



**ATAM** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL



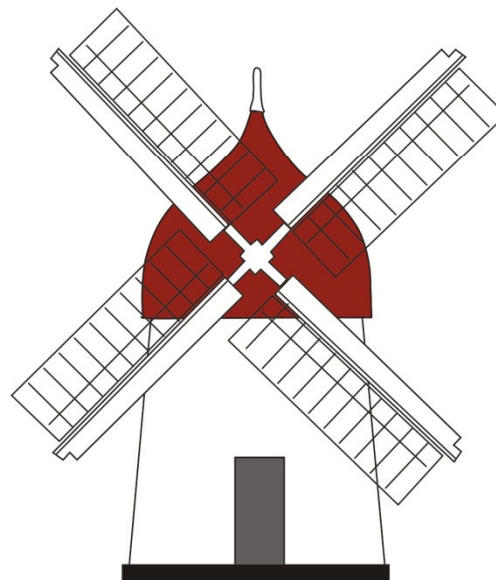
**ATAMI** ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# xxv emca<sub>2016</sub>

encontro de marketing e comunicação autárquica

2 e 3 junho de 2016

*Santa Cruz  
da Graciosa*





**ATAMI** ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL



**XXV ENCONTRO DE MARKETING  
E  
COMUNICAÇÃO AUTÁRQUICA  
2016**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL





**ATAM** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

*A comunicação autárquica, ao envolver a disponibilidade da informação pública geral, é vital e constitui um direito de todos, devendo estar disponível em todas as plataformas e ser facilmente acessível e compreendida.*

*Trata-se de promover a divulgação do que fazem as autarquias locais, de dar conta das respetivas experiências de aprendizagem, mas também permitir a aquisição e a partilha do conhecimento.*

**Francisco Alveirinho Correia**

Presidente da Direção da ATAM

**SESSÃO DE ABERTURA**



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# CONCLUSÕES



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**



- ❑ A comunicação institucional pode ser direcionada em dois sentidos, ou seja, para o interior da autarquia local - com o objetivo de fortalecer o espírito do grupo ou, até mesmo, de missão, aumentando a produtividade e o ambiente laboral -, e para o exterior, procurando chegar aos destinatários da ação autárquica.
- ❑ O que se pretende com a comunicação para o exterior é, no essencial, informar, dar conta do trabalho realizado, anunciar oportunidades, sensibilizar para determinadas situações, e até prevenir, em casos específicos.
- ❑ Tratando-se de saber quais são as estratégias a seguir, para que essas mensagens cheguem, com eficácia, ao público, há fatores essenciais a considerar:
  - ✓ Definição clara dos objetivos que levam a essa comunicação;
  - ✓ Clareza e eficácia na forma de apresentar a mensagem;
  - ✓ Utilização correta e abrangente dos meios de divulgação disponíveis;
  - ✓ Verdade e honestidade como valores que têm de ser garantidos em cada situação.





**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

## **PROJETO “TRANSPARÊNCIA”**



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- ❑ A informação deve ser transmitida na forma de um sistema aberto, e compreende um conjunto de recursos, relacionados entre si, que geram um processo de comunicação, com vista à concretização dos objetivos a que se propõe.
  
- ❑ A eficácia da comunicação é crucial no resultado das relações entre a autarquia local e a comunidade, já que visa a compreensão das decisões políticas relativamente à gestão autárquica.
  
- ❑ A informação deve resultar em aceitação, e esta deve ser o resultado da comunicação institucional eficiente e eficaz.
  
- ❑ O direito fundamental de acesso à informação sobre os atos de gestão pública e os seus motivos é uma exigência.



**ATAMI** ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- Uma gestão transparente deverá ter como principal preocupação o acesso dos cidadãos à informação e a abertura para a sua participação no governo local.
- As redes sociais assumem um papel fundamental no campo da comunicação, já que facilitam o acesso e a disponibilidade da informação, de um modo transparente.
- Não é possível falar de gestão pública, de comunicação e de cidadania sem considerar a transparência.
- Há que pensar a comunicação de forma estratégica e de como as novas tecnologias podem contribuir para tal, sempre em vista da transparência na gestão.
- O que está em causa, isto é, aquilo se mostra subjacente, é estimular a participação de todos nas políticas de execução levadas a cabo pela governação local.



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# **COMUNICAÇÃO DIGITAL NOS MUNICÍPIOS**



- ❑ Importa considerar o efeito do *marketing* nas redes sociais, relevando que uma participação ativa exige o seguinte:
  - ✓ Conhecimento das regras utilizadas;
  - ✓ Apelo à partilha;
  - ✓ Incentivo à troca de informação;
  - ✓ Presença e partilha de formatos diversos.
- ❑ Quanto aos objetivos da comunicação digital, urge destacar a sua importância, ao permitir a rapidez na divulgação, evitar o ruído e chegar à maioria da população.
- ❑ A reação dos destinatários torna-se mais facilmente perceptível, através de diferentes meios de partilha, havendo que ponderar as respetivas causas e os efeitos.
- ❑ A comunicação digital, ao permitir comunicar para uma outra geração de pessoas, obriga a dar novos passos, em vista de uma maior eficácia.



- ❑ Importa ponderar quais são os dispositivos de acesso predominante à *Internet*, reconhecendo que as redes sociais estão a contribuir para tal.
- ❑ A mensagem irá basear-se, cada vez mais, nas recomendações e partilhas realizadas pelas pessoas.
- ❑ A quantidade de informação produzida impede que todas as publicações sejam visualizadas, havendo dificuldade na sua organização e consistência.
- ❑ Tratando-se de uma gestão integrada, devem ser encontradas respostas para todas as redes sociais, *websites* e aplicações.
- ❑ Tal facto significa que deverá ser feito um esforço acrescido, para que essas plataformas possam ser geridas em local único.
- ❑ Perante o volume de informação e de imagens, só através de uma tal solução será possível facilitar os tempos de edição, o seu envio e a partilha subsequente.



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# **O VALOR DA TRANSPARÊNCIA MUNICIPAL**



- ❑ A transparência tem subjacente a ideia do governo aberto, ou seja, de tornar públicos todos os atos, decisões e processos da governação local.
- ❑ Quanto à sua finalidade, trata-se de providenciar informação relevante, fidedigna, atempada, inteligível e de fácil acesso, sobre o formato, desempenho e gestão do bem público.
- ❑ A transparência tem custos e benefícios, mas serve para desvendar potenciais interesses privados dos intervenientes na gestão pública, que possam colidir com o benefício coletivo.
- ❑ Relativamente à motivação que sempre subjaz a um índice de transparência municipal, urge garantir o seguinte:
  - ✓ Criar critérios de aferição dos níveis de transparência, no intuito de melhorar a qualidade da democracia local;
  - ✓ Gerar incentivos para melhorar o acesso à informação, através do uso das tecnologias de informação e comunicação;
  - ✓ Aumentar a responsabilidade política dos eleitos locais;





**ATAMI** ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- ✓ Capacitar os cidadãos para uma maior monitorização e envolvimento na gestão autárquica.
- ❑ Tratando-se da missão a prosseguir, graças a um índice de transparência municipal, há que promover o seguinte:
  - ✓ Desenvolver um índice multidimensional para avaliar o grau de transparência dos municípios, através da informação sobre o formato, desempenho e gestão disponibilizada nos respetivos *websites*;
  - ✓ Estabelecer um *ranking* de municípios, de modo a criar pressão social para a melhoria da informação prestada aos cidadãos;
  - ✓ Criar incentivos para as autarquias locais melhorarem as suas ferramentas de comunicação e interação com os cidadãos, com vista a uma governação autárquica cada vez mais aberta, responsável e participativa.
- ❑ A permanência no poder não pode afetar a adoção de práticas de disponibilidade da informação e dos princípios do governo aberto, nem justificar menores níveis de transparência municipal em todo o território nacional.



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

# **REDES SOCIAIS: A SUA IMPORTÂNCIA E A SUA GESTÃO**



**ATAMI** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- ❑ Importa compreender a natureza de cada rede social, dada a especificidade que se mostra inerente à sua utilização.
- ❑ Há que considerar o alcance e os tempos de resposta correspondentes, sem prejuízo da definição de regras internas a observar no seu uso.
- ❑ Tratando-se de valorizar o território e a autarquia local que lhe corresponde, tal propósito é igualmente exequível através da utilização de redes sociais.
- ❑ Se comunicar é já, e também agora, importa promover a monitorização das redes sociais, sempre em vista do inequívoco propósito - que se tem -, de potenciar a divulgação e partilha da informação e a interação com os respetivos destinatários.



**ATAM** | ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

*A comunicação autárquica tem de ser inteligente, inovadora e inclusiva, e prosseguir os objetivos que estão associados à mesma.*

*Para além de aumentar a participação e o envolvimento da comunidade - a cidadania ativa -, deverá ser capaz de promover a capacitação e a inclusão digital, mas também estimular a partilha de dados e uma inovação aberta.*

**João Dias Pacheco**

Vice-Presidente da Direção da ATAM

**SESSÃO DE ENCERRAMENTO**

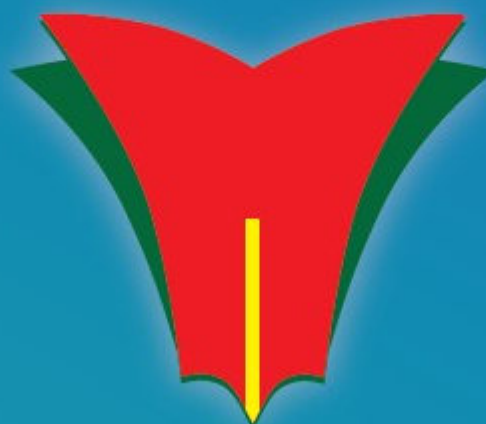


**ATAMI** ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

**REFORÇAR OS PRINCÍPIOS, OS VALORES**

**E AS**

**BOAS PRÁTICAS DO SERVIÇO PÚBLICO LOCAL**



# ATAM

---

ASSOCIAÇÃO DOS  
TRABALHADORES DA  
ADMINISTRAÇÃO  
LOCAL