uma Câmara Municipal na sua mais transparente realidade. Feito o exercício mental, podemos afirmar que numa autarquia existem cargos relacionados com o Princípio da Eficácia (que fazem uso privado da razão e são normalmente aqueles funcionários cujos nomes nem se quer temos ideia) e outros cargos/órgãos autárquicos que se cruzam diretamente com o Princípio da Democracia (que fazem uso público da razão e são normalmente os funcionários que ‘dão a cara’ pela instituição). Por exemplo, o Presidente de uma Câmara Municipal está sujeito às determinações do Princípio da Democracia e terá obrigatoriamente que fazer uso público da razão.

Todas as atividades dos órgãos autárquicos afetos ao uso público da razão são delineadas pelo princípio da publicidade e este princípio é a regra chave para o sucesso/insucesso de uma equipa autárquica.

Este princípio possibilita, entre outras coisas, a participação cívica da população na vida política da autarquia e isto conduz a que sejam elaboradas estratégias de comunicação (tendo como base a opinião da população).

O Princípio da Eficácia relaciona-se com a atuação da Câmara Municipal e implica a criação de serviços operativos permanentes e a contratação de funcionários que coloquem em prática os parâmetros associados ao Princípio da Eficácia. **1- Implicações comunicacionais: a comunicação política, político-administrativa e administrativa**

Em todas as autarquias existem três domínios de intervenção comunicacional sendo eles a comunicação política, político-administrativa e administrativa.

A comunicação administrativa tem como funcionalidade divulgar os serviços que a autarquia oferece à comunidade envolvente.

Com o auxílio das estratégias de marketing, a comunicação administrativa procura exemplificar e explicar qual a utilidade, a eficácia e a missão dos serviços autárquicos com o objetivo de os ‘vender’ aos utentes (munícipes).

A comunicação político-administrativa, uma outra área de intervenção comunicacional das autarquias, procura interagir com as populações com o intuito de estas participarem e se interessarem pelas atividades proporcionadas pelos serviços públicos e políticos.

A comunicação político-administrativa assemelha-se à comunicação administrativa uma vez que ambas as áreas pretendem estimular a cooperação da população na organização e no aperfeiçoamento das atividades autárquicas.

A comunicação político-administrativa enquanto domínio de intervenção comunicacional aborda dois campos comunicacionais, um relativo à informação e um outro relativo à interação.

No que concerne à informação, esta é utilizada pela comunicação político-administrativa para divulgar aos cidadãos da autarquia, por meio publicitário, as mais variadas atividades que os serviços administrativos colocam ao dispor do cidadão.

Uma outra forma de intervenção da comunicação político-administrativa é a interação que visa o contacto público com os representantes autárquicos. Esta relação entre cidadãos e órgãos autárquicos permite às autarquias perceber quais as opiniões dos habitantes sobre as medidas tomadas pela mesma.

A Comunicação Política, o terceiro meio de intervenção das autarquias, é utilizada para informar e estimular a participação pública.

A comunicação político-administrativa e a comunicação política são muito semelhantes no que diz respeito aos seus ideais e objetivos. No entanto, estas duas vertentes utilizam diferentes estratégias de comunicação.

A comunicação político-administrativa centra-se na orientação e supervisão do desempenho administrativo das autarquias.

Por outro lado, a comunicação política preocupa-se com a tomada de decisões relacionadas com a autarquia (determinação de prioridades).

Se a comunicação político-administrativa e a comunicação política não utilizarem um meio eficaz de comunicação podem originar um certo nível de saturação e desmotivação dos públicos-alvo em relação aos assuntos autárquicos.

Relevância

Como a própria palavra o diz (relevância) é importante que sejam definidas e adotadas estratégias comunicacionais tendo em conta as três áreas de atuação da autarquia

(política, político-administrativa e administrativa).

Há que ter em conta que conforme as situações, a natureza da produção discursiva pode residir no âmbito da denotação (comunicação referencial) ou no da conotação (comunicação simbólica).

E isto leva a que as estratégias de comunicação autárquica tenham em consideração três áreas de intervenção e seis dimensões.

Áreas e dimensões de intervenção nas estratégias de comunicação autárquica:

Áreas de intervenção comunicacion	Dimensões comunicacionai	Especificidades	Exemplos
Administrativa	Comunicação referencial	Divulgação das características do produto ou do serviço municipal	O <i>plus</i> do serviço
	Comunicação simbólica	Criação de uma ideologia relacionada com o ideal do serviço público municipal	O município existe para servir as populações
Político-administrativa	Comunicação referencial	Divulgação da deliberação político-administrativa	A novidade
	Comunicação simbólica	Posicionamento dos autarcas perante as ideologias municipais (de índole política ou	Personalização: associação do município ao autarca
Política	Comunicação referencial	Deliberação política	A novidade
	Comunicação simbólica	Culto das culturas e ideologias políticas	“Mitos”, “lendas” e “narrativas” locais

Tabela 1. Áreas e dimensões de intervenção nas estratégias de comunicação autárquica. Camilo (1999: 14)

Numa vertente mais formal são estas as linhas condutoras que um profissional da comunicação deve ter em conta, no entanto, não existe a necessidade de serem seguidas completamente, devendo existir uma adaptação destas linhas condutoras às especificidades que cada autarquia possui.

A presente tabela, exemplifica algumas situações-problema quotidianas que podem surgir nas três áreas de atuação da autarquia e expõe algumas soluções para melhor definirmos as estratégias de comunicação autárquica.

Uma dessas estratégias é por exemplo a existência de um trabalho disciplinado e organizado entre as diferentes áreas de intervenção e das dimensões comunicacionais, onde a criatividade e a espontaneidade são características elementares para se obterem boas estratégias de comunicação. Em pleno século XXI, a preocupação com a imagem ultrapassa já as grandes empresas ou instituições, vindo esta necessidade ser aumentada também em instituições de carácter mais reduzido.

Servem estas estratégias comunicacionais, não para serem expostas em âmbito global, mas sim para chegarem aos seus “consumidores” e também para que a instituição ganhe credibilidade e seja atrativa para os utentes ou modelo a seguir para outras instituições.

Dimensões corporativas da comunicação local

1- Relevância dos modelos para o estudo da comunicação corporativa

Um modelo de comunicação autárquica oferece simultaneamente vantagens e defeitos. Se em termos de vantagens os modelos permitem entender algumas especificidades subjacentes a uma diversidade substancial de fenómenos de comunicação corporativa, permitindo uma leitura global, em termos de defeitos, os modelos não estão dotados da capacidade de explicar todos os fenómenos de comunicação.

O grande problema dos modelos comunicacionais é a sua aplicação global, não conseguindo assim realizar uma análise concreta e elucidativa sobre as particularidades de cada autarquia.

2- O modelo de comunicação municipal

Um modelo de comunicação é por isso algo que os profissionais devem ter em conta na criação de estratégias de comunicação, mas com o ‘se não’ de às vezes não os poderem aplicar na sua totalidade, sendo necessário um conhecimento prévio do meio em que a

estratégia se vai inserir, analisando os pontos fortes e fracos e assim elaborar uma fusão com o(s) modelo(s) de comunicação adoptado(s).

2.1- Sobre as especificidades corporativas

Uma autarquia é um órgão de administração pública com duas faces, a face administrativa e a face política. Toda a ação autárquica é regida por dois princípios, o da Eficácia e o da Democracia.

Como já referimos anteriormente, o Princípio da Eficácia está relacionado com as ações técnicas e administrativas e faz uso privado da razão e o Princípio da Democracia é o lado político da instituição, que segue o cunho do princípio da Eficácia mas onde lhe é adornado um cunho político e assim decidem a gestão de toda a administração (fazendo uso público da razão).

Entre os órgãos autárquicos que se integram no Princípio da Eficácia falamos da Câmara em si.

Já os órgãos respeitantes ao Princípio da Democracia traduzem-se na Assembleia Municipal, no Presidente da Câmara Municipal e na equipa de vereação.

Todas as autarquias têm como um dos objetivos principais satisfazer as necessidades coletivas (situações de carência relacionadas com a vida em sociedade, ou seja, ‘privações’ que estão relacionadas com critérios de apropriação e de consumo de recursos públicos).

Se por um lado faz parte da responsabilidade da Câmara Municipal e do Presidente da Câmara Municipal satisfazerem as necessidades coletivas, estes dois órgãos funcionam em patamares diferentes, digamos assim.

No Princípio da Eficácia importa somente gerir o melhor possível as atividades autárquicas sem relevância pública (algo que já interessa ao Presidente da Câmara, à Assembleia Municipal e à equipa de vereação e onde se circunscreve o Princípio da Democracia).

Qual a importância do Princípio da Democracia no universo autárquico português?

A resposta a esta pergunta é de fácil aceção e centra-se no poder (teórico) que as populações locais têm de eleger uma equipa de gestão autárquica e intervirem de forma representativa e decisiva na constituição dos seus representantes locais.

Todas as mensagens comunicativas autárquicas devem avaliar ao mesmo tempo estes dois princípios.

Em Portugal é comum definirem-se estratégias comunicacionais autárquicas em que o princípio da Eficácia é mais valorizado, sendo isto fruto das conjunturas vividas em atos eleitorais, das dinâmicas e das culturas de exercício autárquico e da especificidade e dinâmica das próprias populações locais assim como os comportamentos políticos ou administrativos adquiridos pelos autarcas.

Colocando de fora a realidade autárquica portuguesa, o modelo de comunicação autárquico pode ser adaptado a sistemas mais ou menos centralizados de administração pública com algumas problemáticas associadas, mas não sendo impossível de resolver.

Sobre os Planos de Intervenção Comunicacional

A Comunicação autárquica encontra-se subdividida em 3 planos: o plano de partida, o processual e o de chegada.

As autarquias recorrem a este processo de comunicação para manterem um maior contacto direto com a população.

No plano de partida deve-se definir qual a temática e o cariz da mensagem que se quer vincular entre os munícipes.

Por sua vez, o plano processual consiste na divulgação de mensagens autárquicas de origem política ou administrativa.

O terceiro plano, o plano de chegada, retrata os efeitos comunicacionais das mensagens transmitidas aos cidadãos e a forma como estes a interpretam.

Os três planos de intervenção ostentam as etapas de uma campanha de comunicação autárquica.

O plano de partida está relacionado com os *briefings* onde se estabelecem os objetivos institucionais, os públicos-alvo e os posicionamentos.

Por sua vez, o plano processual remete para a implementação das estratégias criativas e dos meios a utilizar.

Por último, o plano de chegada tem como função avaliar os efeitos da campanha municipal.

Em suma, o plano de partida controla as mensagens a transmitir, o plano processual centra-se na comunicação autárquica, isto é, a forma como é transmitida a informação e qual o meio a utilizar para difundir essa informação.

Por outro lado, o plano de chegada analisa os efeitos da comunicação e das audiências autárquicas.

2.2- Sobre a Instituição Autárquica

A câmara municipal é uma instituição que desenvolve um programa específico, distinto dos outros organismos da administração pública.

Todas as instituições autárquicas se centram em assuntos políticos ou administrativos baseados nos princípios da democracia e da eficácia.

Para um bom funcionamento da instituição autárquica é importante desenvolver a autarquia e manter uma maior proximidade com os cidadãos de forma a que estes acreditem no trabalho desempenhado pela instituição em causa.

Numa instituição autárquica, o plano processual não deve ser visto apenas como a transmissão de mensagens de conteúdos políticos ou administrativos, pelo contrário, devem ser interpretados como uma forma de contacto e interação entre a instituição e os cidadãos.

As instituições autárquicas pretendem estabelecer um maior contato com a população envolvente de forma a informá-los e incentivá-los a participarem em assuntos relacionados com a autarquia. O objetivo desta medida é que esta manifeste a sua opinião de acordo com os ideais da autarquia.

2.3- Sobre os Temas

Os exercícios linguísticos autárquicos podem ter pretensões de atuação administrativa ou política de cariz autárquico.

Quando a autarquia divulga um conjunto de assuntos sobre os quais apresenta expectativas pragmáticas, isto pode ser encarado como ‘opiniões públicas autárquicas’ e normalmente estes assuntos têm efeitos de índole cognitiva ou performativa e no que respeita ao carácter performativo, pretende-se que as populações locais adotem comportamentos face aos assuntos divulgados.

Os temas autárquicos são ao mesmo tempo domínios de intervenção da autarquia e apresentam cenários de experiência e cultura local.

Quando falamos de temáticas políticas, as produções linguísticas devem ser intercompreensivas e argumentativas relacionadas com uma meditação participada e participativa sobre a importância pública de certas ações autárquicas.

Quando falamos de temáticas com carácter administrativo estas pretendem estimular condutas autárquicas publicamente abrangentes mas sem estarem relacionadas com o cunho político (Princípio da Democracia e uso público da razão). São exercícios de cunho

intercomprensivo mas não argumentativo e sim persuasivo.

Os conteúdos autárquicos estão muitas vezes associados a um espólio de experiências ou histórias estritamente locais, ou seja, remetem para situações comuns à instituição e às populações que dela fazem parte e que são o suporte destas temáticas e que determinam a viabilidade dos processos de comunicação.

De uma forma sintetizada, o processo comunicacional pode ainda ter informações neutras, no qual as mensagens não se ligam a nenhuma temática. Como por exemplo: acontecimentos em que os conteúdos apenas se ligam ao sentido de preservar a cultura e identidade local.

2.4- Públicos-alvo: utentes vs. munícipes

A importância de diferenciar o público-alvo com duas denominações prende-se com a dicotomia de atuação autárquica.

Os utentes são assim vistos como ‘consumidores autárquicos’ e são encarados como os destinatários de mensagens relacionadas com a divulgação das infraestruturas públicas ao seu dispor e com a sensibilização para a adoção de certas performances coletivas.

Os munícipes são vistos como cidadãos ativos na política (pelo menos em termos locais), aptos e essenciais para criticar politicamente a atuação das autarquias.

Eduardo Camilo sobre a Análise de Discurso Crítica da Publicidade, distingue públicos-alvo de destinatários comunicacionais no plano de partida com denominação igual e no plano de chegada com ‘população autárquica’.

Esta distinção está relacionada com teorias do duplo fluxo da comunicação que terá implicações na escolha dos canais de comunicação.

2.5- Circunstâncias e contextos

Este tópico relaciona-se com as ações comunicacionais da autarquia. As circunstâncias e contextos espelham situações interlocutoras relativas à produção de enunciados concretos e também efeitos comunicacionais referentes a outras fases da mesma estratégia comunicacional.

As circunstâncias e os contextos remetem para a concretização de objetivos e de pretensões específicas para cada fase da composição da estratégia de comunicação e colaboram ao mesmo tempo para a legitimação da viabilidade corporativa das autarquias

2.6- Produções linguísticas

As mensagens que a autarquia difunde por meio da comunicação estratégica não apresentam diretamente um carácter verbal, gráfico, entre outros, mas sim um cariz argumentativo ou retórico.

A sua perspetiva argumentativa remete não só para a explicação e exemplificação dos seus ideais e objetivos autárquicos de origem política ou administrativa, como também para o exercício da argumentação e de discussão sobre os temas que se encontram relacionados com a autarquia.

Para que se estabeleça um diálogo entre a instituição autárquica e os munícipes é necessário escolher um meio de comunicação acessível a todos e que proporcione interação e diálogo entre ambas as partes.

2.7- Quadros de experiência e cultura local

Os interlocutores entre autarquia e populações têm o objetivo de sustentar expectativas por parte das instituições autárquicas e das populações relativamente aos conteúdos das mensagens transmitidas.

Associada a esta função está a probabilidade de sucesso de um processo comunicacional. Segundo Festinger e Carlsmith e Rosengren, o sucesso deste processo é tanto maior quanto os conteúdos refletirem estruturas emotivas, comportamentais ou axiologias pré-existentes ou se adequarem a expectativas e a necessidades de consumo comunicacional.

Resumidamente, quanto maiores forem as estruturas comuns entre interlocutores e destinatários mais facilmente a mensagem surtirá o efeito desejado.

2.8- Canais de comunicação

Numa autarquia existe a necessidade de existirem canais de comunicação adequados tanto a processos de comunicação mediatizada e outros dotados de um cunho mais direto e interpessoal.

Muitas vezes as autarquias são obrigadas a submeterem-se a critérios de noticiabilidade e ao regime de funcionamento dos órgãos de comunicação social por estes serem fontes noticiosas.

À comunicação autárquica, estão também subjacentes exercícios de linguagem que se inscrevem no domínio da assessoria de imprensa e através desta prática a autarquia tenta que os meios de comunicação social espelhem a versão institucional mais conveniente sobre determinado assunto de cariz político e administrativo.

2.9- Efeitos nas populações municipais

Existe uma incapacidade de formular propostas concretas no modelo de comunicação para atingir os efeitos esperados na população.

Se por um lado os resultados dos processos comunicacionais autárquicos podem reforçar os laços de empatia existentes entre a instituição e a autarquia ou entre as populações e as autarquias, o mesmo também pode causar (numa perspetiva mais negativa) um maior isolamento dessas populações e centrarem-se assim na sua própria instituição, legitimando o autarca de forma tradicional (populista, exemplo: Alberto João Jardim na Madeira ou legitimá-lo de forma racional, tornando-o num tecnocrata).

É provável que quanto mais os processos de comunicação se traduzam em quadros onde os munícipes se revejam, melhores sejam os resultados desse processo e isso formará forças centrípetas da população para a instituição.

VII- O papel dos gabinetes de comunicação numa autarquia

Os gabinetes de comunicação, quando existem, são o espelho de uma qualquer autarquia pois é neste departamento que circula toda a comunicação interna e externa associada ao funcionamento autárquico. O século XXI e os avanços empresariais que neste período têm sido executados deram à comunicação uma importância prioritária no seio de uma qualquer entidade pública e/ou privada, não sendo as autarquias exceção a esta realidade.

Nesta secção poderemos encontrar serviços, objetivos e tarefas bastante objetivas já que a comunicação é atualmente encarada como o coração de uma instituição.

Os gabinetes de comunicação autárquicos fortalecem as relações de confiança entre trabalhadores ao mesmo tempo que criam e implementam dinâmicas de interação com o público externo bastante vantajosas para a credibilidade na imagem institucional. Se é nos gabinetes de comunicação que todo o processo comunicativo de uma autarquia veicula, devemos despertar para o fato de aqui se conjugarem múltiplas funções e um volume de trabalho generoso. Uma autarquia pouco comunicativa é uma autarquia invisível e isso só pode trazer prejuízos em diversos aspetos.

Aos gabinetes de comunicação autárquicos estão associadas de forma geral as seguintes funções:

- Cooperação na definição de políticas e estratégias de comunicação e imagem;
- Garantir os contactos, com os meios de comunicação social;
- Recolher, organizar e sistematizar as notícias de comunicação social, relativas à autarquia (clipping);
- Informar ou encaminhar para os serviços competentes, os pedidos de informação que lhe sejam endereçados;
- Assegurar e organizar a representação da autarquia, em feiras e exposições;
- Desenvolver e implementar planos de comunicação;
- Conhecer os seus principais públicos-alvo;
- Promover, coordenar ou divulgar, a realização de conferências, seminários, palestras, entre outros;
- Realização de pesquisas de mercado para apurar os interesses prioritários do público-alvo;
- Exercer influência na opinião pública;
- Evitar e resolver conflitos (solução e negociação de conflitos); Planear e desenvolver atividades de comunicação interna;

- Conceber materiais no seio da comunicação interna (revistas, newsletters, manual de acolhimento, entre outros);

Se uma autarquia quer atingir o sucesso no seu trabalho, não pode descurar a comunicação e os gabinetes de comunicação devem ser o centro nuclear de toda a comunicação autárquica, tanto a nível interno como externo. As novas tecnologias trouxeram uma facilidade muito maior em comunicar e isso reflete-se na interação dos munícipes nas páginas web das autarquias e principalmente nas redes sociais. Se a participação cívica está mais ativa, são necessárias ferramentas e estratégias que permitam à autarquia responder de forma clara e coerente a essa atividade cívica, tornando a existência dos gabinetes essencial. O gabinete de comunicação deve estar o mais próximo possível do gabinete da presidência pois todas as linhas de ação desenvolvidas no gabinete de comunicação devem estar de acordo com as decisões tomadas pelos representantes hierárquicos superiores (Presidente e Vereadores). Como afirma Martínez (2005: 117) *apud* Santos (2012: 15) “os gabinetes se ocupam da realidade das relações informativas com os meios de comunicação e, também, das relações institucionais, a organização de eventos, as relações com a sociedade em geral e com a comunicação interna.”

As autarquias são os motores de desenvolvimento local. Elas representam o país nas suas particularidades e conseguem que cada pedaço de Portugal tenha infraestruturas, meios humanos e serviços imprescindíveis à qualidade mínima de vida que é obrigatória por direito do ser humano. A ação das autarquias não atua apenas no domínio dos serviços públicos, mas são cada vez mais potencializadores de igualdades sociais, económicas, culturais, entre outras.

A atividade autárquica compacta em si uma grande responsabilidade ética e moral, é através das autarquias que a vontade e as necessidades do povo são expressas, portanto, as entidades autárquicas devem funcionar como um elo de ligação entre civis autárquicos e governo central.

Se as autarquias são o meio de comunicação entre munícipes e poder central, as mesmas devem criar estratégias atrativas que despertem a participação das pessoas nos assuntos autárquicos a fim de serem ouvidas e conseguirem ser representadas pela autarquia.

Portugal representa uma sociedade democrática, com o sufrágio universal como método de escolha dos governantes e a verdade é que cada vez mais a comunicação é um fator decisivo no sucesso ou insucesso de uma qualquer ação política. Para dar um exemplo, poderemos falar das últimas eleições legislativas no nosso país, decorreram a 4

de outubro de 2015 e deram a Passos Coelho o segundo mandato. Nestas eleições um dos temas mais falados após a derrota de António Costa (opositor de Pedro Passos Coelho pelo PS) foi a sua catastrófica campanha eleitoral que muitos apontam como um dos motivos que condenou António Costa ao insucesso. Apesar de este não ser o nosso objeto de estudo, comprova que na realidade os tempos têm evoluído e que o povo atribui cada vez mais importância à comunicação e as autarquias não são exceção.

Para Ramos (2007: 198) *apud* Grilo (2012: 41) os gabinetes de comunicação devem ser

a fonte oficial, através da qual se difundem as notas de imprensa, comunicados, resumos e quantas mais comunicações oficiais queiram fazer-se chegar à sociedade, através dos *Media*. Mediante uma adequada política de relações públicas, deve manter fluídos os contactos, com os órgãos de comunicação social e com as instituições; e organizar, aplicar e coordenar o protocolo dos eventos de carácter público, que se realizem na instituição.

Face à evolução desmedida das novas tecnologias de informação e facilidade de acesso às mesmas, as autarquias devem concentrar esforços na estruturação, organização e profissionalização das estruturas autárquicas que trabalham na área da comunicação, objetivando a divulgação das autarquias e das suas iniciativas junto do seu público autárquico, nomeadamente através dos órgãos de comunicação sociais locais. Segundo Camilo (1998: 35)

A existência de uma comunicação municipal neste contexto, está igualmente presente na necessidade de se criarem meios de comunicação que não só divulguem os serviços que são concretizados pelo município, como também recenseiem as necessidades, interesses e expectativas colectivas das populações que podem ser satisfeitas, municipalmente, ou na sua impossibilidade, encaminhadas para as entidades públicas, mais competentes.

A importância dos gabinetes de comunicação nas autarquias em pleno século XXI é de extrema prioridade e a existência do mesmo a par de um bom funcionamento pode ditar toda a imagem corporativa associada à entidade onde se insere.

VIII- A importância de um plano global de comunicação

O diálogo das autarquias com os seus munícipes é um princípio fundamental para o funcionamento do sistema democrático em que Portugal se insere. Este diálogo deve ser organizado e planeado com base nos objetivos políticos e administrativos das autarquias. É necessário que a comunicação esteja assente em pressupostos de coerência, sensibilização, consenso e utilidade pública.

Os planos de comunicação bem estruturados são fundamentais na capacidade que possuem de envolver as comunidades locais nos assuntos e iniciativas autárquicas.

Segundo a empresa Reflexo de Saberes, um Plano de Comunicação deve comportar e seguir esta ordem de ações:

- Análise Situacional / Análise Swot
- Objetivos da comunicação
- Diretrizes da comunicação
- Público-alvo
- Necessidades das partes interessadas
- Principais mensagens
- Canais de entrega
- Calendário da comunicação
- Comunicação de eventos
- Matriz de comunicação

Explicando agora cada um destes passos chave começamos pelo primeiro:

Análise Situacional ou análise SWOT

A análise situacional deve ser o primeiro passo a ter em conta na criação de um plano de comunicação pois não devemos elaborar uma qualquer estratégia comunicacional sem primeiro conhecermos na íntegra o ambiente existente na autarquia.

Isto significa que devemos investigar os pontos fortes da autarquia, os fracos ou melhor as falhas, as oportunidades e as ameaças. Além disto, é muito importante perceber quais foram os erros praticados no passado pela instituição a fim de os evitar e solucionar imagens negativas que possam ter sido deixadas por essas ações negativas.

É fundamental que quem define o plano de comunicação comece por questionar “o que somos, o que oferecemos, o que é que nos faz únicos e indispensáveis, a quem queremos chegar e o que é que queremos alcançar, o que é que dizemos e através de que meios, com que tempo, com que recursos e com que músculo”. Puig (2003: 151) *apud* Lopes (2012: 62)

Objetivos da comunicação

Depois de conhecer o ambiente autárquico e estudar de forma pormenorizada a análise swot é necessário perceber quais os objetivos principais que se pretendem alcançar com o plano de comunicação. Segundo a empresa acima descrita e a *newsletter* publicada em julho de 2009, devem ser concebidos três objetivos principais a atingir e como defendem Perreti (1997) e Clampitt (2001) *apud* Grilo (2012: 46) a definição de objetivos num plano de comunicação acaba por

facilitar a autonomia das equipas de trabalho e desenvolver a sua capacidade de inovar; reforçar a coesão de uma empresa e a adesão das pessoas; oferecer perspetivas de promoção, dar um sentido às coisas possibilitando a esperança e não eliminando a capacidade do sonho; evitar que a instituição seja uma fortaleza de segredos.

Diretrizes da comunicação

Definir as diretrizes de comunicação é o mesmo que escolher as linhas de orientação em que este plano vai estar suportado. Por exemplo quando decidimos bordar um quadro, as nossas primeiras linhas orientadoras devem ser para que local é o quadro, o ambiente estético que o rodeia, o objetivo que temos em bordar o quadro (se é para oferta, se é para a decoração da nossa casa, etc), se queremos um quadro grande, médio ou pequeno e só depois de analisado um conjunto de variáveis é que podemos partir para a escolha do desenho e das cores que nele queremos ver representadas. Este exemplo fora de contexto serve para pensarmos no plano de comunicação autárquico como algo “básico” e essencial no quotidiano de qualquer estrutura autárquica.

Segundo o Professor Luís Macedo e Sousa, um dos erros mais frequentes na criação de planos de comunicação autárquicos é precisamente o estabelecimento errado de diretrizes ou objetivos estratégicos como este lhes chama.

Para este, as autarquias definem as diretrizes de forma ambígua e assim alguns dos maus resultados desta ação são “objetivos insuficientemente focalizados e definidos e inconsistência entre a natureza das mensagens e o resultado das políticas desenvolvidas”. Sousa (2013: 37)

Se consultarmos o Portal da Subsecretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo, disponível em <http://www.comunicacao.sp.gov.br/diretrizes>, vemos que as diretrizes de atuação desta secretaria são: Difundir as informações de interesse público, sobre as diretrizes de governo, os direitos dos cidadãos, serviços, projetos e ações desenvolvidas pelo Estado nas diversas áreas de interesse da sociedade; Estimular a sociedade a participar do debate e do aprimoramento das políticas públicas do Estado;

Aprimorar a utilização da internet e das novas tecnologias da informação e comunicação como meio de democratizar as informações de governo, facilitar o acesso aos serviços, aumentar a transparência de seus atos e fortalecer o diálogo com a sociedade; Trabalhar no sentido de oferecer acessibilidade universal à comunicação de governo, atuar de forma sustentável e se tornar referência nacional em seu setor de atuação.

Naturalmente, não é este o nosso objeto de estudo, mas aqui reside um exemplo da importância da criação de diretrizes em qualquer plano de comunicação autárquico pois elas servem de apoio a todo o resto do plano e atuam como margens limitadoras e “defensivas”.

IX- Relação com os meios de comunicação social

Os meios de comunicação social assumem uma especial importância no contexto da comunicação autárquica. Ao falarmos de meios de comunicação social estamos a recorrer, inevitavelmente, ao termo inglês “mass media” ou “meios de massa” e segundo Alves (1999: 4) o termo sugere que estes meios são “sistemas mecanizados e electrónicos que, explorados por organizações e profissionais especializados, difundem idênticas mensagens para vastos públicos dispersos e heterogêneos.”

A importância da relação com estes meios prende-se com o fato de estes terem uma enorme capacidade para influenciar a opinião pública, tornando-se numa ferramenta poderosíssima para a disseminação de informação. Neste sentido, as autarquias devem procurar manter uma relação contínua e saudável com os meios de comunicação nomeadamente os locais pois estes são fundamentais na comunicação com a coletividade. Na escrita de Monteiro (2002: 148) *apud* Vilaça (2008: 3) podemos ler que “um dos efeitos pretendidos pelas instituições, com a presença nos media, é a conquista do apoio da opinião pública e, em consequência, a sobrevivência no mercado”.

A aposta na divulgação de mensagens através dos *media* locais (e nacionais) comporta um nível de credibilidade muito mais facilmente aceite pela população, resultando num entendimento da mensagem e alcançando os objetivos da disseminação da mesma. Como explica Fernandes (2011)

A divulgação das informações da organização através da comunicação social permite uma maior abrangência de meios, que seriam incomportáveis financeiramente através da publicidade. Para além deste facto, a transmissão de mensagens através da comunicação social tem mais aceitação do público do que através dos espaços comerciais. (Fernandes 2011: 11)

Com a diminuição cada vez mais acentuada de jornalistas nas redações de meios de comunicação locais, derivado da crise que tem afetado o país há vários anos, a comunicação municipal toma especial destaque na ajuda que proporciona a estas redações, fornecendo-lhe informação sobre o município já estruturada, tornando-se num elo de ligação entre a instituição, a comunicação social e a população.

A relevância crescente que os autarcas atribuem à opinião pública local e nacional leva os atores municipais a investirem cada vez mais em estratégias comunicacionais que permitam amplificar a divulgação das suas mensagens a todos os setores da sociedade.

Como afirma Costa (2004: 4) *apud* Vilaça (2008: 24)

pela proximidade das populações-alvo, a de âmbito regional assume particular interesse junto dos municípios, que vêem nela uma forma relativamente fácil de fazer chegar a informação até junto de um grande número de municípios. A comunicação social, concretamente a regional, é considerada um meio formador de opinião.

Caso as autarquias sejam beneficiárias de uma cativação constante por parte dos media, o trabalho de assessoria de imprensa municipal acaba por ficar facilitado e assente numa estratégia de disseminação coesa e credível.

A sociedade de informação é hoje cenário de atualizações diárias, onde surgem permanentemente novos avanços na tecnologia. Aos profissionais de comunicação cabe-lhes uma persistente formação para que não sejam ultrapassados nas novas formas de comunicar. A relação com a comunicação social é preponderante na construção de uma imagem positiva da edilidade junto da população, e quando os temos “do nosso lado” é muito mais motivador do que quando temos de quase implorarmos pela sua atenção e como dissemos anteriormente, as redações sofrem de redução de profissionais, aumentando a nossa posição e o nosso papel na relação premente com estes.

Aliada a esta realidade, a comunicação municipal é um instrumento de gestão que auxilia o alcance das metas autárquicas. Assim, os municípios recebem a informação de forma permanente, levando a uma participação cada vez maior dos mesmos em atividades e ações que a câmara leve à prática.

Também Vilaça (2008: 24) defende a existência de um plano de comunicação nas autarquias ao afirmar que “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.”

Ainda este autor defende que nos municípios mais pequenos, os autarcas devem dar uma maior atenção aos meios de comunicação locais pois estes (autarcas)

têm que ter em linha de conta que, uma vez que o seu âmbito geográfico é mais restrito, a comunicação social regional é um veículo privilegiado de contacto com as populações locais, pois nela “cabem” assuntos que, normalmente, não têm espaço nos órgãos de comunicação social nacionais. (Vilaça 2008: 24)

Como afirma Sousa (2013: 61)

Recuperar a imprensa local/regional, proporcionar-lhe escala independentemente dos suportes ao invés de tentar controlá-la, significa reequilibrar as mediações no espaço público, permitir que emoções e racionalidade interajam no espaço e no tempo gerando formas de coesão na diversidade.

Depende também dos técnicos de comunicação da instituição desempenharem um papel competente nesta área, sendo obrigatória uma excelente relação com os media,

conhecendo-os e mantendo-os atualizados de determinadas informações. Um técnico de comunicação carece da manutenção de uma habilidade coerente a fim de ter os meios de comunicação social controlados.

Este deve observar como os media se comportam no meio onde atuam, quais os seus interesses (políticos, editoriais, entre outros), as suas necessidades e as suas falhas. O profissional de comunicação atua assim, como um pêndulo, equilibrado, mas inclinado ora para um lado, ora para o outro, com o intuito de conhecer as suas realidades distintas e assim conseguir formular um plano que lhe permita intercetá-las sem que entrem em conflito, mantendo as duas “faces” em funcionamento vital e “satisfeitas.

X- Meios de comunicação autárquicos

As autarquias precisam de comunicar para difundirem as suas ações. Sem comunicação torna-se muito mais complicada a tarefa de atrair o público-alvo para a participação nas atividades desenvolvidas autárquicamente. Tendo como base este objetivo, a autarquia deve ser promotora de uma relação muito próxima com todos os media locais assim como trabalhar especificamente estratégias de comunicação adaptadas a diferentes circunstâncias ao mesmo tempo que deve adotar diferentes meios para o executar. Falamos de meios de comunicação autárquicos, isto é, meios que se destinam a fazer circular a comunicação municipal e como afirma Coelho (2010: 24) apud Camilo (1999: 5) “entende-se por comunicação municipal um conjunto de actividades, verbais ou extra-verbais, concretizadas pelos municípios ou tendo-os por referência, que visa legitimar os seus valores, actividades e objectivos.”

É através da comunicação autárquica que a entidade consegue uma relação mais próxima com a população, dando-lhe a oportunidade de se exprimir e de ouvir as suas necessidades, as suas opiniões e de lhes potencializar o interesse pela participação na vida cívica da autarquia. A verdade é que nos últimos anos temos assistido a uma acentuação de elevado grau na importância dada à comunicação por parte dos dirigentes autárquicos. As vantagens de uma boa estratégia de comunicação refletem-se numa satisfação crescente da população face à atuação do poder político local e isso acarreta a responsabilidade de a autarquia produzir cada vez mais comunicação, com mais qualidade, rigor e transparência.

A escolha dos meios a usar para veicular a comunicação é um dos passos mais elementares para garantir o futuro da ação, devendo os fatores faixa etária, localização geográfica e nível sócio cultural serem devidamente analisados antes de traçar o esboço da estratégia a adotar. A população autárquica não pode ser vista como uma massa humana homogénea, existem inúmeras características que a distinguem e outras tantas singularidades que a tornam única. Decerto, a facilidade com que uma criança de 14 anos tem em assistir a uma sessão de cinema livre promovida pela autarquia, não é a mesma que outra criança com a mesma idade mas que vive numa aldeia ainda distante da sede concelhia onde a atividade tem o seu palco. É perante estas e outras particularidades que os técnicos de comunicação se devem debruçar quando pretendem planear uma ação de comunicação autárquica a fim de tentarem serem o mais unânimes e abrangentes possível. Como escreveu Camilo (1999: 100) “os meios de comunicação municipal necessitam simultaneamente de serem veículos de informação pública e canais interactivos de comunicação que

possibilitem a expressão de uma opinião pública.”

A comunicação autárquica está irremediavelmente ligada aos interesses corporativos das autarquias, portanto, é útil e verdadeiro afirmar que a mesma deve ser um espelho dos objetivos calculados pelos órgãos autárquicos.

Estudo de Caso:

A comunicação autárquica nos municípios da Terra Quente Transmontana

I- Terra Quente Transmontana

Definição

A Terra Quente Transmontana abraça os concelhos de Alfândega da Fé, Carrazeda de Ansiães, Macedo de Cavaleiros, Mirandela e Vila Flor.

Em parceria, estes concelhos fundaram a Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana que visa promover a região e dar voz e um lugar de destaque à população residente com o intuito de preservando a identidade deste povo.

Relativamente às características territoriais desta região podemos falar de solos com origem xistosa, pouco profundos, ácidos e pobres em matéria orgânica onde a pluviosidade dificilmente ultrapassa os 500 milímetros daí as culturas mediterrâneas encontrarem condições excelentes de desenvolvimento.

A Terra Quente de hoje é vista como uma “periferia da periferia”, faltando-lhe uma rede de estruturas o que termina com um fraco desenvolvimento urbano e por sua vez, uma débil densidade populacional que culmina numa economia cada vez mais frágil. A maioria da população (envelhecida) concentra-se nos centros concelhios na medida em que possam acorrer aos serviços em tempo útil, pois as dificuldades de mobilidade nas aldeias são um fator decisivo para o abandono dos meios rurais.

É em Mirandela que se observa a maior concentração populacional, os outros 4 centros urbanos revelam estatísticas de demografia que alertam os especialistas para a urgência de criar medidas de organização do território para colmatar este cenário.

A agricultura é maioritariamente minifúndio e de tipo familiar, o que permite a produção de diferentes agriculturas no mesmo solo.

Esta mantém-se como o principal setor de atividade da região, com uma metodologia predominantemente tradicional, e que exige uma fraca qualificação de recursos humanos (embora a situação se esteja a alterar, mas de forma muito lenta). Tudo isto, ajuda a que os produtos não sejam valorizados e os agricultores vêm-se ainda confrontados com grandes temperaturas, geadas tardias, solos ácidos e pouca pluviosidade na altura mais devida.

Com referência no defendido por Luís Ramos da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e Francisco Cepeda do Instituto Politécnico de Bragança o “desafio para o

desenvolvimento” passa por

uma síntese de aproveitamento das potencialidades – diversidade da paisagem, recursos naturais e ambientais, experiência dos agricultores habituados às más condições climáticas e do terreno, extensas áreas para a produção de gado, uso múltiplo da floresta, valorização dos recursos e do artesanato – como um modelo de crescimento económico adaptado e iniciativas para crescimento local. In Terra Quente Trasmontana: uma identidade positiva (2007: 50)

Os especialistas referidos anteriormente defendem ainda que deveria existir um modelo económico que assentasse na criação de microempresas ligadas à produção local, com estratégias de marketing bem delimitadas, uma forte aposta no ensino superior da região e o incentivo na construção de estruturas de turismo que gerassem interesse bem como serviços de diversão diversificados.

Segundo a edição Terra Quente Trasmontana: uma identidade positiva as linhas com maior incidência produtiva nesta região são a viticultura, fruticultura, construção civil, águas minerais, azeite, indústria transformadora de carne, termalismo e, naturalmente o turismo, destacando os elementos naturais e paisagísticos que podemos encontrar nesta província. Em termos de produções podemos salientar a cereja em Alfândega da Fé, a maçã e a uva em Carrazeda de Ansiães, a castanha em Macedo de Cavaleiros, a azeitona em Mirandela e Vila Flor, os produtos hortícolas do Vale da Vilarça e na pecuária a concentração é na criação de gado ovino e caprino que dão uma carne de excelência e um queijo com renome internacional.

Também a hospitalidade, a gastronomia a qualidade ambiental e a segurança são elementos chave para a aposta dos turistas.

Enquadramento geográfico

A Terra Quente Trasmontana está situada na junção das sub-regiões do Alto Trás-os-Montes (região mais interina) e do Douro, sendo por este motivo banhada pelos rios Douro, Sabor e Tua oferecendo-lhe características muito singulares em relação ao clima e ao modo de viver das suas populações. No que concerne à acessibilidade, esta rede municipal é servida pelo IP2 e pela A4. Possui cerca de 2225,1 km² e é ainda povoada de por fossas tectónicas (Mirandela e Vale da Vilarça) e por vales de erosão profundos (situados na zona do Rio Sabor e no Douro Superior), encaixados na paisagem ibérica. As serras de Bornes e de Orelhão também conhecida pela serra dos Passos são os dois acidentes de relevo com mais saliência.

Clima

Esta região usufrui de um clima muito díspar devido à sua localização geográfica, sendo muito diferente do clima da restante região transmontana. O clima pode assim ser definido por ter verões muito quentes, secos e de longa duração dando origem a uma vegetação e uma agricultura delimitada essencialmente por características mediterrânicas. Os invernos são representados pelas imensas geadas que cobrem os solos com um manto branco, tornando o ar gélido e as estações intermédias, primavera e outono, de curta longevidade climática.

A água é escassa e os rios que cercam a Terra Quente são apenas 3. Existem pequenas ribeiras, mas não o suficiente para alterarem o clima e a agricultura mediterrânica que por cá se pratica, principalmente a amendoeira, as árvores de fruto, a oliveira, os cereais, a vinha e as hortas.

Enquadramento do estudo de caso

Como já foi mencionado, este trabalho académico tem como objetivo primordial a análise da comunicação autárquica dos cinco municípios da Terra Quente Transmontana. Pretendemos ainda verificar quais as boas práticas comunicacionais exercitadas em cada município e salientar as falhas que consideramos serem mais graves. Para alcançarmos o objetivo da investigação, definido no início da mesma, optamos por estudar as estratégias de comunicação com que cada município trabalha.

Para trabalharmos o aspeto prático desta investigação escolhemos os cinco municípios que representam a Terra Quente Transmontana. Esta escolha deve-se ao fato de esta região estar geograficamente situada na sub-região do Alto Trás-os-Montes e do Douro, conferindo-lhe características e dinâmicas muito específicas em termos de modo de vida. Nesta região o isolamento é notório e apesar dos acessos que foram criados recentemente, as aldeias desta zona vivem sem transportes públicos à exceção do táxi que é considerado pelos utilizadores um meio extremamente “caro”.

Verificada esta situação, achamos pertinente analisar a comunicação de cada município desta área que é consumida drástica e anualmente pelo envelhecimento da população e pela desertificação humana.

De que maneira comunicam os autarcas num cenário com estas particularidades? Esta é a pergunta que justifica a escolha destes cinco municípios para a investigação prática desta dissertação.

Para atingir a meta a que nos propusemos numa fase inicial, começamos pela pesquisa bibliográfica sobre os temas mais pertinentes no trabalho.

A seguir, elaboramos uma entrevista-modelo com base nas referências bibliográficas adotadas para a construção do molde teórico da presente exposição.

Numa fase posterior, procedemos à recolha de dados no terreno, isto é, nas câmaras municipais dos cinco municípios da Terra Quente Transmontana onde aplicamos a entrevista a cada representante do departamento de comunicação de cada autarquia.

Por fim, foi corporificada a análise de conteúdo das entrevistas e elaboradas as conclusões que falaremos mais adiante.

Metodologia

O objetivo deste trabalho de investigação é analisar e comparar a comunicação autárquica realizada nas autarquias da Terra Quente Transmontana. Desta forma, irá ser analisado o processo de comunicação aplicado em cada autarquia, das cinco que compõem a Terra Quente Transmontana para posterior comparação. Para este efeito, tomamos como método de trabalho e estudo de caso. Este método é frequentemente adotado em investigações no plano curricular das ciências sociais e humanas e consiste numa metódica compreensão da situação investigada, envolvendo a conjugação e interpretação de múltiplos fatores associados à realidade da situação pesquisada. Ponte (2006: 2) *apud* Araújo (2008:4) revela que o estudo de caso

é uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir a que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenómeno de interesse.

Assim, para entendermos o fenómeno comunicacional a nível autárquico das cinco autarquias referenciadas anteriormente definimos como métodos metodológicos uma sequência de atos coordenados com o intuito de obter as conclusões do pressuposto de investigação.

Começamos por elaborar uma revisão literária sobre a bibliografia existente relacionada com o tema geral; de seguida exploramos uma bibliografia mais específica sobre a comunicação autárquica e os instrumentos de comunicação que devem ser usados no ato de comunicar pelas autarquias; na parte prática realizamos uma entrevista ao representante do departamento de comunicação de cada instituição; procedemos à recolha de dados no interior de cada uma das autarquias e depois de estudado o conteúdo de cada entrevista e de verificados os instrumentos comunicacionais que cada autarquia possui, executamos a comparação entre cada uma delas a fim de tomar nota de algumas conclusões seguidas da apresentação de algumas sugestões.

A estudo de caso escolhido para este trabalho são os cinco municípios da Terra Quente Transmontana, por ser uma região onde a comunicação autárquica enfrenta grandes desafios uma vez que a desertificação do território é uma realidade cada vez mais aguda e neste sentido, os autarcas necessitam de arranjar formas de comunicação que por um lado tentem combater este flagelo e que por outro, consigam chegar à população sénior. A seleção da amostra baseia-se na escolha de uma amostra de conveniência, uma

vez que foi pedido a cada município, respetivamente, que fosse o encarregado da comunicação da entidade a falar connosco e a responder-nos à entrevista.

Assim, a parte prática deste trabalho está alicerçada numa entrevista a cada representante da comunicação de cada autarquia, bem como uma recolha de dados efetuada em cada organização para verificar que instrumentos utilizam na sua comunicação e assim poder comparar a comunicação das cinco autarquias.

O objetivo desta investigação é verificar qual das cinco autarquias comunica melhor, com base numa pesquisa teórica efetuada previamente para sustentar a investigação. Segundo Fidel (1992) *apud* Araújo et al (2008: 9) o objetivo de um estudo de caso é “compreender o evento em estudo e ao mesmo tempo desenvolver teorias mais genéricas a respeito do fenómeno observado.”

O intervalo temporal do estudo corresponde ao segundo semestre do ano de 2015.

A metodologia usada é descritiva e qualitativa. A metodologia descritiva é elaborada através do estudo, da análise, do registo e da interpretação dos fatos reais sem a interferência do investigador nos conteúdos observados. Este processo não decorre com base em descobertas, mas sim por sistematização, ou seja, verificação permanente dos fenómenos seguida de uma análise. A metodologia qualitativa não utiliza características estatísticas para chegar a conclusões, neste caso, a metodologia qualitativa tem como finalidade concluir se os cinco municípios da Terra Quente Transmontana comunicam de igual forma e se existem falhas neste processo que podem ser salientadas e posteriormente melhoradas.

A conclusão pretendida com esta metodologia é responder à questão inicial “como se processa a comunicação autárquica na Terra Quente Transmontana?” Com esta questão pretendemos determinar quais os métodos de comunicação mais usados nas cinco autarquias da Terra Quente Transmontana.

I- Procedimento da análise de resultados

Alfândega da Fé – Estado atual da comunicação autárquica

O município de Alfândega da Fé possui gabinete de comunicação e quem o representa é a Dra. Sónia Lavrador licenciada em Ciências da Comunicação. A trabalhar a comunicação autárquica existem três funcionários, mas apenas uma tem formação na área da comunicação, como já foi referido. Estes funcionários recebem formação na área num período de dois em dois anos e os mesmos dependem hierarquicamente do presidente. Em resposta à questão sobre como os funcionários encaram a comunicação autárquica, foi-nos respondido que esta é vista não só como um meio para chegar aos destinatários, mas também como uma forma de organização.

Este gabinete, em parceria com a casa da cultura, é responsável por elaborar a *newsletter* mensal e por realizar a agenda bimensal. Nesse espaço são atualizados os conteúdos da página web da autarquia e da rede social *facebook*, este está devidamente atualizado com os eventos de diferentes origens promovidos pela autarquia. A página web está igualmente atualizada, mas foi-nos referido pela Dra. Sónia que uma nova página web entrará em vigor dentro de poucas semanas.

A comunicação interna da autarquia alfundeguense é muito escassa e isso não é um ponto benéfico para a imagem da autarquia. O único evento relacionado com comunicação interna que ocorre na autarquia é a ceia de natal para todos os funcionários que desejem marcar presença. Os funcionários têm à disposição na intranet, documentos formatados e aplicações que facilitam o seu trabalho entre diversos gabinetes operacionais a fim de que a comunicação produzida pela autarquia tenha os mesmos padrões de construção.

De zero a cinco, em que zero é prioridade nula e cinco prioridade máxima, a autarquia alfundeguense caracteriza a importância da comunicação no nível quatro. Não são os funcionários de comunicação que elaboram os discursos da presidente, não a acompanham em atos públicos e não participam na elaboração da agenda do presidente e dos vereadores.

A autarquia de Alfândega da Fé revela alguma preocupação na sua relação com a comunicação social e com o público autárquico e afirma que a opinião do público autárquico sobre a autarquia é que esta é comunicativa o suficiente. A mesma recorre aos meios de comunicação sociais locais para transmitir informações com uma regularidade de três ou mais vezes por mês. Neste âmbito a autarquia mantém protocolos com órgãos

de comunicação social regionais tais como a LocalVisão TV e a Rádio Planalto (onde é divulgada a agenda semanal e outras notícias quando assim se justifica).

Como vimos na análise de enquadramento deste concelho, Alfândega da Fé é mais um dos concelhos do interior transmontano que é afetado pelo envelhecimento da população. Com este cenário, a autarquia deve planear a estratégia a ter para simplificar a vida desta camada populacional. Neste seguimento, a demora de uma resposta a uma reclamação é em média um mês e a autarquia tem a interpretação de que a frequência da deslocação de população sénior à instituição seja feita mais ou menos uma vez por mês.

Não existe na teoria um Plano Estratégico para Pessoas Idosas, mas na prática são executadas medidas e atividades que vão ao encontro deste fenómeno etnográfico que cobre grande parte do território transmontano. Algumas destas medidas traduzem-se no envio de sms ou a realização de chamadas telefónicas para todos os idosos que estejam inscritos na base de dados da autarquia criada especificamente para este fim, assim a população é notificada dos eventos uma vez que autarquia deixou de apostar em meios de comunicação impressos e apenas divulga de forma digital os mesmos.

Alfândega da Fé foi a primeira autarquia portuguesa a subscrever a Declaração de Dublin para as Cidades e Comunidades Amigas dos Idosos que se traduz num projeto com compromissos aceites pela autarquia para melhorar as condições dos idosos e combater o envelhecimento da população.

A autarquia apoia também o grupo de jovens “Outrora” que funciona como um elo de ligação entre instituições concelhias de séniores e permitir a trocas de experiências entre as mesmas.

São realizados eventos de comunicação pela autarquia, mas o programa dos mesmos não nos foi concedido. A autarquia caracteriza como razoável a participação do público autárquico nos assuntos da autarquia.

Não há na elaboração da comunicação um plano de comunicação nem manual de comunicação de gestão de crise.

Relativamente à comunicação *online* da autarquia, a mesma é avaliada como um meio de comunicação global, que permite à autarquia comunicar de forma rápida para um público-alvo muito abrangente. Sendo assim, as plataformas de comunicação online existentes na edilidade são a página web, a rede social *facebook* e o *e-mail*. As notícias publicadas na página web saem com atraso de um dia.

Na opinião da Dra. Sónia Lavrador, a página web da autarquia é o meio mais

utilizado pelo público autárquico para se informar sobre os mais variados assuntos da autarquia. Ainda à mesma, as funções que lhe estão associadas são: contatos com a imprensa; elaboração e envio de notas de imprensa, etc; organização de conferências de imprensa, etc; apoio na organização de eventos; atualização do site institucional e elaboração da *newsletter*.

<i>Análise resumida da comunicação do Município de:</i>	<i>Alfândega da Fé</i>
❖ Gabinete de Comunicação	Sim
❖ Técnicos superiores de comunicação	1
❖ Prioridade que atribuem à comunicação ¹	4
❖ Para estes, o público autárquico classifica a comunicação da autarquia como:	Comunicativa o suficiente
❖ Regularidade da utilização dos meios de comunicação social	3 ou mais vezes por mês
❖ Plano Estratégico Municipal para Idosos	Sim
❖ Atividades de comunicação interna	0
❖ Meios de comunicação interna existentes na autarquia	Manual de Acolhimento ² Comunicações Informativas Email Intranet
❖ Na opinião destes responsáveis, a participação do público autárquico nas iniciativas municipais é:	Razoável
❖ Plano de Comunicação	Não
❖ Manual de Comunicação de Gestão de Crise	Não
❖ As notícias publicadas na página web do município saem com um atraso de?	1 dia

Tabela 2. Análise Comunicacional Autárquica do Município de Alfândega da Fé.

1) Prioridade atribuída numa escala de 0 a 5, em que 0 é prioridade nula e 5 é prioridade máxima.

2) Elemento não disponibilizado pela autarquia.

Carrazeda de Ansiães – Estado atual da comunicação autárquica

O município de Carrazeda de Ansiães não tem gabinete de comunicação e não detém nenhuma pessoa a trabalhar especificamente a comunicação ou com licenciatura em ciências da comunicação, com exceção da estagiária que lá se encontra.

Quem nos respondeu à entrevista foi a Dra. Isabel Lopes, licenciada em arqueologia.

Quem trabalha a comunicação nesta autarquia depende hierarquicamente do presidente e a Dra. Alexandra analisa a comunicação autárquica como um meio para chegar aos destinatários.

De zero a cinco, em que zero é prioridade nula e cinco prioridade máxima, a autarquia carrazedense caracteriza a importância da comunicação no nível quatro. Verificamos que não são os funcionários da comunicação que realizam os discursos do presidente e estes não o acompanham em atos públicos. A Dra. Alexandra em parceria com outros colegas e também com os três estagiários (uma de ciências da comunicação e dois da área de turismo), regista fotograficamente os eventos, apoia a definição de eventos, realiza notícias e notas de imprensa, atualiza os conteúdos do *website* e da rede social *facebook*, divulga e acompanha os eventos e concretiza toda a comunicação e divulgação de informação ligada à LIT – Loja Interativa de Turismo (e dos museus da autarquia), colabora na execução do boletim municipal (sem periodicidade).

No aspeto da relação com a comunicação social e com o público autárquico, a Dra. Alexandra respondeu-nos que a opinião do público autárquico é de que a autarquia é pouco comunicativa mesmo que esta recorra aos meios de comunicação sociais locais três ou mais vezes por mês para transmitir informações. O tempo médio que leva a autarquia a responder a uma reclamação é de cerca de um mês e na visão da Dra. Alexandra a frequência da deslocação de séniores à instituição é de uma vez de dois em dois meses. Em relação à população sénior concelhia, a autarquia não tem delimitado um plano estratégico municipal para pessoas idosas, mas leva a cabo atividades específicas em prol do convívio e da saúde da população. Estas atividades são realizadas em parceria com o centro de saúde local e com uma regularidade que não nos foi declarada, mas traduzem-se em idas regulares aos centros de convívio das freguesias e além de aulas de ginástica são feitas análises de rotina (diabetes, tensão arterial, colesterol, etc).

As atividades de comunicação interna na autarquia são mais de seis por ano e dos meios existentes para este efeito, os funcionários têm à disposição comunicações informativas, e-mail e intranet. Na intranet os funcionários podem aceder a aplicações

que tornam mais fácil o trabalho e a comunicação entre departamentos. Além da facilidade, o intuito é que o padrão da comunicação produzida pela autarquia seja homogéneo. As atividades de comunicação interna são variadas e falaram-nos de jogos de futebol entre funcionários, passeios turísticos promovidos pelos serviços de ação social da autarquia, piqueniques, entre outros.

A autarquia não organiza eventos de comunicação e para a Dra. Alexandra a participação do público autárquico nos assuntos da autarquia é razoável.

Não há um plano de comunicação nem um manual de comunicação de gestão de crise.

Existem, no entanto, plataformas de comunicação online, como o site institucional e a rede social *facebook* (que é a mais utilizada pela autarquia, mas tem outras tais como o *instagram* ou o *twitter*). Para a Dra. Alexandra a existência destas plataformas é fundamental no seio da comunicação autárquica pois a internet é considerada pela mesma um meio global de comunicação que permite à autarquia comunicar de forma rápida para um público-alvo abrangente e também porque a internet possibilita a projeção das autarquias e das regiões onde se inserem num espaço global, contribuindo para a divulgação e atração de investimento e/ou visitantes. As notícias publicadas na internet saem com um atraso de dois dias (em média).

A autarquia não se relaciona muito com os meios de comunicação social locais, apenas mantém um protocolo com a Localvisão Tv e esporadicamente coloca publicidade informativa na Rádio Ansiães.

Espalhados pela vila estão três *mupis* que ajudam na divulgação de eventos e a colaboração com a plataforma de turismo Porto e Norte também origina uma disseminação do concelho muito amplificada.

Não foi respondida qual a função do responsável da comunicação da autarquia pois não existe um específico, mas sabemos que desses funcionários nenhum participa na elaboração da agenda política do presidente e dos vereadores e na opinião da Dra. Alexandra os meios mais utilizados pelo público autárquico para aceder a informação autárquica são a página web e as redes sociais.

<i>Análise resumida da comunicação do Município de:</i>	<i>Carrazeda de Ansiães</i>
❖ Gabinete de Comunicação	Não
❖ Técnicos superiores de comunicação	0
❖ Prioridade que atribuem à comunicação ³	4
❖ Para estes, o público autárquico classifica a comunicação da autarquia como:	Pouco comunicativa
❖ Regularidade da utilização dos meios de comunicação social	3 ou mais vezes por mês
❖ Plano Estratégico Municipal para Idosos	Não
❖ Atividades de comunicação interna	Mais de 6 ⁴
❖ Meios de comunicação interna existentes na autarquia	Comunicações Informativas ⁵ Email Intranet
❖ Na opinião destes responsáveis, a participação do público autárquico nas iniciativas municipais é:	Razoável
❖ Plano de Comunicação	Não
❖ Manual de Comunicação de Gestão de Crise	Não
❖ As notícias publicadas na página web do município saem com um atraso de?	2 dias

Tabela 3. Análise Comunicacional Autárquica do Município de Carrazeda de Ansiães.

-
- 3) Prioridade atribuída numa escala de 0 a 5, em que 0 é prioridade nula e 5 é prioridade máxima.
- 4) Elemento não exemplificado pela autarquia.
- 5) Elemento não disponibilizado pela autarquia.

Macedo de Cavaleiros – Estado atual da comunicação autárquica

A autarquia de Macedo de Cavaleiros não possui gabinete de comunicação. Tem um funcionário a trabalhar a comunicação autárquica (Nélio Pimentel) e o mesmo é licenciado na área da comunicação (Tecnologias da Comunicação). A frequência com que este recebe formação é de dois em dois anos e depende hierarquicamente do presidente para executar as suas ideias, estando a comunicação macedense ligada ao gabinete de apoio à presidência. Para o Nélio, a comunicação autárquica é um meio para chegar aos destinatários e uma forma de organização. De zero a cinco, em que zero é prioridade nula e cinco prioridade máxima, a autarquia macedense caracteriza a importância da comunicação no nível três. Na autarquia de Macedo de Cavaleiros é o funcionário de comunicação que elabora os discursos do presidente ao passo que também o acompanha em atos públicos.

Segundo Nélio Pimentel, a opinião do público autárquico é que a autarquia é pouco comunicativa mesmo que esta recorra aos meios de comunicação sociais locais para transmitir informações três ou mais vezes por mês. Dos protocolos existentes com a comunicação social, foram-nos referenciados o da Rádio Onda Livre, o da LocalVisão TV em parecia com as CIM'S (Comunidades Intermunicipais) e da compra de doze páginas nos jornais locais “O Comércio de Macedo” e o jornal “O Guerra”, mas foram-nos explicadas duas estratégias de comunicação executadas pela autarquia em alturas distintas.

A primeira ocorreu com o programa da XIX Feira da Caça e Turismo 2015 onde a autarquia comprou o espaço publicitário no jornal nacional “O Jogo”, no poster alusivo a Cristiano Ronaldo ter ganho a sua segunda bola de ouro. Como será de senso comum, Cristiano Ronaldo é um famoso jogador de futebol, português e que tem milhões de adeptos por todo o mundo. Além do programa desta feira estar destacado na parte de trás do poster do Cristiano Ronaldo, a autarquia comprou cerca de 5000 exemplares ao referido jornal e distribuiu-os pelas crianças do 1º ciclo de todas as autarquias circundantes. O objetivo era que as crianças, na maior parte fãs do jogador, chegassem a casa e comentassem com os pais o que tinham recebido e desta forma os pais vissem o programa da feira quando provavelmente muitos deles até seriam caçadores, ficando interessados no programa do evento.

O segundo ocorreu mais ou menos na mesma estratégia do primeiro. O clube de futebol Sport Lisboa Benfica ganhou a taça da liga no ano 2014/2015. Isto sucedeu na

altura em que se divulgavam as Festas e Feira de São Pedro 2015. De novo, a autarquia comprou o espaço publicitário no jornal “O Jogo” por trás do poster referente à equipa benfiquista festejando a conquista. Uma vez que dos cerca de 10 milhões de habitantes em Portugal, mais de metade são deste clube futebolístico, a estratégia tinha como objetivo que os consumidores deste jornal vissem o programa anexado ao poster da sua provável equipa de futebol de coração.

Não nos foi referenciado qual o período que a autarquia demora a dar resposta a uma reclamação, tendo sido a resposta “não sei”. Na linha de atuação da autarquia em relação às pessoas séniores, foi-nos respondido que é “impossível avaliar” a frequência da deslocação destas pessoas à instituição. Posto isto, é de lógica dedução que a autarquia macedense não dispõe de um plano estratégico municipal para pessoas idosas, mas a autarquia promove uma série de atividades que visam o bem-estar da população mais velha ou mais carenciada financeiramente. Se visitarmos a página web da autarquia disponível em: <http://www.cm-macedodecavaleiros.pt> podemos ver que no separador dedicado à ação social existem os seguintes subtemas ligados a ações com a população sénior: Idade Maior/ Idade Melhor e Rede Social. O primeiro trata-se de um conjunto de atividades para pessoas com idade igual ou superior a cinquenta anos, neste projeto os objetivos passam pelo convívio, pelo lazer, pela troca de experiências, pela aprendizagem, pelo divertimento e pela manutenção da saúde com atividades propositadas para esse efeito.

A segunda iniciativa “Rede Social” é uma rede como o próprio nome indica de funciona como elo de ligação entre diferentes instituições, a rede é liderada pela Câmara e o objetivo é que através destas entidades e parceiros se consiga ajudar o maior número de munícipes nas mais variadas questões.

Sobre a comunicação interna pudemos apurar que não existem atividades e/ou meios ligados a esta com exceção da troca de emails entre funcionários. Não são realizados eventos de comunicação e o Nélio classificou a participação do público autárquico nos assuntos autárquicos como razoável.

O responsável pela comunicação não tem definido um plano de comunicação nem um manual de comunicação de gestão de crise.

A comunicação online na autarquia está representada através de plataformas online e para o Nélio a comunicação online “possibilitam a projeção das autarquias e das regiões onde se inserem num espaço global, contribuindo para a divulgação e atração de investimento e/ou visitantes.”

A atualidade das notícias é um fator de sucesso na comunicação autárquica e segundo o Nélio as notícias publicadas na web saem com um atraso de apenas um dia.

Na relação entre o funcionário responsável pela comunicação da autarquia de Macedo de Cavaleiros, presidente e vereadores, soubemos que o Nélio participa na elaboração da agenda política dos mesmos.

Para este, o meio mais utilizado pelo público autárquico para se informar sobre a autarquia são as redes sociais.

As tarefas associadas ao cargo do Nélio são a realização de notas de imprensa; o contato direto com os jornalistas; acompanhamento de eventos; atualização do website e das redes sociais; realização de notícias; apoio direto ao presidente e vereadores; registo fotográfico; apoio na definição e orientação de eventos e responsabilidade da comunicação dos mesmos.

O boletim municipal não tem sido efetuado com regularidade, tendo sido impressos apenas dois desde o ano de dois mil e treze.

A organização do *clipping* já existiu, mas está estagnada neste momento pelo volume de trabalho da pessoa responsável pela comunicação da autarquia. A imagem da autarquia é muito trabalhada na parte da cultura, onde em parceria com o gabinete de comunicação são realizadas as agendas culturais e as duas *newsletters* da autarquia.

A agenda cultural é quadrienal em norma e é distribuída pelos munícipes de forma gratuita. A autarquia utiliza notas de imprensa para a comunicação social a fim de divulgar as suas iniciativas.

<i>Análise resumida da comunicação do Município de:</i>	<i>Macedo de Cavaleiros</i>
❖ Gabinete de Comunicação	Não
❖ Técnicos superiores de comunicação	1
❖ Prioridade que atribuem à comunicação ⁶	3
❖ Para estes, o público autárquico classifica a comunicação da autarquia como:	Pouco comunicativa
❖ Regularidade da utilização dos meios de comunicação social	3 ou mais vezes por mês
❖ Plano Estratégico Municipal para Idosos	Não
❖ Atividades de comunicação interna	0
❖ Meios de comunicação interna existentes na autarquia	0
❖ Na opinião destes responsáveis, a participação do público autárquico nas iniciativas municipais é:	Razoável
❖ Plano de Comunicação	Não
❖ Manual de Comunicação de Gestão de Crise	Não
❖ As notícias publicadas na página web do município saem com um atraso de?	1 dia

Tabela 4. Análise Comunicacional Autárquica do Município de Macedo de Cavaleiros.

6) Prioridade atribuída numa escala de 0 a 5, em que 0 é prioridade nula e 5 é prioridade máxima.

Mirandela - Estado atual da comunicação autárquica

A autarquia de Mirandela é a única das cinco autarquias da Terra Quente Transmontana que afirma ter gabinete de comunicação (e o que isso implica) e nele estão inseridos dois funcionários a trabalhar a comunicação sendo que apenas uma delas é licenciada na área da comunicação. Quem nos respondeu à entrevista e quem nos recebeu na reunião para a recolha de dados foi a Dra. Joana Portela (licenciada em Turismo). A regularidade com que estes funcionários recebem formação é anual. A sua atuação depende hierarquicamente do presidente e para a Dra. Joana a comunicação autárquica é não só um meio para chegar aos destinatários como também uma forma de organização. A mesma atribuiu o número cinco à prioridade da comunicação numa escala de zero a cinco em que zero é prioridade nula e cinco é prioridade máxima. Não são os funcionários de comunicação que elaboram os discursos do presidente, mas acompanham-no em atos públicos.

Na visão da Dra. Joana, o público autárquico considera que a autarquia é muito comunicativa. A autarquia recorre aos meios de comunicação sociais locais para transmitir informações três ou mais vezes por mês. Existe diariamente um espaço publicitário na Rádio Terra Quente que serve para transmitir as mais variadas informações provenientes da autarquia.

Um mês é o tempo médio de espera da resposta a uma reclamação. Segundo esta responsável, as pessoas séniores deslocam-se à instituição com uma frequência estimada no período de uma vez por mês e a autarquia, a par da autarquia de Alfândega da Fé, tem um Plano Estratégico Municipal para Pessoas Idosas que não nos foi, porém, disponibilizado.

No que concerne à comunicação interna a autarquia desenvolve por ano mais de seis atividades com a finalidade de promover um bom ambiente entre funcionários. Dos meios de comunicação interna disponíveis pela autarquia foram-nos revelados a existência de e-mail, comunicações informativas e manual de acolhimento. Também a Dra. Joana nos revelou que a autarquia diligenciava eventos de comunicação, mas não nos foram referenciados eventos em concreto na recolha de dados que posteriormente fizemos. O gabinete de comunicação classifica como razoável a participação do público-alvo nos assuntos da autarquia.

Devemos salientar que a autarquia mirandelense é a única das cinco autarquias da Terra Quente Transmontana que possui Plano de Comunicação, mas que também não nos

foi disponibilizado. Segundo a Dra. Joana, a periodicidade da manutenção deste plano não se aplica e o mesmo não é iniciado com uma análise situacional. As áreas que este abrange passam pela área económica; comunicação interna; comunicação externa; publicidade; marketing; imprensa; obras municipais; cultura; desporto; ambiente; turismo e outras. A este plano está agregado, supostamente, um calendário e supostamente os canais de entrega das mensagens são estipulados mediante um estudo prévio do público-alvo a que as mensagens se destinam. Foi-nos respondido que o plano de comunicação contém instrumentos de medição de *feedback* mas não nos foi referenciado nenhum.

O manual de comunicação de gestão de crise é outro elemento muito importante e fundamental em qualquer gabinete de comunicação. A autarquia de Mirandela afirmou ter este manual, incluindo os seguintes elementos nele descritos: comité de crise com nomes e funções de cada membro; porta-voz no comité pré-estabelecido e treino do mesmo; realização de *workshops* do resto da equipa; base de dados atualizada dos contatos dos *media*; lista de eventuais cenários de crise; lista de estratégias de prevenção de crise; “*road-map*” e gabinete apto a ser utilizado numa situação de emergência/crise. É de salientar que nada disto nos foi disponibilizado e/ou mostrado.

A autarquia usufrui de plataformas de comunicação *online* e na visão da Dra. Joana estas são não só “um meio de comunicação global, permitindo à autarquia comunicar de forma rápida para um público-alvo muito abrangente” como também “a possibilidade de projeção das autarquias e das regiões onde se inserem num espaço global, contribuindo para a divulgação e atração de investimento e/ou visitantes”.

As notícias publicadas na *web* saem com um atraso de quatro ou mais dias por falta de tempo dos funcionários do gabinete de comunicação.

Na relação entre funcionários de comunicação, presidente e vereadores pudemos verificar que os funcionários não participam na elaboração da agenda política do presidente e vereadores. Para a Dra. Joana, o meio mais utilizado pelo público autárquico para se informar sobre a autarquia é a página web.

As funções inerentes da Dra. Joana são: definir e aplicar as regras que devem presidir no cerimonial e etiqueta de acordo com o protocolo; organizar o acompanhamento das entidades oficiais e outros convidados de visita ao município; garantir o contato com os órgãos de comunicação social (OCS); coligir e organizar a informação com interesse para o município para divulgação pelos OCS e efetuar o registo de todas as cerimónias públicas, como sejam: homenagens, inaugurações, lançamentos de primeira pedra, sessões solenes, entre outros. Este gabinete é ainda responsável pela realização do boletim

trimestral, da newsletter semanal que é enviada através de uma mailing list com mais de oito mil contatos, do *clipping* diário e da elaboração e envio de notas de imprensa para a comunicação social.

Espalhados pela cidade estão três *mupis* digitais com informação diversificada sobre a atividade autárquica mirandense que auxiliam a divulgação da comunicação.

<i>Análise resumida da comunicação do Município de:</i>	<i>Mirandela</i>
❖ Gabinete de Comunicação	Sim
❖ Técnicos superiores de comunicação	1
* Prioridade que atribuem à comunicação ⁷	5
❖ Para estes, o público autárquico classifica a comunicação da autarquia como:	Muito comunicativa
❖ Regularidade da utilização dos meios de comunicação social	3 ou mais vezes por mês
❖ Plano Estratégico Municipal para Idosos	Sim
❖ Atividades de comunicação interna	Mais de 6 ⁸
❖ Meios de comunicação interna existentes na autarquia	Manual de Acolhimento ⁹ Comunicações Informativas
❖ Na opinião destes responsáveis, a participação do público autárquico nas iniciativas municipais é:	Razoável
❖ Plano de Comunicação	Sim ¹⁰
❖ Manual de Comunicação de Gestão de Crise	Sim ¹¹
❖ As notícias publicadas na página web do município saem com um atraso de?	4 ou mais dias

Tabela5 . Análise Comunicacional Autárquica do Município de Mirandela.

-
- 7) Prioridade atribuída numa escala de 0 a 5, em que 0 é prioridade nula e 5 é prioridade máxima.
 - 8) Elemento não exemplificado pela autarquia.
 - 9) Elemento não disponibilizado pela autarquia.
 - 10) Elemento não disponibilizado pela autarquia.
 - 11) Elemento não disponibilizado pela autarquia.

Vila Flor - Estado atual da comunicação autárquica

A autarquia de Vila Flor não possui gabinete de comunicação e não existe nenhum funcionário a trabalhar especificamente a comunicação. Dos funcionários que trabalham a comunicação nenhum é licenciado na área de comunicação com exceção da Bárbara Magalhães (estagiária de Ciências da Comunicação e que nos respondeu à entrevista bem como nos acompanhou na sessão presencial para a recolha de dados). Dos funcionários que executam matéria comunicacional, nunca recebem formação nesta área e dependem hierarquicamente do presidente para produzir as suas ações. Na visão da Bárbara, a comunicação autárquica é um meio para chegar aos destinatários e uma forma de organização. De zero a cinco, em que zero é prioridade nula e cinco é prioridade máxima, a estagiária atribuiu o número quatro à prioridade dada a esta no trabalho de uma autarquia. Não são os funcionários que elaboram os discursos do presidente, mas os que estão ligados minimamente à comunicação acompanham o presidente em atos públicos.

Na relação com a comunicação social e com o público autárquico, a Bárbara revelou-nos que traduz a opinião do público autárquico numa autarquia comunicativa o suficiente e quando a questionamos se a mesma recorria aos meios de comunicação sociais locais para divulgar informações a resposta foi sim. Esta estratégia é desenvolvida a par de protocolos com a Rádio Ansiães, LocalVisão TV e cim's. Existe ainda um acordo com a Agência de Desenvolvimento do Vale do Tua e parcerias de publicidade com a feira Terra Flor. A frequência com que a autarquia recorre a estes meios de comunicação é geralmente uma vez de três em três meses. O tempo médio que demora a autarquia a responder a uma reclamação é um mês.

Quando os questionamos sobre a frequência da deslocação de séniores à instituição não obtivemos resposta e seguidamente verificamos que a autarquia não tem um Plano Estratégico Municipal para Pessoas Idosas.

No que respeita à comunicação interna, quando lhes pedimos que nos dissessem se existem no seio da autarquia atividade de comunicação interna na entrevista não obtivemos mais uma vez resposta alguma, mas na recolha de dados foi-nos dito que existe uma ceia de natal para todos os funcionários que queiram participar e os meios de comunicação interna existentes na autarquia são apenas o e-mail e a intranet. A autarquia não recorre a eventos de comunicação, mas classifica como boa a participação do público autárquico nos assuntos da autarquia.

Respeitante ao Plano de Comunicação e tudo o que este envolve, Vila Flor não é

detentor de um nem de um manual de comunicação de gestão de crise.

Todas estas falhas têm a benesse de existirem plataformas de comunicação online e para a Bárbara estes são meios que possibilitam a projeção das autarquias e das regiões onde se inserem num espaço global, contribuindo para a divulgação e atração de investimento e/ou visitantes. As notícias publicadas nestas plataformas saem com um atraso de um dia e os funcionários que trabalham um pouco na comunicação não participam na elaboração da agenda política do presidente e dos vereadores.

Na opinião da estagiária Bárbara, o meio mais utilizado pelo público autárquico para adquirir os conteúdos da autarquia é o boletim municipal.

Também não obtivemos resposta sobre as funções que a estagiária desempenha na sua atividade na autarquia.

Quem trabalha a comunicação na autarquia vila florense tem como missão a atualização de conteúdos no *facebook*; a realização da agenda quadrimestral que substitui o boletim municipal; realização de notas de imprensa e envio para a comunicação social; realização de um «*semi-clipping*», isto é, apenas são arquivados na biblioteca os artigos que veiculam nos órgãos de comunicação social, não sendo os mesmos organizados e trabalhados na verdadeira conceção de clipping.

<i>Análise resumida da comunicação do Município de:</i>	<i>Vila Flor</i>
❖ Gabinete de Comunicação	Não
❖ Técnicos superiores de comunicação	0
❖ Prioridade que atribuem à comunicação ¹²	4
❖ Para estes, o público autárquico classifica a comunicação da autarquia como:	Comunicativa o suficiente
❖ Regularidade da utilização dos meios de comunicação social	Não respondeu
❖ Plano Estratégico Municipal para Idosos	Não
❖ Atividades de comunicação interna	Não respondeu
❖ Meios de comunicação interna existentes na autarquia	Email
❖ Na opinião destes responsáveis, a participação do público autárquico nas iniciativas municipais é:	Boa
❖ Plano de Comunicação	Não
❖ Manual de Comunicação de Gestão de Crise	Não
❖ As notícias publicadas na página web do município saem com um atraso de?	1 dia

Tabela 6. Análise Comunicacional Autárquica do Município de Vila Flor.

12) Prioridade atribuída numa escala de 0 a 5, em que 0 é prioridade nula e 5 é prioridade máxima.

II- Discussão de Resultados

As cinco autarquias que investigamos têm ainda um longo caminho a percorrer no que diz respeito à comunicação autárquica e ao elemento sucesso a que está indiscutivelmente associada.

Numa análise comparativa, verificamos que Mirandela e Alfândega da Fé são as duas autarquias que melhor e mais comunicam, contrastando com Vila Flor que é a autarquia com menos atividade comunicativa.

Mirandela e Alfândega da Fé são as duas únicas autarquias que integram na sua composição um gabinete de comunicação. E estas duas autarquias são também as que têm mais pessoas a trabalhar a comunicação. A autarquia de Mirandela é a única destas cinco que possibilita aos funcionários receberem formação anualmente, todas as outras são em períodos mais largos ou não se aplica tal ação pois não têm pessoas específicas a produzir comunicação.

Assumimos que um gabinete de comunicação ou as pessoas responsáveis pela comunicação devem estar próximas da liderança pois isso resulta numa maior autonomia burocrática e numa menor dependência do funcionamento administrativo da autarquia. Como já analisamos, toda a estratégia comunicacional das autarquias necessita de estar em consonância com a estratégia autárquica dirigida pelos representantes superiores hierárquicos no entanto, e coincidência ou não, verificamos que todas as autarquias e os seus representantes afirmam estarem dependentes hierarquicamente do presidente para levar a bom porto o seu trabalho não sendo este ponto em comum muito benéfico para o trabalho dos funcionários pois não têm autonomia de trabalho e tudo tem que passar pela hierarquia superior, atrasando o processo laboral dos mesmos. Apesar de estas cinco autarquias estarem situadas em meios pequenos, em que a proximidade com a liderança é em tudo facilitada, não existe, da parte dos superiores, margem de manobra para que os funcionários trabalhem “livremente”, dificultando todo o processo comunicacional e o alcance dos seus objetivos.

Também Mirandela é a única autarquia a atribuir o número cinco (valor máximo da escala por nós definida) à prioridade dada à comunicação na autarquia. Se em Mirandela e Vila Flor não é o funcionário que elabora os discursos do presidente e em macedo é, verificamos que em ambas as autarquias o funcionário de comunicação acompanha o presidente em atos públicos.

Quem tem o poder de decisão nas autarquias é o Presidente da Câmara. Este representa a instituição e orienta todas as políticas associadas à edilidade.

Num século em que a comunicação se faz em tempo real, a comunicação autárquica tem de ser encarada como uma necessidade básica ou de primeiro grau pelas chefias.

O Presidente e os vereadores devem manter uma postura de acessibilidade face aos domínios da comunicação e prevenir (através de planos de comunicação bem estruturados onde estejam incluídos por exemplo eventos de comunicação) toda a ação comunicativa da autarquia.

Numa realidade em que é tão simples e célere comunicar, as autarquias devem possuir mecanismos de resposta para combater as necessidades informativas dos interessados. Essa função não cabe ao Presidente nem aos vereadores, mas sim aos técnicos de comunicação (na condição de terem formação na área da comunicação) aptos a divulgar os interesses autárquicos de forma pensada e amadurecida ao mesmo tempo que fornecem ao público o que eles precisam de saber.

Embebidos em conhecimento na área da comunicação, os técnicos de comunicação são as pessoas que devem diligenciar toda a ação comunicativa da autarquia e para que isto ocorra, tem que ser estabelecida *a priori* uma relação de confiança e de diálogo entre técnico e presidência.

Assim, e como afirma Sousa (2013: 20) “o diretor de comunicação dinâmico não fica à espera de orientações para atuar – ele deve ser portador de objetivos e de uma estratégia maleável, partilhada e adaptável às circunstâncias”.

Não foi este o cenário que verificamos nas cinco autarquias, onde apenas Mirandela nos deu conta de alguma autonomia comparativamente com as outras autarquias. Em Mirandela, o gabinete de comunicação executa o seu trabalho e este não tem de ser sempre repassado à presidência o que acontece obrigatoriamente nas restantes quatro.

No que diz respeito à opinião do público autárquico sobre a comunicação da autarquia, concluímos que Mirandela acha que o público caracteriza a autarquia como muito comunicativa, Vila Flor e Alfândega da Fé declaram que a opinião do público é que estas duas autarquias são comunicativas o suficiente e por último, Macedo de Cavaleiros e Carrazeda de Ansiães declaram que a opinião do público é que estas duas autarquias são pouco comunicativas.

Todas as autarquias recorrem aos meios de comunicação sociais locais para divulgar informações, e quatro delas declaram recorrerem a estes três ou mais vezes por mês com

exceção da autarquia de Vila Flor que assume só recorrer a este uma vez de três em três meses. Na investigação do tempo de demora dada a uma resposta a uma reclamação, todas as autarquias responderam que em média é um mês com exceção da resposta de Macedo de Cavaleiros que referenciou não ter conhecimento de tal assunto.

No apuramento da frequência da deslocação de pessoas séniores à instituição para esclarecer diferentes assuntos, constatamos que apenas a autarquia de Mirandela, Alfândega da Fé e Carrazeda de Ansiães têm conhecimento dessa assiduidade, contrastando com Vila Flor que não respondeu à questão com Macedo de Cavaleiros que respondeu ser algo impossível de avaliar.

O Plano Estratégico Municipal para Pessoas Idosas é algo que devia ser obrigatório em todas as autarquias, especialmente nesta região onde o fenómeno da desertificação e do envelhecimento da população se agrava de ano para ano. No entanto, a nossa investigação constatou que apenas a autarquia de Alfândega da Fé e Mirandela têm algo semelhante a um, não na teoria, mas na prática, com ações consolidadas e programadas especialmente para esta camada populacional. As restantes autarquias apesar de não terem também um plano destes, praticam ações que vão ao encontro do objetivo deste plano, como é o caso da iniciativa “Idade Maior / Idade Melhor” da autarquia de Macedo que proporciona a todos os interessados com mais de cinquenta anos de idade atividades como música, hidroginástica, expressão plástica, informática, educação física, inglês e expressão dramática. O objetivo deste projeto é proporcionar momentos de convívio e lazer entre os participantes aliados à aprendizagem e à troca de experiências entre os intervenientes.

Alfândega da Fé mantém no âmbito do plano estratégico para pessoas idosas protocolos com o grupo de jovens “Outrora” que agem como um elo de ligação entre instituições concelhias de séniores; com a Vila Amiga dos Idosos (um projeto a nível europeu que é vocacionado para ajudar nas dificuldades dos idosos) e através de uma base de dados, todos os idosos que constem da mesma são avisados por sms ou chamada telefónica das ações direcionadas para os seus interesses a fim de a autarquia se certificar que as pessoas recebem a informação.

No âmbito da comunicação interna só as autarquias de Carrazeda de Ansiães e Mirandela confessam ter atividades neste sentido, indicando serem realizadas mais de seis por ano, fazendo frente às autarquias de Macedo de Cavaleiros e Alfândega da Fé que não realizam nenhuma e Vila Flor não respondeu a esta questão. Dos meios de comunicação

interna disponíveis nestas autarquias é Mirandela quem detém mais, usando o email, intranet, comunicações informativas e manual de acolhimento.

Sobre a realização de eventos de comunicação só as autarquias de Mirandela e Alfândega da Fé admitiram fazê-lo, no entanto, não nos foi dado conhecimento de algum para que nos servisse de análise.

No que concerne à participação do público nos assuntos da autarquia foi Vila Flor que deu a resposta mais valorativa, caracterizando de “boa” esta participação enquanto as restantes autarquias responderam a esta questão com o adjetivo “razoável”.

O plano de comunicação como vimos na teoria é fundamental para o sucesso de qualquer autarquia, no entanto, nesta investigação concluímos que apenas Mirandela o possui não nos tendo sido disponibilizado nenhum material referente ao mesmo. Também esta autarquia é a única a declarar possuir um manual de comunicação de gestão de crise e todas as diretrizes básicas que o mesmo inclui, mas mais uma vez, a visualização do mesmo foi-nos barrada.

As cinco autarquias utilizam plataformas de comunicação *online*, mas a que melhor atualiza os conteúdos nas mesmas é Alfândega da Fé pois esta mesma autarquia está no top do ranking do índice de transparência municipal em termos de página web como podemos ver na seguinte figura.

Vila Flor, Alfândega da Fé e Macedo de Cavaleiro afirmam que as notícias saem com um atraso de um dia nos sítios web e sendo na maior parte das autarquias, nos meios online, os mais procurados pelo público autárquico, e é nestes que o trabalho devia ser prioritário bem como a sua constante atualização, quer seja dos sítios web, das redes sociais ou da divulgação via e-mail.

Constatamos que dos responsáveis de comunicação, os das autarquias de Alfândega da Fé, Macedo de Cavaleiros e Mirandela assumem ter funções semelhantes, à exceção de Carrazeda de Ansiães e Vila Flor que não nos responderam à questão.

Conclusão

Este trabalho de investigação tinha como propósito analisar a comunicação autárquica nos municípios da Terra Quente Transmontana. Significa isto que o intuito desta pesquisa era analisar e compreender o estado da comunicação nas autarquias que compõem a Terra Quente Transmontana e discuti-lo, a fim de tornar evidente qual delas está um passo mais à frente do que as restantes no que diz respeito ao domínio da comunicação autárquica.

Percebemos com o desenvolvimento deste trabalho que as autarquias da Terra Quente Transmontana têm uma forma muito própria de atuarem e não há duas autarquias que ajam em linhas estratégicas iguais. Esta foi uma das particularidades que motivou o nosso interesse inicial na investigação e elaboração deste trabalho.

Tentamos identificar algumas características específicas da comunicação de cada autarquia e qual o caminho que a edilidade tem ainda por percorrer neste campo.

Para esta investigação, houve, durante um período de cerca de três meses, um envolvimento da nossa parte na comunicação das cinco autarquias alvo de objeto de estudo. Para respondermos à questão de investigação, a metodologia adotada foi a análise de conteúdo de uma entrevista semiestruturada e dirigida ao representante da comunicação de cada autarquia, a recolha de dados que incidiu numa deslocação física a cada autarquia para melhor tentar perceber a produção de comunicação de cada instituição e reunir ao mesmo tempo, o máximo de materiais possível associados ao trabalho comunicacional das mesmas. Exemplos: notas de imprensa, cartazes, boletins municipais, agendas culturais, informação sobre as páginas web, redes sociais e sua atualização, entre outros.

Perante os dados explicados nos capítulos anteriores e a questão de investigação, é de fácil dedução que existe uma falha abismal no trabalho da comunicação autárquica na Terra Quente Transmontana, uma vez que todas revelam faltas a nível do que apontamos como indicadores chave no sucesso da comunicação das autarquias, adaptados, claramente à região em estudo e às suas especificidades.

Neste âmbito consideramos como bastante grave o fato de nenhuma das autarquias em estudo possuir um Plano Estratégico Municipal Para Pessoas Idosas estruturado e com existência física. Esta região como já tivemos oportunidade de apreender vive dia-a-dia com o flagelo da desertificação agravado pelo envelhecimento da população que vai resistindo às fáceis oportunidades de abandonar as suas raízes.

Apesar de quase todas as autarquias, à exceção de Vila Flor, apresentarem na prática algumas medidas que promovem o bem-estar desta camada populacional, devemos, porém, apontar negativamente o dedo às chefias locais pela inexistência de um plano dirigido exclusivamente a estas pessoas.

Embora a Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana proceda de forma a que o desenvolvimento destes municípios seja frutífero, continuam a existir barreiras à comunicação autárquica impostas pelos próprios presidentes de câmara e restante equipa de governação.

Assistimos nesta região a uma clara falta de informação das autarquias para o povo, quando a realidade, aliada às particularidades do meio, devia ser precisamente a contrária. Como descrevemos na pesquisa bibliográfica deste trabalho, as autarquias locais carregam no seu semblante a proximidade com as suas gentes, fator indiscutível para o estabelecimento de uma relação de confiança entre autarquia e população, resultando essa relação numa imagem de credibilidade para a entidade e para os atores políticos que a representam. A falta de gabinetes de comunicação e de recursos humanos especializados na área espelham a falha comunicativa destas autarquias que lhes confere um afastamento da dimensão nacional e internacional de visibilidade e de prosperidade. É importante e urgente que o panorama comunicacional autárquico se altere num curto período de tempo, pois a sociedade de cada autarquia acaba por ficar fortemente penalizada com esta falha a nível da comunicação.

O ser humano baseia a sua existência, a sua essência, a sua lógica de atuação, no diálogo, na relação que tem com os outros humanos e seus semelhantes. Quando o elemento “*comunicação*” falha, toda a máquina que movimenta este processo fica com uma preocupante avaria que condiciona todos os outros processos. Não há operações milagrosas que se possam fazer no âmbito da comunicação, não se pode comunicar só de vez em quando, tem de se comunicar sempre, e comunicar sempre implica comunicar os sucessos, as conquistas, mas também os problemas, as falhas, os lapsos. Só esta sinceridade (arquiteticamente trabalhada pela comunicação) pode contribuir para a construção de uma imagem autárquica assente em pilares fidedignos e exemplares. Apenas por esse caminho a política poderá tomar um novo rumo, conduzindo a uma movimentação cívica para as suas problemáticas e a sua atuação. A valorização do trabalho de comunicação, projetada em consonância com todo o ambiente em redor, realizando *a priori* uma análise *swot* de todo o meio envolvente, faz da comunicação uma

estratégia de elevado poder no mundo social, político e económico.

Trabalhar bem a comunicação é trabalhar em prol de uma sociedade mais crítica, mais atenta, mais inteligente, mais moderna e com menos conflitos. Tudo passa pela comunicação (ou pela falta da mesma). Muitos podem achar que começar por melhorar a comunicação autárquica local não fará diferença a nível nacional, e muito menos no âmbito internacional. Mas é nas autarquias locais que está o núcleo da nossa sociedade, é nestes locais que podemos começar a mudar o mundo, acendendo uma pequena chama que pode incendiar todo o planeta e dar um novo rumo ao barco que de solavanco em solavanco tem movido este planeta, a que chamamos Terra.

Referências bibliográficas:

- Alves, Aníbal. (1999): “*Ciências da Comunicação, Área Interdisciplinar*”. Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7961> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Araújo *et al.* (2008): “*Estudo de Caso*”. Internet. Disponível em <http://grupo4te.com.sapo.pt/mie2.html> (consultado a 8 de setembro de 2015)
- AMTQT (2007): *Terra Quente Transmontana – uma identidade positiva*. Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte.
- Azevedo, F. A. A. de. (2007): “*Comunicação Política Governamental: Observações sobre algumas estratégias nos Governos Nacionais no Brasil e Portugal Universidade*”. Internet. Disponível em <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/464> (consultado a 3 de janeiro de 2014)
- Bahia, Juarez (1995): *Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Baudouin, Jean (2000): *Introdução à sociologia política*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Beirão *et al.* (2009): *Marketing e comunicação política*. Lisboa: Edições Sílabo..
- Bilhim, João (2004): “*A governação nas autarquias locais*”. Internet. Disponível em http://www2.spi.pt/inovaut/docs/Manual_I.pdf (consultado a 4 de fevereiro de 2016)
- Bitti, Pio Ricci & Zani, Bruna (1997): *A comunicação como processo social*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Capela, José V. (2005): “*Administração local e municipal portuguesa do século XVIII às reformas Liberais (Alguns tópicos da sua Historiografia e nova História)*”. Internet. Disponível em <http://epmontijo.edu.pt/web/docs/ClubeAutarquico/opiniaopublicada/AdminLocal.pdf> (consultado a 3 de março de 2015)
- Camilo, Eduardo. (2006): “*Para uma planificação do trabalho comunicacional nos municípios*”. Internet. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=15 (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Camilo, Eduardo (1999): “*Estratégias de Comunicação e Municípios*”. Internet. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=camilo-estrategias-municipios.html (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Camilo, Eduardo (1998): “*Estratégias de Comunicação Municipal*”. Internet. Disponível em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-camilo_eduardo_estrategias.pdf (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Canavilhas, João (2002): “*A Comunicação Política na Era da Internet*”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf> (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Ceboleiro, G. A. de O. (2012). “*As autarquias em Portugal: as políticas de gestão autárquica na construção de um perfil vencedor*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.1/3510> (consultado a 3 de novembro de 2014)
- Coelho, Luís Filipe (2010): “*Publicações periódicas autárquicas: retrato de um elemento estratégico de comunicação*”. Internet. Disponível em <https://ubithesis.ubi.pt/handle/10400.6/1274> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Delgado, António Pedro Monteiro (2014): “*A Configuração do Poder Local na Constituição Portuguesa de*

- 1976: *A Autonomia do Poder Local e o Poder Regulamentar Municipal*". Internet. Disponível em <http://repositorio.ual.pt/handle/11144/408> (consultado a 4 de fevereiro de 2016)
- Fernandes, M. C. S. (2011): "*Comunicação autárquica: contributos para as auditorias de comunicação*". Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/16067> (consultado a 3 de novembro de 2014)
- Grilo, Catarina (2012): "*Gestão da comunicação na administração pública*". Internet. Disponível em <http://bdigital.ipg.pt/dspace/handle/10314/1290> (consultado a 15 de setembro de 2015)
- Houaiss, Antônio, Mauro de Salles Villar & Francisco Manoel de Mello Franco (2002-2003): *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, volume 1 a volume 6. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Houaiss, Antônio & Mauro de Salles Villar (2001): *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. 1 vol. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Jacinto, José Alfredo (2001): "*Participação pública e comunicação política no espaço democrático municipal*". Internet. Disponível em <http://www.iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/244> (consultado a 14 de novembro de 2014)
- Leite, Abílio Jorge da Cruz Soares (2012): "*A comunicação de uma autarquia - o caso de Vila Nova de Gaia*". Internet. Disponível em <http://ria.ua.pt/handle/10773/10924> (consultado a 3 de novembro de 2014)
- Lima, Ana Sofia dos Santos Rei (2011). "*A Comunicação Política na intervenção cultural autárquica*". Internet. Disponível em <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/67073> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Lopes, Gabriela (2012): "*A comunicação municipal: o distrito de Viana do Castelo*". Internet. Disponível em https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=475256 (consultado a 13 de outubro de 2015)
- Lucas, António Manuel Rolo (1985): *A Cultura e o Futuro na Terra Quente Transmontana*. Porto: Direcção da Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana.
- Mapanzene, S. N. J. M. (2013). "*A comunicação ao serviço do poder político: O caso da Câmara Municipal da Covilhã*". Internet. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=98 (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Marques, José (1993): "*Os municípios portugueses dos primórdios da nacionalidade ao fim do reinado de D. Dinis*". Internet. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/2232.pdf> (consultado a 4 de fevereiro de 2016)
- Monteiro, Cátia Alexandra Guedes (2012): "*A influência da comunicação municipal na imprensa regional. O caso da Área Metropolitana do Porto*". Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10362/7365> (consultado a 8 de março de 2015)
- Monteiro et al. (2008): *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Morais, Ana Maria (2007): "*Fazer investigação usando uma abordagem metodológica mista*". Internet. Disponível em <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/4392> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Neiva, Mateus Manuel Arezes (2012): "*O município na lei autárquica: organização e funcionamento*". Internet. Disponível em [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/22885/1/Mateus Manuel Arezes Neiva.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/22885/1/Mateus%20Manuel%20Arezes%20Neiva.pdf) (consultado a 4 de fevereiro de 2016)
- Nunes, A. R. Á. (2011): "*Comunicação interna como factor de motivação dos colaboradores no contexto laboral : estudo de caso realizado durante o estágio no Grupo Mota-Engil*". Internet. Disponível

- em <http://hdl.handle.net/10400.14/8255> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Oliveira, César (1996): *História dos Municípios e do Poder Local*. Círculo de Leitores.
- Pessoa, Sônia (1999): “*Comunicação Empresarial, uma ferramenta estratégica*”. Internet. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/pessoa-sonia-comunicacao-empresarial-estrategica.pdf> (consultado a 8 de julho de 2015)
- Pessoa, U. F. (2003): “*Planeamento da comunicação (na perspectiva das relações públicas)*”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-planeamento-comunicacao.pdf> (consultado a 9 de julho de 2015)
- Pinto, S. F. M. (2013): “*Comunicação autárquica: a democracia e as relações públicas*”. Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29265> (consultado a 3 de novembro de 2014)
- Rego, Arménio (2010): *Comunicação Pessoal e Organizacional*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Reis, K. M. dos. (2015): “*Entre o público e o rural: dos gabinetes de comunicação ao campo da folkcomunicação*”. Internet. Disponível em <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/7109> (consultado a 15 de setembro de 2015)
- Ribeiro, Nicolau (2005): “*Municípios On-line*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10284/255> (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Ricardo, Joaquim Fernando (2014): *Manual do Autarca*, volume II. Porto: Vida Económica.
- Rocha, José António (2005): *Regionalização no âmbito da gestão autárquica*. Coimbra: Almedina.
- Rocha, V. L. R. da. (2011): “*Estratégia Organizacional Gabinete Comunicação e R. P. – o caso da CM de Vagos*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10773/4708> (consultado a 3 de novembro de 2014)
- Rodrigues, Adriano Duarte (2001): *Estratégias de Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Rodrigues, A. F. da S. (2013): “*Comunicação organizacional: o relacionamento com os media*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.5/6419> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Rosa, A., Galvão, S., & Monteiro, O. (2007): “*Realidade Local, eleições e comunicação – o caso de Matosinhos/2005*”. Internet. Disponível em <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/469> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Ruão, T. (2005): “*O estado da arte em Comunicação Organizacional. 1900-2000: um século de investigação*”. Internet. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=757 (consultado a 15 de dezembro de 2014)
- Sales, C. F. (2011): “*A comunicação interna na Portugália Airlines.*” Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.14/8256> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Sampaio, Maria Rosa Caldeira (2010): “*Comunicação Política: quem são e como comunicam os 18 municípios do distrito do Porto*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10284/1610> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Santos, C. S. da S. (2012): “*Gabinetes de comunicação online como o novo caminho da comunicação externa das empresas*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10362/7398> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Santos & Amaral (2012): “*Presença na internet das câmaras municipais portuguesas em 2009: estudo sobre local e-Government em Portugal*”. Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/22792> (consultado a 4 de novembro de 2014)

- _____ (2006): “*Presença na Internet das câmaras municipais portuguesas 2005*”. Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9079> (consultado a 4 de novembro de 2014)
- Seara, Fernando *et al.* (2013): *Revolução autárquica*. Editora Bnomics.
- Silva, Nuno Miguel da Costa Ribeiro e (2006): “*A cooperação das Câmaras Municipais nas associações de municípios: o caso do Distrito de Braga*”. Internet. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/6190> (consultado a 15 de janeiro de 2015)
- Simone Monteiro dos Santos. (2006): “*Política de e-Government e Participação Política nos Municípios Portugueses*”. Internet. Disponível em [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6279/1/Tese %C3%BAAltima.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6279/1/Tese%C3%BAAltima.pdf) (consultado a 12 de junho de 2014)
- Sousa, Luís Macedo e (2013): *Liderar na comunicação autárquica*. Edição de autor.
- Tamara de Souza Brandão Guaraldo. (2007): “*Aspectos da pesquisa norte-americana em comunicação*”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guaraldo-tamara-aspectos-da-pesquisa.pdf> (consultado a 15 de abril de 2015)
- Teixeira, Francisco (2012): “*Comunicação Política em eleições legislativas em Portugal: Uma análise a partir dos cartazes eleitorais (1975-2009)*”. Internet. Disponível em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/4386/7/Tese.pdf> (consultado a 3 de janeiro de 2014)
- Titoce, M. R. (2012): “*O contributo da comunicação interna para o empenhamento organizacional*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.21/2348> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Torres, A. (2009): “*Poder local: Como potenciar a participação dos cidadãos na vida do município de Montijo*”. Internet. Disponível em <http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/1886> (consultado a 6 de janeiro de 2014)
- Ventura, M. M. G. (2012): “*Estratégias de comunicação interna*. Internet”. Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.22/3099> (consultado a 18 de dezembro de 2014)
- Vilaça, C. F. G. (2008): “*As Fontes de Informação Autárquicas e os Jornalistas*”. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/9748> (consultado a 3 de novembro de 2014)

ANEXOS

I – Alfândega da Fé



ALFÂNDEGA DA FÉ
JORNADAS EUROPEIAS DO **25 SET**
PATRIMÓNIO **26 27** 2015

26 SETEMBRO
16 HORAS

Apresentação do livro
"Torre do Relógio e o Castelo
de Alfândega da Fé"

Visita à Torre

Abertura da Exposição Fotográfica
"Quando o Relógio voltou a dar horas"

Filandorra
Animação de rua

Local | Torre do Relógio

**PATRIMÓNIO
INDUSTRIAL
E TÉCNICO**

www.patrimoniocultural.pt

GOVERNO DE PORTUGAL | SECRETÁRIO DE ESTADO DA CULTURA | PATRIMÓNIO CULTURAL | EUROPEAN UNION | Programa Cultura | Município de Alfândega da Fé



NOTA de IMPRENSA

24 de Setembro de 2015

Jornadas Europeias do Património

Alfândega da Fé celebra efeméride com inauguração das obras de requalificação da Torre do Relógio e

zona envolvente

No próximo dia 26 de setembro Alfândega da Fé associa-se à Jornadas Europeias do Património com a abertura ao público da recém-requalificada Torre do Relógio. O edifício que se assume como um dos mais emblemáticos do concelho foi alvo de obras de restauro e requalificação com o objetivo de o preservar, valorizando-o do ponto de vista turístico e cultural. Uma intervenção da responsabilidade da autarquia local, que permitiu também a reutilização e revitalização do interior da Torre, transformando-o num espaço visitável. Pela primeira vez, desde há muitos anos, os Alfandeguenses vão poder visitar o interior da Torre do Relógio. Aquele que é considerado o “Ex-Libris” de Alfândega da Fé abre portas a 26 de setembro, a partir das 16h00. Altura em que vai ser possível observar o trabalho de restauro e requalificação e também a exposição fotográfica “Quando o Relógio voltou a dar horas”. Uma mostra que vai estar patente no edifício e que resulta do registo fotográfico efetuado durante as obras, mostrando o antes e o depois da intervenção. É que a requalificação da Torre do Relógio não se cingiu apenas à obra física. A autarquia entendeu que esta recuperação tinha que ser acompanhada de um estudo preciso para aprofundar o conhecimento sobre a torre, a zona em que está implementada (zona histórica) e a própria vila. Daí que para além do registo fotográfico, foram efetuados rigorosos estudos arqueológicos, em parceria com a Universidade do Minho e, complementados com estudo histórico-científico, que vieram esclarecer e até desmistificar factos relacionados com este edifício e consequentemente com a própria história da Vila. O resultado destes estudos deu origem à publicação de dois livros (“Cartas de Foral (1294-1510)” de Francisco José Lopes e “A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé”, de Paulo Sousa Costa), este último vai ser apresentado a 26 de setembro. Recorde-se que todo este trabalho foi objeto de uma candidatura ao ON.02 – Eixo Prioritário III

– Valorização e Qualificação Ambiental e Territorial – Património Cultural, num investimento total de mais de 650 mil euros. Um projeto que para além da componente de estudos, registo e recuperação da Torre do Relógio abrange também a requalificação da zona envolvente. As obras abrangeram as principais ruas, com trabalhos nas infraestruturas de saneamento e iluminação, reformulação do trânsito e melhoramento da acessibilidade pedonal.

Um investimento que vai ao encontro do espírito das Jornadas Europeias do Património, uma iniciativa anual do Conselho da Europa e da União Europeia, envolvendo cerca de 40 países, tendo como objetivo a sensibilização dos cidadãos para a importância da proteção do Património.

Para mais informações, contactar:

Sónia Lavrador

Gabinete de Comunicação

Município de Alfândega da Fé

Telef: 279468120

e-mail: gab.comunicacao.cmafe@gmail.com

Login: sonial



- 1- Rádio Renascença, 23/09/2014, Este vinho é para comer
- 2- Público, 24/09/2015, Emblemática Torre do Relógio abre ao público em Alfândega da Fé
- 3- TVI 24, site, 24/09/2015, Torre do Relógio abre ao público em Alfândega da Fé
- 4- Notícias do Nordeste, 24/09/2015, Jornadas Europeias do Património: Alfândega da Fé celebra efeméride com inauguração das obras de requalificação da Torre do Relógio e zona envolvente
- 5- Rádio Brigantia, 24/09/2015, Alfandeguense não vai competir no futebol sénior
- 6- Local. pt, 25/09/2015, Alfândega da Fé celebra efeméride com inauguração das obras de requalificação da Torre do Relógio e zona envolvente

Este vinho é para comer

Olimpia Mairos

Empresa de Chaves prepara-se para levar os vinhos portugueses para as colheres de consumidores mundiais. Na forma de caviars, trufas e geleias.



Uma empresa de Chaves prepara-se para lançar no mercado produtos inovadores, confeccionados a partir do vinho. Caviar de vinho do Porto, geleia de vinho Touriga Nacional ou uma trufa de moscatel de Favaiois são apenas alguns dos produtos produzidos em Alfândega da Fé para conquistar o palato de consumidores exigentes, que gostem de experiências novas e apreciem vinho.

A ideia "surgiu durante um jantar em que todos os convivas estão a beber vinho e eu pergunto-me: 'porque não comer vinho, um dos produtos que marca Portugal e a nossa origem?', explica à Renascença o coordenador do projecto.

O conceito começou a maturar e Ricardo Correia foi "à procura do parceiro ideal" para o concretizar. Encontrou-o em Alfândega da Fé. É ali que reside há cerca de dois anos o chef António Mauritti, que trocou a capital pelo interior do país, onde se tem dedicado a desenvolver projectos relacionados com os produtos locais.

Imaginação, criatividade, inovação

Os novos produtos - caviars, geleias e trufas - resultaram da aplicação de técnicas avançadas de cozinha molecular (como a esferificação) ao vinho, "um ingrediente que em Portugal apresenta uma qualidade extraordinária".

“Temos três gamas de produto. O mais inovador, sem dúvida, são os caviars de vinho que, no fundo, são pequenas esferas que conseguem encapsular todo o sabor do vinho, gerando uma experiência única e original ao consumidor”, revela à Renascença Ricardo Correia.

Há caviars de vinho do Porto, Moscatel, Pinot Noir e Chardonnay. As trufas são de Vinho do Porto, Moscatel, Caribernet Sauvignon, Syrah e Touriga Nacional. As geleias de Vinho do Porto, Syrah, Chardonnay e Touriga Nacional.

“Tudo aquilo que nós fazemos tem um aspecto inovador, tecnologicamente muito avançado, são novas técnicas de gastronomia, todavia são totalmente manufacturadas”, acrescenta o chef Mauritti.

E a pedido da **Renascença**, o chef Mauritti explica como se chega ao caviar.

“O caviar, no fundo, é uma geleia. Nós reduzimos o álcool do vinho, fazemos uma adição muito pouca de açúcar, enriquecemos com cálcio e fazemos submergir num banho gelificante. Quando as gotas caem dentro desse banho fazem uma membranzinha dum geleia muito fina, que encapsula lá dentro o vinho e, por isso, ficamos com uma bolinha com vinho lá dentro para degustarmos”, conta.

Para consumidores que não queiram ficar pelo copo

Os novos produtos Wine to Eat destinam-se ao mercado gourmet nacional e internacional.

“É uma marca que está pensada na exigência e no requinte do consumidor de alta gama, dos segmentos mais elevados, português e europeu”, avança Ricardo Correia, lembrando que se trata de “produtos sofisticados, que recorrem a técnicas avançadas de cozinha, embora feitos de forma artesanal”.

“Estamos a pensar em consumidores exigentes, que não queiram ficar pelo copo, e queiram ter experiências de consumo agradáveis”, acrescenta.

A aposta no imediato passa por levar os novos produtos a França, Suíça e Países Nórdicos e aos poucos ir conquistando novos mercados.

De resto, Ricardo Correia já tem reuniões agendadas para a próxima semana em França e na Suíça.

Depois, a Sapientia Romana quer apostar em mais produtos feitos à base de vinho, de forma a potenciar “uma das riquezas do nosso país e ir ao encontro de consumidores que apreciem experiências novas e momentos únicos”.



DEESC | Gabinete de Comunicação e Divulgação



Emblemática Torre do Relógio abre ao público em Alfândega da Fé

LUSA

24/09/2015 - 18:29

Uma torre de castelo foi adaptada para torre de relógio.

Um dos mais emblemáticos edifícios do concelho de Alfândega da Fé, no distrito de Bragança, abre ao público no sábado depois de obras de requalificação que tornaram visitável a Torre do Relógio, um monumento raro em Portugal.

Trata-se, segundo a autarquia local, “de um exemplo único no distrito e raro a nível nacional de uma torre de castelo adaptada para torre de relógio”, associada à antiga muralha do castelo de Alfândega da Fé, e visível de quase todos os pontos da sede de concelho.

O monumento foi alvo de uma intervenção no valor de 650 mil euros e a abertura ao público está agendada para sábado, integrada nas Jornadas Europeias do Património, que decorrem, entre sexta-feira e domingo.

Na cerimónia será também apresentado o livro “A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé”, de Paulo Sousa Costa, e inaugurada, no edifício, a exposição fotográfica “Quando o Relógio voltou a dar horas”, uma mostra que resulta do registo fotográfico efetuado durante as obras, mostrando o antes e o depois da intervenção.

Para muitos dos residentes em Alfândega da Fé, será a primeira vez que acedem ao edifício, uma vez que um dos objectivos da intervenção foi torná-lo visitável, conseguindo a sua valorização em termos turísticos e culturais, como divulgou a autarquia local.

A intervenção feita no monumento foi acompanhada também de um estudo para aprofundar o conhecimento sobre a torre, a zona em que está implementada (zona histórica) e a própria vila.

Além do registo fotográfico, foram efetuados estudos arqueológicos, em parceria com a Universidade do Minho, e complementados com estudo histórico-científico, que “vieram esclarecer e até desmistificar factos relacionados com este edifício e consequentemente com a própria história da vila” transmontana.

O resultado destes estudos deu origem à publicação de dois livros “Cartas de Foral (1294-1510)” de Francisco José Lopes e “A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé”, de Paulo Sousa Costa.

O projecto abrangeu também a requalificação da zona envolvente, com trabalhos nas ruas principais ao nível das infra-estruturas de saneamento e iluminação, reformulação do trânsito e melhoramento da acessibilidade pedonal.

Um investimento que, frisou a autarquia, vai ao encontro do espírito das Jornadas Europeias do Património, uma iniciativa anual do Conselho da Europa e da União Europeia, envolvendo cerca de 40 países, com o objectivo de sensibilização dos cidadãos para a importância da protecção do Património.

Torre do Relógio abre ao público em Alfândega da Fé

Edifício foi reabilitado e abre ao público no sábado

Redação / DC



Um dos mais emblemáticos edifícios do concelho de Alfândega da Fé, no distrito de Bragança, abre ao público no sábado depois de obras de requalificação que tornaram visitável a Torre do Relógio, um monumento raro em Portugal.

Trata-se, segundo a autarquia local, "de um exemplo único no distrito e raro a nível nacional de uma torre de castelo adaptada para torre de relógio", associada à antiga muralha do castelo de Alfândega da Fé, e visível de quase todos os pontos da sede de concelho.

O monumento foi alvo de uma intervenção no valor de 650 mil euros e a abertura ao público está agendada para sábado, integrada nas Jornadas Europeias do Património, que decorrem, entre sexta-feira e domingo.

Na cerimónia será também apresentado o livro "A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé", de Paulo Sousa Costa, e inaugurada, no edifício, a exposição fotográfica "Quando o Relógio voltou a dar horas", uma mostra que resulta do registo fotográfico efetuado durante as obras.

mostrando o antes e o depois da intervenção.

Para muitos dos residentes em Alfândega da Fé, será a primeira vez que acedem ao edifício, uma vez que um dos objetivos da intervenção foi torná-lo visitável, conseguindo a sua valorização em termos turísticos e culturais, como divulgou a autarquia local.

A intervenção feita no monumento foi acompanhada também de um estudo para aprofundar o conhecimento sobre a torre, a zona em que está implementada (zona histórica) e a própria vila.

Além do registo fotográfico, foram efetuados estudos arqueológicos, em parceria com a Universidade do Minho, e complementados com estudo histórico-científico, que "vieram esclarecer e até desmistificar factos relacionados com este edifício e conseqüentemente com a própria história da vila" transmontana.

O resultado destes estudos deu origem à publicação de dois livros "Cartas de Foral (1294-1510)" de Francisco José Lopes e "A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé", de Paulo Sousa Costa.

O projeto abrangeu também a requalificação da zona envolvente, com trabalhos nas ruas principais ao nível das infraestruturas de saneamento e iluminação, reformulação do trânsito e melhoramento da acessibilidade pedonal.

Um investimento que, frisou a autarquia, vai ao encontro do espírito das Jornadas Europeias do Património, uma iniciativa anual do Conselho da Europa e da União Europeia, envolvendo cerca de 40 países, com o objetivo de sensibilização dos cidadãos para a importância da proteção do Património.

Jornadas Europeias do Património: Alfândega da Fé celebra efeméride com inauguração das obras de requalificação da Torre do Relógio e zona envolvente

No próximo dia 26 de setembro Alfândega da Fé associa-se à Jornadas Europeias do Património com a abertura ao público da recém-requalificada Torre do Relógio.



O edifício que se assume como um dos mais emblemáticos do concelho foi alvo de obras de restauro e requalificação com o objetivo de o preservar, valorizando-o do ponto de vista turístico e cultural. Uma intervenção da responsabilidade da autarquia local, que permitiu também a reutilização e revitalização do interior da Torre, transformando-o num espaço visitável. Pela primeira vez, desde há muitos anos, os Alfandeguenses vão poder visitar o

interior da Torre do Relógio.

Aquele que é considerado o “Ex-Libris” de Alfândega da Fé abre portas a 26 de setembro, a partir das 16h00. Altura em que vai ser possível observar o trabalho de restauro e requalificação e também a exposição fotográfica “Quando o Relógio voltou a dar horas”. Uma mostra que vai estar patente no edifício e que resulta do registo fotográfico efetuado durante as obras, mostrando o antes e o depois da intervenção. É que a requalificação da Torre do Relógio não se cingiu apenas à obra física.

A autarquia entendeu que esta recuperação tinha que ser acompanhada de um estudo preciso para aprofundar o conhecimento sobre a torre, a zona em que está implementada (zona histórica) e a própria vila. Daí que para além do registo fotográfico, foram efetuados rigorosos estudos arqueológicos, em parceria com a Universidade do Minho e, complementados com estudo histórico-científico, que vieram esclarecer e até desmistificar factos relacionados com este edifício e consequentemente com a própria história da Vila. O resultado destes estudos deu origem à publicação de dois livros (“Cartas de Foral (1294-1510)” de Francisco José Lopes e “A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé”, de Paulo Sousa Costa), este último vai ser apresentado a 26 de setembro.

Recorde-se que todo este trabalho foi objeto de uma candidatura ao ON.02 – Eixo Prioritário III – Valorização e Qualificação Ambiental e Territorial – Património Cultural, num investimento total de mais de 650 mil euros. Um projeto que para além da componente de estudos, registo e recuperação da Torre do Relógio abrangeu também a requalificação da zona envolvente. As obras abrangeram as principais ruas, com trabalhos nas infraestruturas de saneamento e iluminação, reformulação do trânsito e melhoramento da acessibilidade pedonal.

Um investimento que vai ao encontro do espírito das Jornadas Europeias do Património, uma iniciativa anual do Conselho da Europa e da União Europeia, envolvendo cerca de 40 países, tendo como objetivo a sensibilização dos cidadãos para a importância da proteção do Património.

Alfandeguense não vai competir no futebol sénior



O Alfandeguense não vai participar no campeonato distrital de futebol de seniores. As dificuldades financeiras e a falta de atletas são os motivos avançados pelo presidente do clube, Carlos Alendouro.

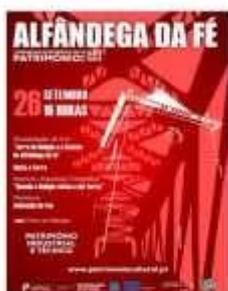
Nos últimos cinco anos é a segunda vez que o Alfandeguense não participa no escalão sénior de futebol, a primeira foi na temporada 2013/2014.

Carlos Alendouro confessa que não foi uma decisão fácil, já que o Alfandeguense é um dos clubes com tradição nos campeonatos distritais. Mas, a realidade orçamental não permite competir em seniores. "É com muita pena nossa que não entramos no campeonato de seniores. Mas, estamos numa região cada vez mais desertificada onde é difícil reunir jogadores suficientes para jogar. Depois, nós temos que ser realistas e em termos financeiros não podemos estar a entrar em loucuras e deixar o clube endividado só para ter equipas seniores". A aposta do Alfandeguense vai passar pela formação. O clube vai continuar a competir no futebol em infantis e benjamins e vai estreiar-se no futsal em Iniciados Juvenís e Juniores.

O Alfandeguense vai reforçar a aposta nas equipas de formação em detrimento do futebol sénior. Recordamos que na época passada o clube teve sérias dificuldades na competição face ao número reduzido de jogadores, terminando o campeonato distrital na penúltima posição.

Alfândega da Fé celebra efeméride com inauguração das obras de requalificação da Torre do Relógio e zona envolvente

Por *Frederico Ribeiro* -



ALFÂNDEGA DA FÉ – No próximo dia 26 de setembro Alfândega da Fé associa-se à Jornadas Europeias do Património com a abertura ao público da recém-requalificada Torre do Relógio. O edifício que se assume como um dos mais emblemáticos do concelho foi alvo de obras de restauro e requalificação com o objetivo de o preservar, valorizando-o do ponto de vista turístico e cultural. Uma intervenção da responsabilidade da autarquia local, que permitiu também a reutilização e revitalização do interior da Torre, transformando-o num espaço visitável. Pela primeira vez, desde há muitos anos, os Alfandeguenses vão poder visitar o interior da Torre do Relógio.

Aquele que é considerado o "Ex-Libris" de Alfândega da Fé abre portas a 26 de setembro, a partir das 16h00. Altura em que vai ser possível observar o trabalho de restauro e requalificação e também a exposição fotográfica "Quando o Relógio voltou a dar horas". Uma mostra que vai estar patente no edifício e que resulta do registo fotográfico efetuado durante as obras, mostrando o antes e o depois da intervenção.

É que a requalificação da Torre do Relógio não se cingiu apenas à obra física. A autarquia entendeu que esta recuperação tinha que ser acompanhada de um estudo preciso para

aprofundar o conhecimento sobre a torre, a zona em que está implementada (zona histórica) e a própria vila. Daí que para além do registo fotográfico, foram efetuados rigorosos estudos arqueológicos, em parceria com a Universidade do Minho e, complementados com estudo histórico-científico, que vieram esclarecer e até desmistificar factos relacionados com este edifício e conseqüentemente com a própria história da Vila. O resultado destes estudos deu origem à publicação de dois livros ("Cartas de Foral (1294-1510)" de Francisco José Lopes e "A Torre do Relógio e o Castelo de Alfândega da Fé", de Paulo Sousa Costa), este último vai ser apresentado a 26 de setembro.

Recorde-se que todo este trabalho foi objeto de uma candidatura ao ON.02 – Eixo Prioritário III – Valorização e Qualificação Ambiental e Territorial – Património Cultural, num investimento total de mais de 650 mil euros. Um projeto que para além da componente de estudos, registo e recuperação da Torre do Relógio abrangeu também a requalificação da zona envolvente. As obras abrangeram as principais ruas, com trabalhos nas infraestruturas de saneamento e iluminação, reformulação do trânsito e melhoramento da acessibilidade pedonal.

Um investimento que vai ao encontro do espírito das Jornadas Europeias do Património, uma iniciativa anual do Conselho da Europa e da União Europeia, envolvendo cerca de 40 países, tendo como objetivo a sensibilização dos cidadãos para a importância da proteção do Património.

Carrazeda de Ansiães

Câmara Municipal de Carrazeda de Ansiães inaugura Exposição Permanente do Escultor Alberto Carneiro e apresenta livro intitulado “Parque Internacional de Escultura de Carrazeda de Ansiães”

No dia 11 de outubro, pelas 15h30, o CITICA de Carrazeda de Ansiães recebe a apresentação do livro “Parque Internacional de Escultura de Carrazeda de Ansiães”, uma obra colectiva que surge como um veículo indispensável para a compreensão e divulgação do Parque Internacional de Escultura de Carrazeda de Ansiães.

Este conjunto escultórico foi criado entre 2000 e 2009, na sequência de um convite endereçado ao escultor Alberto Carneiro para conceber uma peça de arte destinada a embelezar o jardim da Biblioteca Municipal. Esta primeira obra intitulada “Os sete livros da arte e da vida” recorreu fundamentalmente a materiais e a indústrias locais para a sua confecção e serviu como ponto de partida para a estruturação de um programa escultórico que contemplou outras 9 peças de arte, encomendadas a vários artistas nacionais e internacionais.

Para a realização das obras foram convidados os escultores, Ângelo de Sousa (Portugal), Carlos Barreira (Portugal), Fernando Cásas (Espanha), Mark Brusse (Holanda), Mauro Staccioli (Itália), Micheal Warren (Irlanda), Nicola Carrino (Itália), Reinhard Klessinger (Alemanha) e Satoru Sato (Japão).

A instalação deste parque teve como objectivos primordiais a criação de um pólo de atractividade nesta vila transmontana, com o objectivo concreto de contribuir para o acesso das suas gentes às manifestações artísticas do seu tempo, juntando desta forma as novas correntes de arte contemporânea às inúmeras marcas civilizacionais existentes no concelho.

No dia 11 de Outubro será ainda inaugurada a “Exposição Permanente do Escultor Alberto Carneiro” que ficará patente ao público durante 4 anos numa das salas de exposições do CITICA. Esta exposição é constituída por uma seleção de esculturas e desenhos que cobrem um espaço temporal de mais de 50 anos da produtividade artística deste escultor, que ficou associado a um processo de renovação da escultura realizada em Portugal.

A exposição revela as preocupações que desde sempre estão presentes nas obras de Alberto Carneiro, que exprimem, de uma forma geral, a relação entre o indivíduo, os elementos naturais e a perceção paisagística do mundo.



Ano letivo inicia com entrega gratuita de manuais do 1º Ciclo

Esta segunda-feira marca o início do ano letivo 2015/2016 em Macedo de Cavaleiros. Os alunos regressam à sala de aula, os do 1º ano pela primeira vez, as crianças do pré-escolar revêem os colegas. Professores, educadores, auxiliares, pais e encarregados de educação retomam a rotina depois da pausa das férias de verão. O dia ficou também marcado pela entrega gratuita dos manuais escolares aos cerca de 400 alunos do 1º Ciclo pela Câmara Municipal.

De entre os alunos, Emilia dos Reis, de Ferreira, entra, este ano, no 1º Ciclo. Saída do jardim de Infância de Podence, frequenta agora o Pólo 1 de Macedo, e afirmava gostar "muito da sala". Radiante com o "mundo novo" diz estar ansiosa por "conhecer os novos amigos." A Andreia e Nayara do 2º ano, estão habituadas à escola, conhecem todos os colegas "menos um, que está ali atrás", dizem. Confessando que a "vontade de vir para a escola já era muita", a Andreia diz que vai ter que "estudar muito matemática", porque, afirma: "não sou muito boa a matemática".

Mais velhos e no Pólo 2 de Macedo de Cavaleiros, são os alunos dos 3º e 4º anos. Clara Alves, do 3º, de Ala, disse já ter "muita vontade de ver os livros". Promete estudar muito e, num ano em que o ensino do Inglês passa a integrar o currículo obrigatório diz, sem reservas e numa pronúncia correta a palavra mais bonita da língua: "Thank you", Obrigado nós pela simpatia. O João Cabeça, no 4º ano, mostrava-se ansioso com o início da escola. Reviu os amigos que já conhecia de outros anos e confessando gostar "mais de Estudo do Meio por ser uma matéria mais fácil", mostra querer em "aprender tudo o que puder aprender".

O Presidente da Câmara Municipal visitou, neste início do novo ano letivo, todas as salas do 1º Ciclo, nos pólos escolares de Macedo de Cavaleiros e nas freguesias de Chacim e Morais. Duarte Moreno pretendeu desejar a todos os alunos e professores um bom ano letivo e entregar os manuais escolares, concedidos gratuitamente pela Câmara Municipal. "Fazemos um investimento na aprendizagem das crianças e o que mais nos interessa é ver a alegria de todos ao receberem os livros, a sua vontade em aprender e o pequeno desafogo no orçamento que pretendemos dar às famílias. Este ato é uma pequena ajuda, mas significativa, que o Município decidiu atribuir a todas as famílias", definiu Duarte Moreno.

escolar aos alunos com melhores médias de cada ciclo do Ensino Básico e Secundário, assim como a atribuição de bolsas de estudo aos alunos mais carenciados do Ensino Superior.

Esta proposta alarga os apoios sociais do Município na área da Educação, já verificados nos diferentes níveis de ensino, na Alimentação, no Transporte Escolar, na Componente de Apoio à Família e na medida de atribuição gratuita de Manuais Escolares, implementada em 2015/2016 pelo segundo ano consecutivo.

A intenção é ver o projeto ratificado na última Assembleia Municipal do ano, para que, conforme previsto no artigo 47º do projeto, seja implementado ainda este ano letivo, com prazos de candidaturas e de execução adaptados à data da sua presumível aprovação.



AGENDA CULTURAL

MACEDO DE CAVALEIROS | 2015

SETEMBRO | OUTUBRO | NOVEMBRO | DEZEMBRO



CENTRO CULTURAL | INFORMAÇÕES GERAIS

HORÁRIO:

Seg. a Sex. (7:00H às 13:00H)
Sáb. (15:00H às 21:45H - Dias de espetáculos)

RESERVAS:

As reservas podem ser efetuadas diretamente no Centro Cultural ou pelo telefone 276428100.
As reservas são válidas até 24 horas antes dos espetáculos.

Para mais informações sobre as nossas atividades em:
www.cm-macedo-de-cavaleiros.pt
www.facebook.com/cm.macedodecavaleiros

REGRAS DE UTILIZAÇÃO:

Não é permitida fotografar, filmar ou gravar os espetáculos, assistir como fã-club e consumir alimentos e bebidas no auditório.

Não é permitida a entrada no local após o início dos espetáculos e até ao intervalo (se houver), sendo indicação dos assistentes de sala, não estando, neste caso, garantidos os lugares marcados.

Telefones e outros aparelhos com antena integrada para artistas e espetáculos devem ser desligados antes da entrada no auditório.

A programação constante nesta agenda pode sofrer alterações por motivos imprevistos.

Horário: Rua Paço, Marco Registo | 5340-302 Macedo de Cavaleiros

AGENDA CULTURAL 2

EDITORIAL

Uma programação de eventos como aquela que aqui lhe apresentamos só é possível com um forte empenhamento das associações que, connosco, caminham lado a lado neste, cada vez maior, envolvimento de todos no crescimento de Macedo de Cavaleiros.

É, naturalmente, com um sentido agradecimento que destaco o papel dos seus dirigentes e de todos os que possibilitam a realização de eventos de interesse crescente, feitos com o carinho de quem, trabalhando com o Câmara Municipal, obtém a felicidade de ver os Macedoenses mais felizes.

Procuramos valorizar a nossa cultura, na crença de que ela é também uma componente importante para o crescimento do concelho. Fazemos uma aposta principal, em determinados momentos do ano, em eventos que se projetam fora do concelho e nos garantem um número significativo de visitantes que, também eles, ajudam a movimentar o nosso tecido comercial.

Neste quadrimestre final de ano, assinalaremos o 10º aniversário do Centro Cultural e, em período de quadra natalícia, procuraremos projetar a marca "Cidade Natal", com um conjunto alargado de surpresas que, queremos e acreditamos, se traduzirão num interesse maior na visita a Macedo de Cavaleiros, com benefício direto para a nossa economia.

Bem hajam!

O Presidente do Câmara Municipal
de Macedo de Cavaleiros

Duarte Lourenço

AGENDA CULTURAL 3

SETEMBRO

05 (Sáb.)
13.00h - Cábala Viva no verão - "Rota Geológica"
Ponte de S. Bento - Centro de Estudos do Alto Litoral (Centro de Ciências II)
15.00h - V Encontro de Escritoras Transmontanas
Org. Local: Centro Cultural

06 (Sáb.)
09.30h - 3º Enc. das Múscas Transmontanas do Lago de Combolendas
Local: Jardim 17 de Maio
16.00h - Cábala Viva no verão - "Rota Geológica"
Ponte de S. Bento - Centro de Estudos do Alto Litoral (Centro de Ciências II)
14.30h - VII Encontro de Grupos Culturais
Org. Local: Centro de Ciências II
Local: AV

10 (Sáb.)
Feira das Cebolas
Local: Chacalim

11 (Sáb.)
17.00h - Cábala Viva no verão
- "Mitos de Marçães: o vulcão e o II Guerra Mundial"
Ponte de S. Bento - Centro de Estudos do Alto Litoral (Centro de Ciências II)

AGENDA CULTURAL 4



SETEMBRO

13 (Sáb.)
ENCANTO DE GERAÇÕES
Org. Local: Municipal e Santa Casa Misericórdias
Local: Santuário de Santa Antónia

19 (Sáb.)
21.00h - ABERTURA DA EXPOSIÇÃO
DE ESCULTURA DE RICARDO TOMÁS
"O ESTÍL ANOIS"
Local: Centro Cultural

26 (Sáb.)
21.30h - Espetáculo de Teatro
"Os Fies de Sacavém", pelo Grupo do
Centro Cultural Lourenço, Vila Real
Org. Local: Associação de Teatro / Fundação local
Local: Centro Cultural

27 (Sáb.)
07.00h - XII Maratona VIMONT
Org. Local: CM
Local: Vila do Monte

CM - Município de Macedo de Cavaleiros - Rua Paço, 5340-302 Macedo de Cavaleiros

AGENDA CULTURAL 5



NOTA DE IMPRENSA

MUNICÍPIO DE MIRANDELA ADERE À SEMANA EUROPEIA DA MOBILIDADE E SEMANA EUROPEIA DO DESPORTO

O Município de Mirandela adere mais uma vez à Semana Europeia da Mobilidade, de 16 a 22 de setembro, com um conjunto de ações que visam a sensibilização da comunidade para a importância da utilização de meios de transporte mais sustentáveis, convidando à prática do exercício físico e a experimentar alternativas ao uso do automóvel, contribuindo assim para a redução da pegada ecológica. Nesta edição destacam-se a 1ª Caminhada pelo Ambiente dirigida aos trabalhadores dos serviços públicos de Mirandela, o Passeio de Bicicleta com oferta de brindes ambientais, a visita ao Parque Ambiental do Nordeste Transmontano e o seminário “Mobilidade Sustentável em Mirandela” onde será apresentado o Plano de Mobilidade Sustentável da CIM-TTM, no dia 21 de setembro, pelas 14h30, no auditório da Santa Casa da Misericórdia. No Dia Europeu Sem Carros, 22 de setembro, como já é hábito, as ruas do centro da cidade estarão encerradas ao trânsito.

Em simultâneo, o Município aderiu pela primeira vez à Semana Europeia do Desporto, de 12 a 27 de setembro, com o objetivo de promover os benefícios da prática regular de desporto e atividade física, bem como homenagear as coletividades desportivas de Mirandela. Destaque para as competições desportivas que decorrem nestes dias, mas sobretudo para as iniciativas desportivas de acesso gratuito como as aulas de hidroginástica sénior na Piscina Municipal, as aulas de Aerokick promovidas pelo Ginásio Clube Mirandelense e a ação de sensibilização sobre “Compromisso dos clubes desportivos com a ética desportiva” que terá lugar no Salão Nobre da Câmara Municipal, no dia 23 de setembro, pelas 21h30.

Das 89 atividades organizadas em Portugal, no âmbito do programa da primeira Semana Europeia do Desporto, Mirandela contribui com 27, sendo o concelho com maior número de iniciativas em Portugal e na Península Ibérica (http://ec.europa.eu/sport/week/take-part/map_en.htm).



Mirandela

BOLETIM MUNICIPAL

N.º 21 | JULHO AGOSTO SETEMBRO 2014 | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

INFOMAIL

Festas da Cidade e em Honra de
N.ª Sr.ª do Amparo

II / 1 / 2014 / III
Câmara Municipal: Prestação de contas
2014

Imagem cedida: Município de Mirandela



Alcaldes Teresa Portugal, vereadores e o corpo técnico da Câmara Municipal de Mirandela, em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



Alcaldes Teresa Portugal e vereadores em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



Alcaldes Teresa Portugal e vereadores em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



Alcaldes Teresa Portugal e vereadores em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



Alcaldes Teresa Portugal e vereadores em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



A CCM de Mirandela celebra o aniversário da Paróquia das Misericórdias de Mirandela.



Alcaldes Teresa Portugal e vereadores em reunião para discutir o plano estratégico da cidade para o ano 2015.



A CCM de Mirandela celebra o aniversário da Paróquia das Misericórdias de Mirandela.



A CCM de Mirandela celebra o aniversário da Paróquia das Misericórdias de Mirandela.



A CCM de Mirandela celebra o aniversário da Paróquia das Misericórdias de Mirandela.



A CCM de Mirandela celebra o aniversário da Paróquia das Misericórdias de Mirandela.

IV SEMANA DA JUVENTUDE DE DESPORTO

29 maio a 7 junho MIRANDELA-15

SEMANA DE ENERGIA E DO AMBIENTE 29 maio a 8 junho

DIA MUNDIAL DA INFÂNCIA 31 maio a 2 junho

FEIRA LIVRE 1 junho

29 MAIO Festa do Jardim da Fonte	2 JUNHO Dia do Ambiente	5 JUNHO Dia do Ambiente
30 MAIO Festa do Jardim da Fonte	3 JUNHO Dia do Ambiente	6 JUNHO Dia do Ambiente
31 MAIO Festa do Jardim da Fonte	4 JUNHO Dia do Ambiente	7 JUNHO Dia do Ambiente



AVISO

O escoamento da água da chuva não pode estar ligado ao saneamento

Caro proprietário, inquilino e/ou administrador de condomínio,

A ligação do escoamento da água da chuva (águas pluviais) ao saneamento público constitui grande risco de contaminação das culturas e consequente deterioração das terras de saneamento, além de que pode provocar inundações em habitações e comércio.

Atenção que as águas pluviais escoadas para coletores de saneamento são encaminhadas para as estações de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) de forma desocasionada, uma vez que a água proveniente da chuva não produzida e não deve ser tratada. Ao entrar na ETAR esta água juntamente a lama de saneamento que é coletada em função do caudal e que todos temos de pagar.

A água da chuva pode correr superficialmente até entrar nos coletores que estão ligados a coletores específicos para o efeito e que a encaminharam para o rio. Também por esse motivo,

não se deve escoar água de lavagens com detergentes ou outros resíduos nos coletores.

Pelas razões expostas, todo o escoamento de águas pluviais ligada ao saneamento público tem de ser eliminado, cabendo aos proprietários, inquilinos e administradores de condomínios realizar a operação.

A Câmara Municipal de Mirandela disponibiliza apoio técnico ao abrigo do artigo 229 do D.L. 151/2001, no sentido de promover uma rápida e eficaz alteração do modo de escoamento das águas pluviais nos edifícios em que este processo se faz através do saneamento público.

Na futura semana ambiental apresentamos a todos os edifícios e estabelecimentos comerciais e industriais as regras de ligação das águas pluviais, incluindo a forma de ligação e a aplicação de materiais adequados que evitem a contaminação do saneamento público.



Correio comemorativo do Dia Mundial da Saúde no município de Mirandela em 15 de Outubro de 2016. O evento foi organizado pelo Conselho Municipal de Saúde e contou com a participação de vários parceiros locais.



O Serviço de Saúde da Junta de Freguesia de Mirandela - Pólo de Alentejo participou no 1.º Encontro de Saúde Pública em Mirandela em 15 de Outubro de 2016.



Correioativo de Futebol realizado no âmbito do projeto de intervenção comunitária desenvolvido pelo Município de Mirandela.



Mirandela a Melhor - 2.º lugar no concurso de Melhor Município de Portugal 2016, organizado pelo Município de Mirandela.



O BTT Pólo de Alentejo participou no 1.º Encontro de Saúde Pública em Mirandela em 15 de Outubro de 2016.



Compartilhamento de Experiências - Encontro de Saúde Pública em Mirandela em 15 de Outubro de 2016.



Troféu de Portugal em Futebol - 2.º lugar no concurso de Melhor Município de Portugal 2016.



Participação no Festival de Futebol - 2.º lugar no concurso de Melhor Município de Portugal 2016.



O Município de Mirandela participou no 1.º Encontro de Saúde Pública em Mirandela em 15 de Outubro de 2016.



Participação em Primeira Secção no Dia Mundial da Saúde - 15 de Outubro de 2016.



Futebol de Inverno - 2.º lugar no concurso de Melhor Município de Portugal 2016.



Participação no Festival de Futebol - 2.º lugar no concurso de Melhor Município de Portugal 2016.

Processos de Competição

Torneio de Futebol

24 Equipas participantes

16 Jogos disputados

1.º lugar atribuído ao Município de Mirandela

2.º lugar atribuído ao Município de Alentejo

3.º lugar atribuído ao Município de Beja

4.º lugar atribuído ao Município de Évora

5.º lugar atribuído ao Município de Faro

6.º lugar atribuído ao Município de Lagos

7.º lugar atribuído ao Município de Leiria

8.º lugar atribuído ao Município de Lisboa

9.º lugar atribuído ao Município de Matosinhos

10.º lugar atribuído ao Município de Vila Real

11.º lugar atribuído ao Município de Vila Rica

12.º lugar atribuído ao Município de Vila Verde

13.º lugar atribuído ao Município de Vila Viçosa

14.º lugar atribuído ao Município de Vila do Conde

15.º lugar atribuído ao Município de Vila Real de Santo António

16.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Gaia

17.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Fafe

18.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Leiria

19.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Poente Alentejo

20.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Sagrada

21.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Tavira

22.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Valongo

Kickboxing

16 Equipas participantes

16 Jogos disputados

1.º lugar atribuído ao Município de Mirandela

2.º lugar atribuído ao Município de Alentejo

3.º lugar atribuído ao Município de Beja

4.º lugar atribuído ao Município de Évora

5.º lugar atribuído ao Município de Faro

6.º lugar atribuído ao Município de Lagos

7.º lugar atribuído ao Município de Leiria

8.º lugar atribuído ao Município de Lisboa

9.º lugar atribuído ao Município de Matosinhos

10.º lugar atribuído ao Município de Vila Real

11.º lugar atribuído ao Município de Vila Rica

12.º lugar atribuído ao Município de Vila Verde

13.º lugar atribuído ao Município de Vila Viçosa

14.º lugar atribuído ao Município de Vila do Conde

15.º lugar atribuído ao Município de Vila Real de Santo António

16.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Gaia

17.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Fafe

18.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Leiria

19.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Poente Alentejo

20.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Sagrada

21.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Tavira

22.º lugar atribuído ao Município de Vila Nova de Valongo

Produtos de Qualidade

Os produtos de qualidade de Mirandela tiveram nos últimos anos mercado reconhecido pelo trabalho realizado na seleção e criação de produtos de qualidade.

Condições de cultivo e técnicas de produção locais são consumos nacionais e internacionais colocam os produtos de Mirandela no topo dos mercados de qualidade.

CASA DE SANTO ANTONIO - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

QUINTA VALE DO CONDE / ALIMENTOS ALIMENTOS DO CONDE - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

MARCA D'ÁZEA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

ESSENCIA DO SOLAR MIRANDA E ZÓCULO - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

ALBUQUERQUE MIRANDOLA / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

ALBUQUERQUE MIRANDOLA / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

TORTES / ALBUQUERQUE MIRANDOLA - Concurso Nacional de Qualidade - Melhor Produto de Qualidade de Portugal 2016

XV Feira da Tarda

14 a 15 de Fevereiro de 2025

A Associação de Caza e Pesca Fozes D'Alentejo realiza anualmente a Feira da Tarda em Mirandela, um evento organizado e dinamizado pelo Grupo de Turismo e Recreação do Município. O local, um dos espaços verdes mais bonitos da cidade, proporciona uma excelente oportunidade para se apreciar a natureza e o património local, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



I Feira do Vinho e do Bodeco

1 de março de 2025

Devido ao grande sucesso da 1ª edição, a Feira do Vinho e do Bodeco, realizada no espaço verde da Praça da Liberdade, em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Feira do Alho de Mirandela

6, 7 e 8 de março de 2025

A Feira do Alho de Mirandela, um evento realizado anualmente em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Feira do Modo Antigo

11 e 12 de março de 2025

A Feira do Modo Antigo, um evento realizado anualmente em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Feira dos Rios

16 a 17 de março de 2025

A Feira dos Rios, um evento realizado anualmente em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.

VII Feira do Vinho e do Bodeco

6 a 10 de maio de 2025

Devido ao grande sucesso da 6ª edição, a Feira do Vinho e do Bodeco, realizada no espaço verde da Praça da Liberdade, em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Feira do Carajo

16 a 17 de maio de 2025

A Feira do Carajo, um evento realizado anualmente em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Feira do Queijo e do Mel

18 a 19 de junho de 2025

A Feira do Queijo e do Mel, um evento realizado anualmente em Mirandela, tornou-se um dos eventos mais aguardados da cidade. A feira oferece uma excelente oportunidade para se apreciar a diversidade de produtos locais e artesanais, bem como para adquirir produtos locais e artesanais.



Requalificação da passeio pedonal na Rua...



Requalificação e obra de recuperação do edifício...



Requalificação do edifício da sede da Associação de...



Obra de requalificação do edifício da sede da...



Obra de requalificação do campo de futebol...



Requalificação do passeio da Rua...



Obra de requalificação do edifício da sede da...



Obra de requalificação do edifício da sede da...



Requalificação do Largo de São João...



Requalificação do edifício da sede da...



Requalificação do edifício da sede da...



Obra de requalificação do edifício da sede da...

Foi o grande êxito da festa que deu origem à tradição da dança da dança da dança...



Tradição da dança da dança da dança...



Dósis do Nordeste Transmontano

Tradição da dança da dança da dança... A dança da dança da dança...

Tradição da dança da dança da dança... A dança da dança da dança...



Festas da Cidade de Mirandela e de Nossa Senhora do Amparo

PROGRAMA DAS FESTAS

22 Julho | Quinta-feira

- 20:00 – PROCESSÃO DE VELAS
- 21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

23 Julho | Sexta-feira

- 21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

25 Julho | Sábado

- 08:00 – Salva de Morteiros e Arruaça pela Cidade | Início das Festas de Nossa Senhora do Amparo e Cidade de Mirandela

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

10:00 – EUROPEAN CONTINENTAL CHAMPIONSHIP CIRCUIT AND FREESTYLE GRAND PRIX OF MIRANDELA

21:00 – Torneio de Ténis (organizado por José Gomes)

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:45 – ORQUESTRA ESPORTE (organizado por José Gomes)

22:00 – GRANDE NOITE DE RICK-BOXING (organizado por José Gomes)

24:00 – CELA 5-0 (organizado por José Gomes)

02:00 – MUNDO SECRETO (organizado por José Gomes)

26 Julho | Domingo

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

10:00 – EUROPEAN CONTINENTAL CHAMPIONSHIP CIRCUIT AND FREESTYLE GRAND PRIX OF MIRANDELA

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:45 – APRESENTAÇÃO DA ESCOLA DE BALLET – Ana Pires

22:00 – JOSE ALBERTO REIS (organizado por José Gomes)

24:00 – RESCOTO INTERROMPIDO (organizado por José Gomes)

27 Julho | Segunda-feira

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

22:00 – BANDA FILARMÓNICA 1.ª DE MAIO (organizado por José Gomes)

24:00 – DA CHICHA (organizado por José Gomes)

28 Julho | Terça-feira

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

22:00 – PEDRO MIGUEL E A SUA BANDA (organizado por José Gomes)

24:00 – BANDA 10 (organizado por José Gomes)

29 Julho | Quarta-feira

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:45 – AULA ABERTA E DEMONSTRAÇÃO DE ZUMBA FITNESS (organizado por José Gomes)

22:00 – ROSINHA (organizado por José Gomes)

24:00 – KIBATA & YARD MOVEMENT BAND (organizado por José Gomes)

30 Julho | Quinta-feira

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

21:45 – AULA ABERTA E DEMONSTRAÇÃO DE HIPHOP/TURDANCE (organizado por José Gomes)

22:00 – 4 MEIOS (organizado por José Gomes)

23:00 – AULA ABERTA E DEMONSTRAÇÃO DE KIZOMBA E DANÇAS LATINAS (organizado por José Gomes)

23:00 – BILVA TATIANA (organizado por José Gomes)

01:00 – FRANK & ROGG (organizado por José Gomes)

31 Julho | Sexta-feira

08:00 – Missa Matinal (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

11:15 – PASSAGEM DA 8.ª ETAPA DA 77.ª DA VOLTA A PORTUGAL EM BICICLETA

21:00 – NOVENA (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

22:00 – ARRUAÇA NOTURNA "Grupo de Bombos e Galas de Folias Amigos dos Galegos"

22:00 – GRANDIOSA MARCHA LUMINOSA (organizada por Associação de Amadores de Dança Folclórica, 1.ª e 2.ª Divisões)

02:30 – RUI MIGUEL (organizado por José Gomes)

01:00 – ELES A ESTABRIL TRADICIONAL E FAMOSA NOITE DOS BOMBOS DE MIRANDELA

01:30 – BANDA REIS (organizado por José Gomes)

04:00 – RICKY G (organizado por José Gomes)

05:00 – MR. TURNSPIT (organizado por José Gomes)

01 Agosto | Sábado DIA DE NOSSA SENHORA DO AMPARO

08:00 – ARRUAÇA PELOS BAIROS E RUAS DA CIDADE

12:00 – ESPECTÁCULO MUSICAL COM BANDA FILARMÓNICA DE VALÇAÇOS (organizado por José Gomes)

18:00 – SAJESTOSA PROCESSÃO EM HONRA DE NOSSA SENHORA DO AMPARO

20:00 – MISSA

21:00 – VENDA DE FLORES DOS ANDORES (organizado por Nossa Senhora do Amparo)

21:45 – AULA ABERTA E DEMONSTRAÇÃO DE ZUMBA FITNESS (organizado por José Gomes)

22:00 – Grupo de Baile ORQUESTRA ALTA TENSÃO (organizado por José Gomes)

00:30 – MARKBOOK 828 TIAGO CROZEIRA e os LUCAS BRANCO PERCUSSION (organizado por José Gomes)

00:30 – 1.ª SESSÃO – GRANDIOSO ESPECTÁCULO DE FOGO-DE-ARTIFÍCIO

01:15 – 2.ª SESSÃO – GRANDIOSO ESPECTÁCULO DE FOGO-DE-ARTIFÍCIO

02:45 – PUNKYOUZ (organizado por José Gomes)

04:45 – OI ZEBRO! (organizado por José Gomes)

02 Agosto | Domingo

21:00 – Leilão de Oferendas (continuação da Nossa Senhora do Amparo)

22:00 – TÂNIA SAMPAIO (organizado por José Gomes)

00:30 – Fogo-de-artifício de encerramento das FESTAS DE NOSSA SENHORA DO AMPARO E CIDADE DE MIRANDELA 2015

de 25 de Julho a 2 de Agosto de 2015

