

todas as outras atividades que envolvem a cidade e nas quais o poder camarário está presente são importantes. É o caso de festas da cidade, de desfiles, de visitas dos órgãos da Câmara que mereçam a devida importância, ou seja, assuntos de interesse para a população. Como aponta Susana Pinto, “a comunicação política prende-se com uma comunicação institucional continuada, baseada em ações de serviço público, e com objetivos relacionais e não eleitorais.” (2013: 12)

Eduardo Camilo por seu lado, aponta como comunicação municipal “um conjunto de atividades, verbais ou extra-verbais, concretizadas pelos municípios ou tende-os por referência, que visa legitimar os seus valores, atividades e objetivos.” (1999) Sublinha ainda que este tipo de comunicação apresenta “logo *a priori*, duas características estruturais relevantes: por um lado é uma comunicação corporativa; por outro, é concebida como um recurso técnico.” (1999) Na primeira característica, tal como é indicada, é uma comunicação corporativa, isto é, uma comunicação de tudo o que se passa na Câmara a nível da instituição em si, tal como já foi referido, por exemplo as reuniões abertas ao público e até aquelas à porta fechada, sendo que depois apresentam ao público as conclusões das mesmas. Já enquanto recurso técnico, é uma comunicação utilizada para resolver alguns problemas municipais específicos e perceber até que ponto esses problemas têm resolução ou não. No entanto o mesmo autor afirma:

“de uma forma genérica, esta dificuldade prende-se com a falta de capacidade que alguns técnicos municipais têm para identificar e circunscrever os problemas municipais; e com a ausência generalizada de conhecimentos técnicos de comunicação que lhes possibilitariam averiguar até que ponto esses problemas têm ou não, uma solução comunicacional. É por isso que, numa vertente administrativa, raramente se recorre à comunicação municipal ficando ela apenas remetida para o domínio da difusão pública, da legitimação político-eleitoral ou da assessoria de imprensa.” (1999)

V. As redes sociais na comunicação autárquica – Os resultados, algumas leituras possíveis

Anteriormente existiam locais onde eram anunciadas todas as atividades das Câmaras municipais, chamados de editais. Hoje ainda existem, mas já não são tão utilizados nem frequentados pelos munícipes. Atualmente vive-se numa era em que a tecnologia e os meios tecnológicos são elemento principal. É devido a este ambiente atual que todas, ou quase

todas, as Câmaras Municipais têm vindo a aderir à *Internet*. Não só a *sites*, mas também a redes sociais. Aqui é mais fácil chegar ao público e notificá-lo para os acontecimentos que sejam do seu interesse.

Ana Silva, André Gonçalves, César Silva, Damien Rosa, Paulo Pinto, Simão Lopes e Tiago Mota num seu trabalho de mestrado realizado em 2009, fizeram um levantamento das Câmaras Municipais dos 18 distritos do país que utilizam a *Web 2.0*. Nesta altura, apenas as Câmaras de Lisboa, Porto e Oeiras tinham conta em redes sociais, sendo que relativamente às Câmaras do Alentejo, é possível ver que em 2009 não havia nenhuma autarquia que tivesse uma conta em qualquer rede social.

Atualmente o paradigma é bastante diferente. As Câmaras dos distritos alentejanos Beja, Évora e Portalegre já todas têm conta na rede social *Facebook*, por exemplo. Para além destas também as de Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Barrancos, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Serpa, Vidigueira, Alandroal, Arraiolos, Borba, Estremoz, Montemor-o-Novo, Mora, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Vila Viçosa, Alter do Chão, Arronches, Avis, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Fronteira, Gavião, Marvão, Monforte, Nisa, Ponte de Sor, Sousel, Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines têm conta nesta rede. Ou seja, dos 47 municípios existentes no Alentejo, todos eles têm conta na rede social *Facebook* e dão-lhe um uso muito frequente, ou seja, todos os dias, mais que uma vez por dia, publicam algo nesta rede social. O município de Portel, em Évora, apresenta até duas páginas uma do município e outra do auditório municipal onde apresenta todos os acontecimentos a realizar no mesmo.

Mas não é apenas esta a rede social utilizada por estas Câmaras Municipais. Também o *Youtube*, o *Twitter*, o *Issuu* e outras, são redes sociais que estas Câmaras utilizam.

O *Youtube* é uma rede social utilizada por 29 municípios. São eles Aljustrel, Alvito, Beja, Castro Verde, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Vidigueira, Borba, Montemor-o-Novo, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Alter do Chão, Arronches, Campo Maior, Crato, Elvas, Gavião, Monforte, Ponte de Sor, Portalegre, Alcácer do Sal, Santiago do Cacém e Sines. Contudo, este uso é muito pouco frequente, apenas há publicações mensais ou em épocas festivas, como o Natal ou o Carnaval.

Também o *Twitter* é uma rede social utilizada por 12 municípios, o de Aljustrel, Beja, Ferreira do Alentejo, Mértola, Reguengos de Monsaraz, Castelo de Vide, Elvas, Gavião,

Marvão, Monforte, Santiago do Cacém e Sines. Porém na sua grande maioria o uso que lhe é dado é muito pouco ou nenhum, como por exemplo o município de Aljustrel tem conta nesta rede social, mas não partilha nenhum conteúdo desde 2012.

A rede do *Google*, *Google+*, também é utilizada por 3 municípios, Beja, Ferreira do Alentejo e Reguengos de Monsaraz. Destas três, apenas Beja utiliza muito a rede, tendo publicações quase semanais, ou de duas em duas semanas.

A rede social *Flickr*, mais utilizada no Brasil, é utilizada pelo município de Beja, apesar de não publicar nada desde 2013, e pelo município da Vidigueira, que a utiliza com muita regularidade.

Uma das redes sociais com um grande número de utilizadores atualmente, e que tem tendência a aumentar, é o *Instagram*. Desta rede social fazem parte os municípios de Évora, embora não tenha publicações desde novembro de 2016, o município de Reguengos de Monsaraz que publica muito frequentemente e o município de Portalegre, embora também já não publique nada desde agosto do ano passado.

Há também uma rede social profissional, o *Linkedin*, da qual a Câmara Municipal da Vidigueira faz parte. Nesta rede faz uma apresentação da cidade, da Câmara Municipal e remete para os perfis dos funcionários da Câmara.

Para finalizar, referimos uma rede social que se encontra presente em 6 Câmaras municipais o *Issuu*, uma rede onde se partilham fotografias ou publicações. As Câmaras presentes nesta rede social são Beja, Odemira, Montemor-o-Novo, Redondo, Reguengos de Monsaraz e Sines. Embora todas elas tenham conta nesta rede, apenas Odemira e Montemor-o-Novo a usam regularmente, de forma quase semanal, todas as outras raramente a utilizam. Como curiosidade, registar ainda que destes 47 municípios, o de Borba, Évora e Fronteira já criaram uma aplicação para o telemóvel para desta forma se aproximarem cada vez mais dos seus cidadãos.

VI. Considerações finais

Atualmente, marcas, empresas ou instituições, sejam elas públicas ou privadas, de dimensão local, regional, nacional ou internacional, procuram um lugar no ciberespaço, mostrando aí a sua existência. Hoje, uma empresa que acaba de ser criada abre um espaço físico, mas já não dispensa um espaço na *Internet*, sobretudo um *website*, isso mesmo constatámos a

propósito do objeto de estudo em causa. Porém, curiosamente, há marcas, empresas ou serviços que nascem na *Internet* e já dispensam o espaço físico. Estando fora da rede, as organizações perdem formas extraordinárias e rentáveis de comunicar com os seus públicos. Os *sites* oficiais são como “montras” que expõem o que se tem para oferecer e quando bem projetadas e organizadas conseguem servir convenientemente os seus visitantes.

A vasta adesão dos municípios às redes sociais permite-nos perceber a evolução que tem ocorrido nos últimos anos. A *Internet*, e tudo o que ela acarreta, veio mudar o mundo, a forma como se vive e a forma como se comunica.

Sobre este tema as alterações foram inúmeras. Como já foi referido, o que antes era um edital agora está presente não só no *site*, que todas as Câmaras Municipais alentejanas têm, mas é também partilhado nas redes sociais das mesmas.

É através de todas as ferramentas que as redes sociais oferecem que os órgãos camarários partilham todos os acontecimentos relevantes para os cidadãos.

Cada pessoa, cada empresa, cada Câmara Municipal tem de se adaptar a estas realidades e conseguir manter-se atualizada às constantes novidades dos avanços tecnológicos.

Todos os dias há cada vez mais mudanças no mundo físico e no mundo virtual. Se as Câmaras Municipais pretendem continuar a mostrar o seu trabalho e os seus projetos a todas as pessoas que têm interesse nos temas, têm de continuar a adaptar-se, como se adaptaram nos últimos anos.

O facto de até as Câmaras Municipais de pequenas terras, muitas vezes desconhecidas pela maioria das pessoas, terem uma conta numa rede social, de se preocuparem em informar não só os seus habitantes, mas também, todos os outros que possam ter interesse nos diversos eventos que ocorrem na terra, é um sinal de avanço muito significativo para a sociedade.

Esta é a realidade atual e, tendo em conta os dados apresentados, é também a realidade do Alentejo, uma zona do país que parece já investir na propagação da informação e no contato direto com a sua população.

VII. Referências bibliográficas

- Amaral, I.(2016). *Redes Sociais na Internet – Sociabilidades Emergentes*.Labcom,IFP,Covilhã.
- Barradas,C. (2015). *Las salas de prensa online – Estudio de los municipios Portugueses.Una propuesta de sala de prensa virtual*. Tesis Doctoral .Departamento de Información y Comunicación da Universidade da Extremadura, Espanha.
- Camilo, E. (1999) Estratégias de Comunicação e Municípios. In *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Acedido a 24 de janeiro de 2018 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/camilo-estrategias-municipios.html>
- Castells, M. (2003). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- Ferreira, G. (2011). *Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso*. Dissertação de mestrado em Ciência da Informação na Escola da Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
- Freitas Fernandes, K. R. (2015). *O Facebook Como Ferramenta De Marketing Digital Para As Empresas: Análise Da Fanpage De Uma Empresa De Terapia Nutricional*. Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Livro de Atas, ISSN 1984-9354, p.122. Acedido a 18 de maio de 2018 em http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_037M_9.pdf
- Pinto, S. (2013) *Comunicação autárquica: A democracia e as relações públicas*. Relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.

Rufino, C. (2009, abril) *A sociedade em rede e a segunda geração da internet: reflexões para o campo da comunicação organizacional*. Comunicação apresentada no III Congresso ABRAPCORP, São Paulo.

Silva, A., Gonçalves, A., Silva, C., Rosa, D., Pinto, P., Lopes, S., Mota, T. (2009) *A Web 2.0*. Dissertação de mestrado em Engenharia Informática e Computação e do mestrado integrado em Engenharia Industrial e Gestão, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.

Tomaél, M., Alcará, A. & Di Chiara, I. (2005). *Das redes sociais à inovação*. Brasília.

REDES SOCIAIS LOCAIS/MUNICIPAIS

OS NÓS DAS REDES SOCIAIS: DESAFIOS DA INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA EM MONTEMOR-O-NOVO

Patrícia Rêgo

Universidade de Évora. Centro de Estudos Geográficos, IGOT-UL

patrego@uevora.pt

Pascale Millecamps

Casa João Cidade, Montemor-o-Novo

joacidade.caaapd@gmail.com

Resumo

A partir de uma realidade local, de Montemor-o-Novo, no Alentejo, apresentamos os nós de uma rede social formada pelas três associações que desenvolvem trabalho no domínio da deficiência. Procuramos neste trabalho exploratório reflectir sobre a inclusão, paradigma incontornável e inovador no domínio social, a partir das interacções estabelecidas nesta rede e neste contexto territorial. Identificamos ameaças e oportunidades de uma resposta social específica, o Centro de Atendimento, Acompanhamento e Animação da Casa João Cidade, resposta atípica e eventualmente mais próxima da prática efectiva da inclusão social. Acabamos com o que achamos desafiador nesta temática social.

Palavras-chave: Inclusão, Pessoas com deficiência, Rede, Inovação social.

Abstract

From a local reality, from Montemor-o-Novo, Alentejo, we present the nodes of a social network formed by the three associations that develop work in the field of disability. We seek in this exploratory work to reflect on the inclusion, an inescapable and innovative paradigm in the social domain, from the interactions established in this network and in this territorial context. We identified threats and opportunities for a specific social response, the João Cidade House Attention, Accompaniment and Animation Center, an atypical and possibly closer response to the effective practice of social inclusion. We end up with what we find challenging in this social theme.

Key-words: Inclusion, People with disabilities, Network, Social innovation.

1. Introdução

O objectivo deste trabalho exploratório é múltiplo mas inter-relacionado: pretende reflectir sobre a importância do capital social e relacional das organizações do terceiro sector (OTS) no fortalecimento da sua participação nas redes sociais em que se inserem; pretende analisar a progressiva implementação da inovação social através da actuação destas organizações; procura, finalmente, destacar o papel das características do lugar no acolhimento da inovação. Estas questões estão ancoradas nos seguintes argumentos: i) a inovação social é uma visão transformadora da realidade local que promove a inclusão social, o sentido do lugar, a transformação das relações sociais e a capacitação dos elementos mais frágeis da comunidade; ii) a cooperação de proximidade e as redes são um valor-chave para o progresso das comunidades locais, fortalecendo a capacidade de negociar com as autoridades locais e nacionais; iii) a capacitação é uma ferramenta relevante promovida através de uma boa liderança e participação activa; iv) a proximidade geográfica permite contactos pessoais e interacção. Estes aspectos do capital territorial (Tóth, 2015) são favoráveis ao alavancar da inovação social e garante da resiliência local.

Para esta reflexão olhamos as instituições do terceiro sector na perspectiva de Hamdouch (2010), para quem o valor dos recursos humanos, flexibilidade e adaptabilidade no cumprimento de novos objectivos e vários itens associados ao “clima interno” das organizações do terceiro sector (ética/”lealdade”, participação, identidade, motivação, treinamento) são incentivos para a inovação social. Contudo, a inovação e a continuidade das acções têm dificuldade em emergir onde há escassez de habilitações, de visão e de cooperação (capital social) em termos individuais e colectivos.

São três os principais conceitos que organizam este artigo: i) colaboração, um processo que “ocorre quando pessoas de diferentes organizações produzem algo em conjunto por meio do esforço colectivo, recursos e tomada de decisão e compartilham a propriedade do produto ou serviço final” (Pierson, 2008:45); ii) inclusão social por via da promoção da desinstitucionalização das pessoas com deficiência, novo paradigma centrado na participação activa dos intervenientes na tomada de decisão sobre as suas vidas (Millecamps & Silva, 2017); iii) ambiente de vizinhança (Grannis, 2009), o espaço de interacção e compromisso emocional, compromisso alcançável no balanço entre a necessidade de