



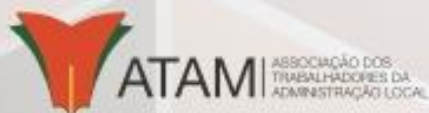
ATAM | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

e
m
c
a

XXVIII

encontro de marketing
e comunicação autárquica

Pinhel



17-18 maio 2019



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

C O N C L U S Õ E S

José Figueiredo Faria

Vice-Presidente da Direção



ATAMI ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

**INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA:
FORMAÇÃO, INTERAÇÃO E COMUNICAÇÃO
COM OS AGENTES ECONÓMICOS E SOCIAIS
DA REGIÃO**

Joaquim Brigas

Instituto Politécnico da Guarda



ATAMI ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

❑ **NOVO PAPEL E MUDANÇA DE ORIENTAÇÃO DO IPG PARA A INTERAÇÃO COM A REGIÃO**

A) VIRAGEM PARA A SOCIEDADE

- Colocar os seus recursos (investigadores, instalações, laboratórios) e conhecimentos ao serviço da sociedade/agentes do território onde está inserida

B) OUVIR AGENTES / SABER DAS SUAS NECESSIDADES

- Para fazer face aos desafios e às novas exigências da sociedade digital, dos novos indicadores e necessidades de BEM ESTAR e do DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL das regiões,

Concretizando por via de:

- 1) Parcerias de valor com as Autarquias Locais e agentes dinamizadores e influenciadores do território
- 2) Investigação / estudos científicos / formação ao longo da vida



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- Ou seja, colocar os investigadores e o conhecimento do IPG na resolução concreta dos problemas da região,

- ❖ **ATRAVÉS DE**
 - ✓ Investigação aplicada aos problemas
 - ✓ formação à medida
 - ✓ formação deslocalizada

- ❖ **INVESTINDO** numa participação ativa na resolução dos problemas das regiões, para:
 - ✓ Requalificar as pessoas da região
 - ✓ Aumentar o nível de emprego e empregabilidade
 - ✓ Aumentar o nível de riqueza
 - ✓ Inovar a funções da Administração Pública



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

COMUNICAR COM O MUNÍCIPE NA ERA DIGITAL:

QUE FUTURO PARA OS BOLETINS MUNICIPAIS?

Carlos Alberto Cardoso

h2com



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- ❖ A sua reflexão focou os seguintes aspetos mais relevantes:
 - O mito de que quando se governa bem não é preciso comunicar; ou só se comunica quando as coisas estão a correr mal é uma crença grave e um erro inqualificável;
 - A comunicação é poder e o poder comunica sempre e constantemente;
 - Os boletins municipais refletem, na maior parte dos casos, as caras dos nossos Presidentes de Câmara, e variam na forma, no conteúdo e na distribuição, em conformidade com os interesses, visão e valores dos seus líderes;
 - Com o depauperamento da imprensa local, surgiu uma oportunidade dos boletins serem transformados em meios de comunicação local, onde a propaganda e a publicidade da ação política ganharam força;



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- A digitalização do nosso mundo obriga a muitas mudanças, inovações e adaptações, mas a realidade ainda é uma:
 - **Governar é comunicar e os boletins municipais têm um papel reservado no futuro, como fonte de informação credível, transparente e democrática.**

- As palavras- chave neste processo de comunicação são:
 - **identidade, cidadania, participação, proximidade, transparência, qualidade, democracia eletrónica e governo eletrónico.**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- A comunicação autárquica apresenta **duas vertentes estruturais** de grande importância:
 - como comunicação corporativa e
 - como recurso técnico.

- Outro ponto importante a reter sobre **a comunicação em rede**:
 - **Abandonar o conceito único de “público-alvo” e substituí-lo por “personas”.**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- Começar a fraccionar esse público e definir personagens “fictícias” (avatares) para representar os diferentes tipos de usuários/utentes/munícipes dentro de um alvo demográfico, atitude e /ou comportamento definido, que são “consumidores” do nosso serviço, marca ou produto, de um modo similar.
- **A comunicação 360° serve para vencer conceitos ultrapassados** da comunicação e integrar necessidades de conteúdo, estratégia, divulgação e relacionamentos corporativos ao discurso da autarquia, cativando pessoas e alcançando públicos, ao mesmo tempo que constrói um diálogo. **É este diálogo a base da comunicação municipal 4.0.**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

➤ **Em conclusão e resposta à questão principal:**

Estaremos perante o fim do boletim tal e qual o conhecemos?

- Em parte, as pessoas é que vão ditar o que precisam e o que querem. Ainda existe um público que gosta de ler o boletim em papel. Mas não há dúvidas que a mudança está em curso.
- o boletim/revista municipal terá um papel neste futuro 4.0, mas exige-se mais do que uma simples digitalização do canal impresso.
- o cidadão terá condições de editar o seu boletim municipal, dizendo ao algoritmo exatamente o que quer saber, que interesses tem e que gostos ou simpatias lhe interessam. E, no final, terá um boletim municipal personalizado à sua medida.



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

**DA PROXIMIDADE LOCAL
AO TODO NACIONAL (MUNDIAL)**

Sérgio S. Soares

LUSA



ATAMI ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

➤ **Contributos de atuação para o desiderato de proximidade com as agências de comunicação:**

☐ Informação o mais cedo possível, preferencialmente nas primeiras horas da manhã

ou

- Informação com embargo;
- Rapidez nos contactos com os responsáveis (mesmo que seja em forma de citação);
- Material disponível nas conferências de imprensa (e enviado anteriormente, preferencialmente por via eletrónica);
- Antecipações (de inaugurações, eventos, acontecimentos, obras, etc)



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- Contactos telefónicos prévios;
- Encontros regulares entre as partes;
- Informação de contextualização do município;
- Evitar “esconder” informação;
- Hierarquizar o envio da informação (nacional/local/regional);
- Sugerir reportagens locais sobre temas nacionais (melhor água do país, melhor escola, limpeza de terrenos, ausência de incêndios, medidas sociais, etc.);



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- Evitar envio de informação à posteriori do acontecimento (apenas em casos excepcionais).
- Avisos sobre reuniões de Câmara ou Assembleia Municipal e respetivos assuntos ;
- Evitar conferências de imprensa sobre vários assuntos (e a horas tardias);
- Diversificar a fonte (presidente, mas também vereadores das respetivas áreas);
- Dar dicas sobre outros assuntos do concelho, que não apenas da Câmara (novas empresas, etc.);
- Assinalar agenda com vários dias de antecipação.



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

GUIMARÃES, AQUI NASCE

UMA COMUNICAÇÃO

Vítor Oliveira

Câmara Municipal de Guimarães



ATAMI ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

❑ PONTOS DE POSICIONAMENTO DA CRIAÇÃO “COMUNICAÇÃO GUIMARÃES”

- ❑ **A valorização da cultura como fator de desenvolvimento** fomentou a criação de uma rede de equipamentos culturais e desportivos, que colocaram Guimarães em lugar de destaque na área das artes e dos espetáculos, ao nível nacional e internacional, **culminando em 2012, como Cidade Capital Europeia da Cultura em 2012 e em 2013, como Cidade Europeia do Desporto**

❑ **Comunicar pela Gastronomia**

Para além de todo o legado histórico e cultural, Guimarães está também intimamente ligada à qualidade e diversidade da sua gastronomia, onde a doçaria assume papel significativo



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

- PONTOS DE POSICIONAMENTO DA CRIAÇÃO DA “GUIMARÃES MARCA”**
 - Guimarães mais verde**
 - Alargamento de alojamentos de qualidade na cidade**
 - Construir e gerir um conjunto de Equipamentos para a realização de eventos**
 - Captar a realização de grandes eventos**
 - Criação da Guimarães TV**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

**AUMENTAR A PEGADA DIGITAL
DAS AUTARQUIAS, ATRAVÉS
DO SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)**

Pedro Pinto

pplware



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

❖ **EM SÍNTESE**

- ✓ No mundo digital existem hoje várias plataformas de comunicação.
- ✓ Nesse sentido, é importante estar a par das tendências, definir estratégias e conhecer as principais ferramentas digitais que nos permitam garantir a maior tração e alcance dos conteúdos.

❑ **Aumentar a Pegada Digital / SEO**

- Humanização da Tecnologia
- Redes Sociais
- SEO - Search Engine Optimization
- Ferramentas



ATAMI ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

O **SEO (Search Engine Optimization)** é uma das técnicas mais usadas ao nível do Marketing Digital e visa a melhor promoção online dos conteúdos tendo sido apresentadas algumas boas práticas e ferramentas de análise e suporte

SEO - Search Engine Optimization





ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

SEO - “Guideline”...

→ **Título das páginas/Artigos**

- ◆ Posicione a sua palavra-chave o mais à esquerda possível (logo no início do título);
- ◆ Títulos de páginas não deverão ter mais de 55-70 caracteres;
- ◆ Construa títulos relevantes e objetivos com relação ao tema do conteúdo;
- ◆ Utilize uma tag de título <H1> para o título principal de cada página.



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

SEO - “Guideline”...

→ **MetaDescrição**

- ◆ Utilize a palavra-chave em qualquer posição da meta descrição
- ◆ A meta descrição não deve ultrapassar os 150 caracteres;
- ◆ A meta descrição é um resumo do que é abordado no conteúdo do artigo;
- ◆ A meta descrição deve ser atrativa o suficiente para gerar interesse no utilizador
- ◆ Não construir as suas metas descrições com base no primeiro parágrafo dos seus artigos. Crie as suas próprias meta descrições!



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

SEO - “Guideline”...

→ **URLs Amigáveis**

- ◆ Utilize a palavra-chave no URL do artigo;
- ◆ Utilize sempre que possível, um URL curto e objetivo;
- ◆ Utilize sempre hífens para separar palavras;
- ◆ Relacione o URL do seu artigo ao tema desse mesmo artigo;
- ◆ Não utilize números no URL
- ◆ Não utilize maiúsculas, underlines, números ou outros caracteres especiais



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

4 Ferramentas para criar Lista de Keywords

- Google Keyword Planner**
- Ubersuggest.io**
- Kwfinder.com**
- Google Trends**



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO
NA PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO
DOS TERRITÓRIOS**

Tiago Sigorelho

Associação GERADOR



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

❖ EM SÍNTESE

- O Gerador é uma entidade que promove a cultura portuguesa em todas as suas áreas
- É uma plataforma de comunicação e cria um conjunto de iniciativas que têm por objetivo aproximar novos públicos da cultura
- Acredita que a melhor forma de divulgar os territórios é dar destaque à sua cultura
- O Trampolim Gerador é uma iniciativa do Gerador que tem exatamente o propósito de activar a cultura em espaços públicos
- É uma iniciativa onde participam mais de 100 artistas, com mais de 60 momentos culturais



ATAMI | ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO LOCAL

❖ Outras iniciativas

- Revista Gerador
- Ignição Gerador
- Escola Gerador
- Insties Gerador
- Parceiros Gerador
- Site Gerador
- Redes Sociais Gerador
- Barómetro Gerador Qmetrics



ATAM

ASSOCIAÇÃO DOS
TRABALHADORES DA
ADMINISTRAÇÃO
LOCAL