

Alentejo em rede: as redes sociais nas autarquias ¹

Joana Mouquinho Penderlico

Resumo

O mundo social está em constante mudança. As cartas e as chamadas em telefones fixos, públicos ou privados, deram lugar aos *emails*, às chamadas ou mensagens em telemóveis e, recentemente, às mensagens através de uma rede social. As chamadas já não são apenas de voz, mas também de vídeo e a custo zero. A *Internet* e as redes sociais vieram alterar a forma como as pessoas vivem, convivem, comunicam e até mesmo formas de pensamento.

Com a *Internet* surgiu a *Web 2.0* e, com esta, as redes sociais. Na atualidade são sobretudo estas últimas que movem o mundo e aproximam as pessoas.

O presente trabalho pretende demonstrar exatamente esta realidade, com enfoque para a forma como as autarquias conseguem efetuar um trabalho de proximidade através das redes sociais, fazendo um levantamento das autarquias do Alentejo e das redes sociais que estas utilizam.

As Câmaras Municipais aqui retratadas são as do distrito de Beja, Évora, Portalegre e os quatro municípios de Setúbal pertencentes ao Alentejo: Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines. Foi feita uma observação de todos os municípios do Alentejo sobre as redes sociais que utilizam e como é feita esta utilização, tendo em conta alguns indicadores como a periodicidade ou a frequência, por exemplo.

Página | 64

Palavras-Chave: Redes sociais; Autarquias; Web 2.0; Comunicação Municipal; Comunicação *Online*.

Abstract

The social world is in constant change. Letters or phone calls, public or private, have given place to emails, to text messaging and cellphone calls e, more recently, to messages through a social network. Phone calls have evolved to video calls and they are free. Internet and social networks have changed the way people live, get together, communicate and have even changed people's way of thinking.

With Internet, Web 2.0 has appeared and with the latter, social networks. Nowadays, these are moving the world and bringing people closer to one another.

This present work intends to show exactly this reality, focusing on how local government manages to perform proximity work using social networks, by making a list of autarchies in Alentejo and the social networks they use in the process.

The municipalities here are those of the district of Beja, Évora, Portalegre and the four municipalities of Setúbal belonging to the Alentejo: Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém and Sines. A survey was carried out in all those municipalities of Alentejo on the social networks they use and it was tried to understand how this utilization is made, taking into account some indicators such as the periodicity or the frequency, for example.

Key words: Social networks; Autarchies; Web 2.0; Municipal Communication; Online Communication

¹ Este artigo é resultado de um trabalho da unidade curricular de *Teoria e Discurso dos Média* do Mestrado em Média e Sociedade, do Instituto Politécnico de Portalegre e aprofundado para os IV Encontros de Jornalismo na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre.

Introdução

Nos dias de hoje, os municípios têm de saber passar a sua imagem de uma forma correta para a população. É importante que os cidadãos e empresas locais conheçam os seus objetivos e os resultados esperados das suas ações. Para que isto seja possível, os municípios têm ao seu dispor inúmeras formas de o fazer, sendo o digital a mais utilizada atualmente.

A Web 2.0 está cada vez mais presente no dia a dia de toda a população ao redor do mundo e nas relações que estabelecem com as organizações. Aqui será explorada a forma como as Câmaras Municipais do Alentejo utilizam as redes sociais e quais as que utilizam. As Câmaras aqui retratadas são as dos distritos de Beja, Évora, Portalegre e os quatro municípios de Setúbal pertencentes ao Alentejo: Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines.

Com este estudo tentámos perceber as formas de comunicação autárquica no digital, nas Câmaras em análise, sendo que é determinante nos dias de hoje a criação e o uso exaustivo das redes sociais para se conseguirem aproximar do cidadão.

Foi feito o levantamento nos 47 municípios alentejanos das redes sociais que estes utilizam e a forma como o fazem.

A questão de partida para este estudo foi:

Qual a utilização que os municípios alentejanos dão às redes sociais?

Quais as que utilizam?

Com que frequência as utilizam?

As redes sociais na sociedade atual

“O ciberespaço, enquanto sistema social, é composto por redes de redes que resultam em espaços de diferentes fluxos” (Castells, 2003)

As redes sociais vieram alterar a forma de viver das pessoas e a forma como estas viam o mundo. Inês Amaral aponta que:

“as redes sociais na *Web* nascem da interação mediada por computador e a nova sociabilidade compreende-se na medida em que através de ambientes espaço-temporais distintos, é possível gerar laços sociais. No entanto, as relações que se geram entre os actores sociais são claramente diferenciadas, na medida em que o espaço da nova sociabilidade, das interações mediadas por computador, é o território virtual” (2016:102)

Desde que surgiram, as redes sociais tornaram-se um fator de ligação entre pessoas de todas as partes do mundo. Passaram a ser uma forma de ajuda na diminuição da distância física e levaram também a que muitas pessoas vivessem em prol do que se diz e se publica nestas.

Gonçalo Costa Ferreira afirma que a

“rede social é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por atores, que estão conectadas por um ou vários tipos de relações que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais etc. Nessas relações, os atores sociais desencadeiam os movimentos e fluxos sociais, através dos quais partilham crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio etc.” (2011: 213)

Como já foi referido, as redes sociais são uma forma das pessoas estarem em contacto permanente, quer estejam perto umas das outras, quer estejam a uma longa distância. É uma forma de comunicação instantânea e na qual a grande parte da população está conectada. Segundo um estudo da Marktest em 2018, em 861 entrevistados 76% utiliza as redes sociais para partilha de fotos e imagens. Esta é apenas uma das formas de estar conectado à rede.

Maria Inês Tomaél, Adriana Alcará e Ivone Di Chiara veem as redes sociais como “espaços para o compartilhamento de informação e do conhecimento. Espaços que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, em que pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam.” (2005: 94). São, desta forma, espaços de contacto instantâneo onde os utilizadores criam conteúdos e consomem conteúdos, estando conectados entre si de forma rápida.

Afirma Recuero que “redes sociais na *Internet* são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas.” (2009: 2) Desta forma, as redes sociais são vistas através da forma como os utilizadores as usam, através dos seus perfis pessoais, e com quem se conectam nelas. Pode ser através de comentários, partilhas, mensagens privadas, etc. Através das suas conexões e partilha de informações os utilizadores geram capital social para as redes e também para todas as empresas, instituições e particulares envolvidos, “as redes sociais podem também conceder valor para as informações (...) criando capital social não apenas para a própria rede, mas igualmente para os atores e instituições envolvidos.” (idem: 13)

Manuel Castells afirma que “rede é a mensagem”, que “a *Internet* é o tecido das nossas vidas” e que “passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da informação: a rede”. (2003: 7) Tomaél, Alcará e Di Chiara afirmam, ainda sobre as redes sociais, que “a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente depois da *Internet*, as relações

sociais prescindem do espaço físico e do geográfico, elas ocorrem independentes do tempo e/ou do espaço”. (2005: 95)

Atualmente, o tema das redes sociais é cada vez mais debatido pois tudo o que acontece no mundo é partilhado nestas plataformas e pode ter uma grande influência na forma de pensar e de agir das pessoas. Com um número cada vez maior de utilizadores, é possível apontar que as redes sociais são, cada vez mais, algo imprescindível na vida das pessoas.

A comunicação autárquica

A comunicação nas autarquias é feita, preferencialmente, pelas pessoas que trabalham na área da comunicação daquele organismo.

Ao nível da informação, as autarquias têm responsabilidade para com os cidadãos que representam, apesar dos cargos políticos estarem sujeitos a alterações decorrentes dos resultados eleitorais, o que leva muitas vezes a mudanças nos planos a longo prazo. No entanto, havendo estas alterações o cidadão deve ser informado sobre o que se passa na sua região, qual o plano de ação da Câmara, as verbas que lhes são atribuídas anualmente, onde são feitos os investimentos, quando há reuniões abertas ao público, entre outras atividades. Contudo, não é apenas sobre estas atividades que a comunicação é transmitida ao público, 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 aponta como 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.” (1999) Aponta 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 ao nível da própria instituição, tal como já referimos, 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)

Rosa Sampaio define comunicação municipal como:

“(…) uma dimensão da comunicação política, que alia um conjunto integrado de ações comunicacionais, combina ensinamentos e técnicas de varias ciências, que é cada vez mais requintada e exercida no quadro do município, por técnicos altamente especializados, com fins promocionais e de integração política.” (Sampaio, 2010: 43)

Esta definição vai completar a de Eduardo Camilo, citada anteriormente, e relata um lado mais relacionado com a política nesta área da comunicação. Aponta também para uma questão importante: a da comunicação municipal ser feita por técnicos especializados na área.

Por fim, as autarquias tratam das suas questões municipais tendo em vista uma preocupação com os seus habitantes locais e por isso também é importante manter uma linha de contacto constante, hoje em dia, sobretudo, através das redes sociais. Como afirma Barradas:

“(…) administração pública e os serviços municipais são, cada vez mais, agentes que se preocupam com o desenvolvimento económico e social das populações e das comunidades locais e, por isso, o objetivo último da comunicação institucional dos municípios será, pelo menos em teoria, o de fazer uma gestão de consensos pois, logicamente, não poderão exercer a sua política sem ter em linha de conta a opinião pública.” (2015:27)

As redes sociais na comunicação autárquica

Anteriormente, existiam locais onde eram anunciadas todas as atividades das Câmaras municipais, chamados de editais. Apesar de, nos dias de hoje, ainda existirem na forma física, já não são tão utilizados nem frequentados pelos munícipes como antigamente. Com o surgimento da *Internet*, estes passaram a ter lugar também no mundo virtual o que leva a que muitas pessoas os visitem virtualmente, por exemplo no *site* da Câmara. Atualmente vive-se numa era em que a tecnologia e os meios tecnológicos são elemento principal. É então 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.

Siva *et al*, num trabalho realizado em 2009, fizeram um levantamento das Câmaras Municipais dos 18 distritos portugueses e algumas outras regiões do país que utilizavam a *Web 2.0*. Neste caso iremos focar-nos apenas nas que usavam as redes sociais e quais as alterações que houve nestes últimos 10 anos. Em 2009, apenas as Câmaras Municipais de Lisboa, Porto e Oeiras tinham conta em redes sociais. Contudo, como pretendemos apenas focar-nos nas Câmaras do Alentejo, é possível constatar que em 2009 não havia nenhuma autarquia que tivesse uma conta em qualquer rede social.

Atualmente, o paradigma é bastante diferente. Foi feita uma análise à presença dos 47 municípios alentejanos nas diferentes redes sociais e plataformas, onde foi possível verificar que o Alentejo é uma região que tem forte presença no *online*.

Desta forma, é possível ver que ao longo dos anos as Câmaras Municipais têm apostado muito no uso de redes sociais e outras plataformas, de forma a haver uma maior divulgação e proximidade aos cidadãos.

Todas estas ferramentas que utilizam, desde o *site* às mais diversas redes sociais, são cada vez mais importantes nos dias de hoje. Como afirma Susana Anastácio:

“Em todo o caso, para que as potencialidades ao nível da comunicação entre os elementos políticos e os cidadãos se efetivem, é necessário que as ferramentas disponíveis na atualidade sejam postas em prática. Para isso é necessário empenho não apenas da parte dos políticos, e das instituições políticas, que “jogam” num espaço onde os conteúdos são tantos que é difícil captar a atenção dos cidadãos, mas também da parte do público, que tem de estar disposto a ler e consultar informação, a fazer comentários, e a entrar em debate.” (2017:25)

Página | 69

Ou seja, não só a autarquia tem que estar disposta a ter sítios na *Internet*, assim como o cidadão tem que estar disposto a aceitá-los e dar-lhe uso de forma a sentir que é parte integrante do que se passa na sua região.

É possível ver que houve uma grande alteração ao longo dos anos. O que começou por ser apenas um edital camarário na rua, passou a ser uma rede social que entra em contacto direto com o cidadão. É através de eventos, de partilhas de informações, de fotografias, de vídeos, de áudios, entre outros, que nos dias de hoje as pessoas ficam a saber o que se passa à sua volta, quer na sua cidade, quer noutra cidade do país ou do mundo.

De forma a estarem cada vez mais próximos dos cidadãos e com a grande utilização de *smartphones*, *tablets*, entre outros, alguns dos municípios alentejanos também já criaram as suas aplicações, como é o caso de Borba, Crato, Évora, Fronteira, Odemira, Viana do Alentejo e Vidigueira.

Metodologia

Sobre as redes sociais que utilizam e a forma como as utilizam, o objeto de estudo foram os 47 municípios Alentejanos. São eles: Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Barrancos, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Serpa, Vidigueira, Alandroal, Arraiolos, Borba, Estremoz, Évora, 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, Portalegre, Sousel, Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines.

A análise feita às redes sociais destes 47 municípios foi realizada em três momentos. O primeiro a 23 de fevereiro de 2018, o segundo a 30 de maio de 2018 e o último a 27 de novembro de 2018.

Para proceder a esta análise, seguiu-se uma escala de utilização:

8. Sim
9. Não
10. Muita utilização (várias vezes por dia);
11. Utilização regular (algumas vezes por semana);
12. Pouca utilização (momentos ocasionais);
13. Muito pouca utilização (diferença de alguns meses);
14. Rara utilização (1 vez por ano ou não utilizado há vários anos)

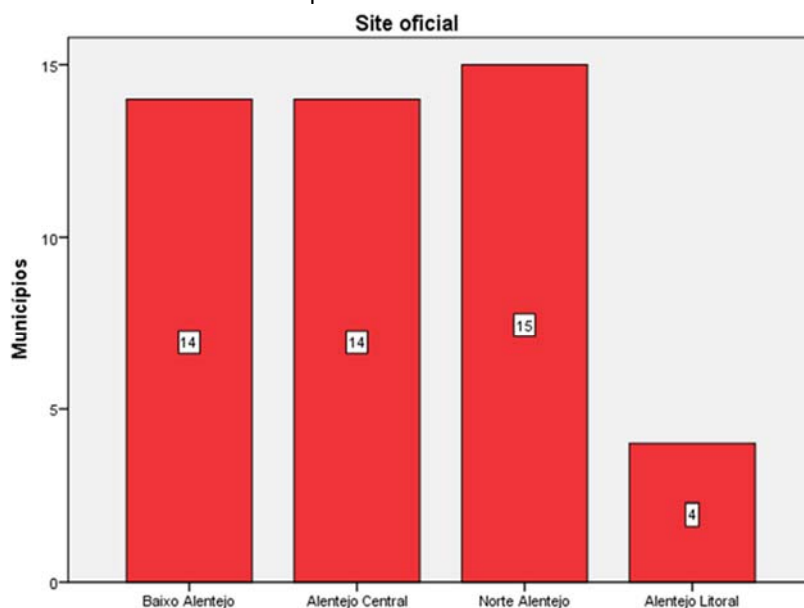
Passemos agora à análise e discussão dos resultados obtidos.

Análise de resultados

Antes de iniciar a apresentação dos resultados, importa referir que os gráficos apresentados a seguir são todos referentes ao último dia de análise das redes sociais, 27 de novembro de 2018.

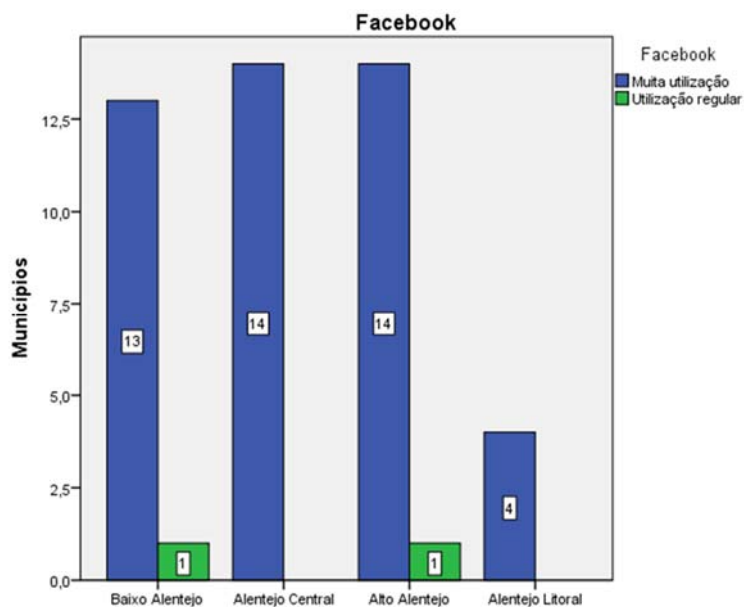
Os 47 municípios alentejanos que serão representados nos gráficos a seguir foram agrupados por NUTS, Nomenclaturas das Unidades Territoriais, neste caso por NUTS III.

GRÁFICO I – Site oficial das Câmaras Municipais



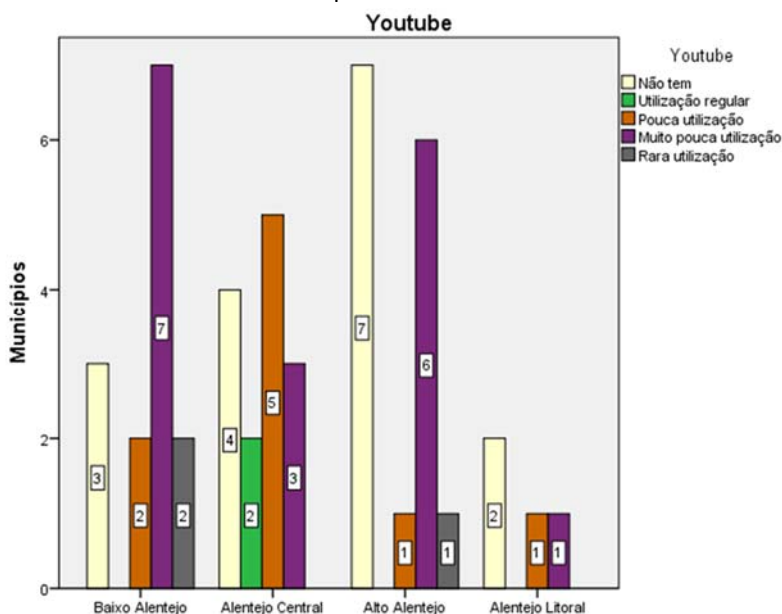
Neste primeiro gráfico é analisada a presença dos municípios em *sites* oficiais. Aqui é possível ver que os 47 municípios possuem presença *online* através de *sites*.

GRÁFICO II – Facebook oficial das Câmaras Municipais



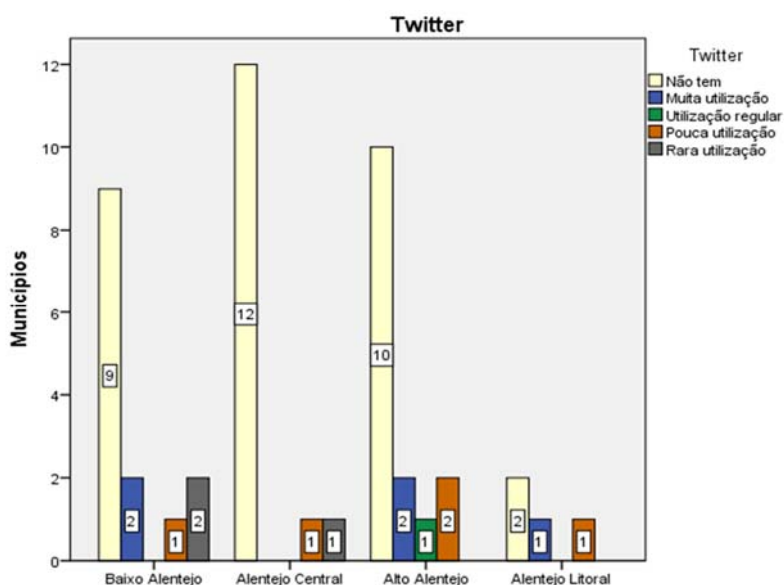
Quanto à presença no *Facebook*, também todos possuem conta nesta rede social. Contudo, os municípios de Barrancos, no Baixo Alentejo, e Fronteira, Alto Alentejo, apenas lhe dão uma utilização regular. Ou seja, apenas utilizam algumas vezes por semana.

GRÁFICO III – *Youtube* oficial das Câmaras Municipais



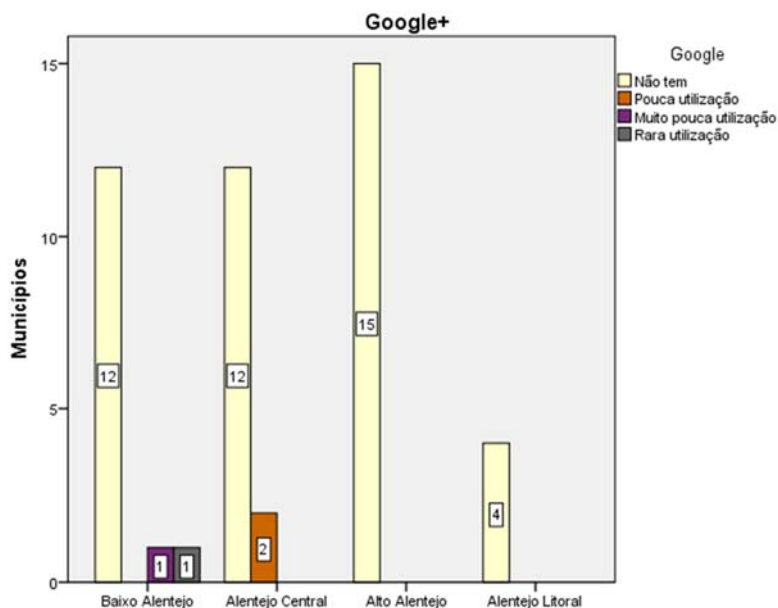
Relativamente à plataforma *Youtube*, 31 municípios têm conta. São eles: Aljustrel, Alvito, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Vidigueira, Alandroal, Borba, Estremoz, Évora, Montemor-o-Novo, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Alter do Chão, Arronches, Campo Maior, Crato, Gavião, Monforte, Portalegre, Sousel, Alcácer do Sal e Sines. De notar, que apesar de serem muitos os municípios presentes nesta plataforma, na sua grande maioria a utilização que lhe é dada é ‘Muito pouca utilização’, visto que são 17 municípios a dar este tipo de utilização. É também importante referir que 16 municípios não têm presença nesta plataforma *online*.

GRÁFICO IV – *Twitter* oficial das Câmaras Municipais



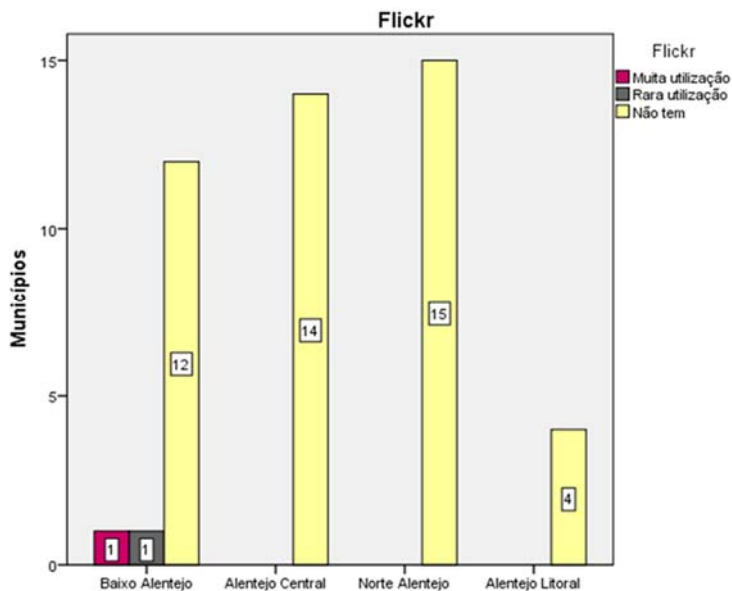
Sobre a rede social *Twitter* é importante reter que há uma forte não utilização. Apenas 14 municípios têm presença nesta rede social: Aljustrel, Beja, Ferreira do Alentejo, Mértola, Odemira, Estremoz, Reguengos de Monsaraz, Castelo de Vide, Elvas, Gavião, Marvão, Monforte, Santiago do Cacém e Sines.

GRÁFICO V – *Google+* oficial das Câmaras Municipais



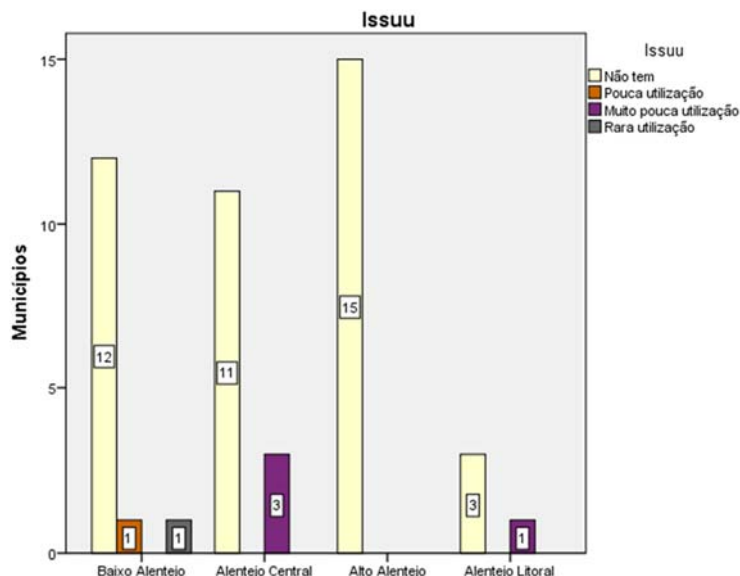
Sobre a rede social *Google+*, apenas 4 municípios marcam presença. São eles Beja com muito pouca utilização, Ferreira do Alentejo com rara utilização e Reguengos de Monsaraz e Estremoz com pouca utilização.

GRÁFICO VI – *Flickr* oficial das Câmaras Municipais



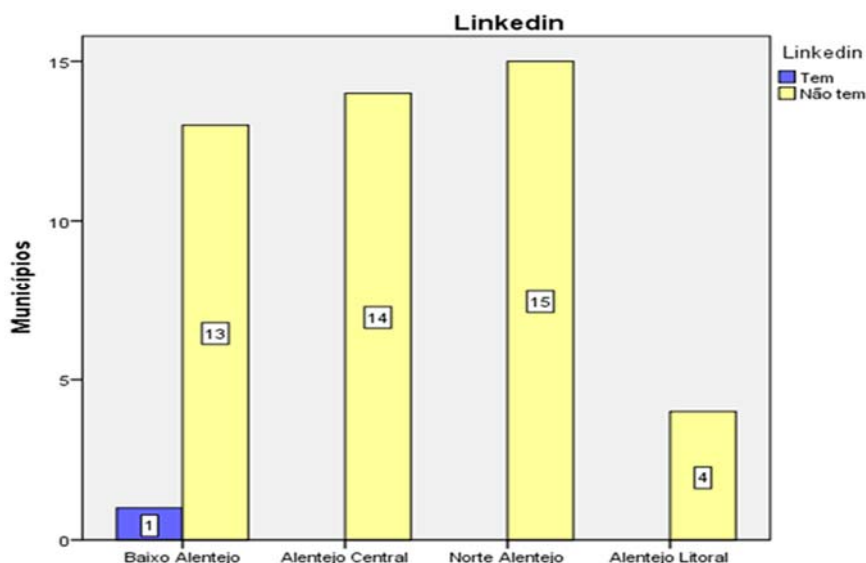
Sobre a plataforma *Flickr* apenas dois municípios têm conta, ambos no Baixo Alentejo: o município de Beja que a utiliza raramente e o município de Vidigueira que lhe dá muita utilização.

GRÁFICO VII - *Issuu* oficial das Câmaras Municipais



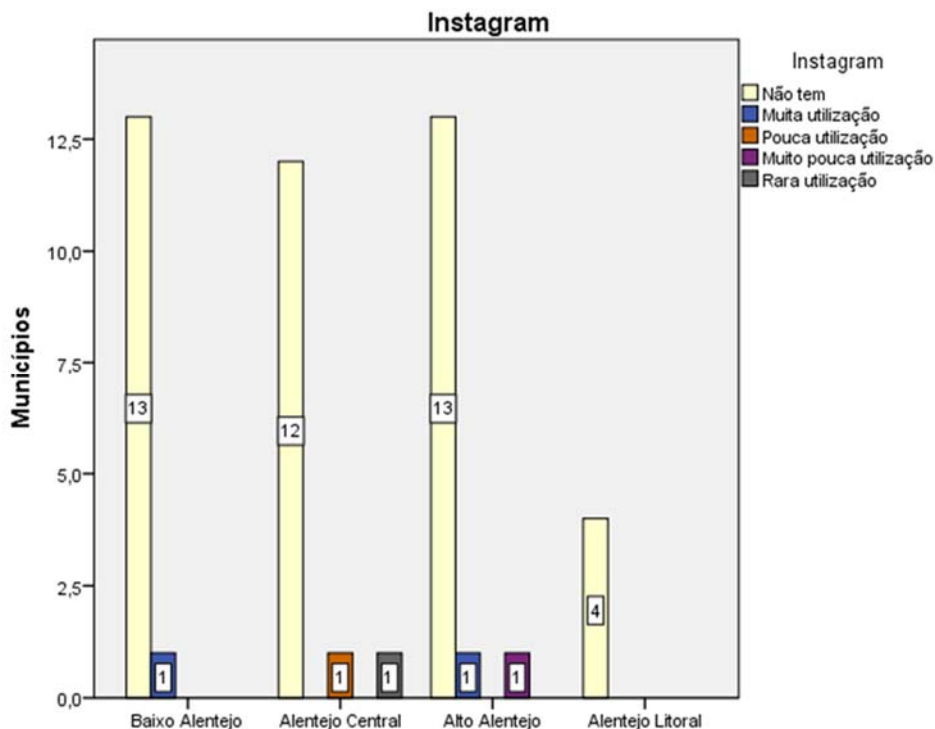
Sobre a plataforma de partilha de imagens *Issuu*, são seis os municípios que utilizam. Dois no Baixo Alentejo, Beja e Odemira, três no Alentejo Central, Montemor-o-Novo, Redondo e Reguengos de Monsaraz e um no Alentejo Litoral, Sines. De todos estes apenas Odemira lhe dá uma maior utilização, que ainda assim é considerada 'Pouca utilização'. E apenas Beja utiliza raramente. Os restantes dão 'Muito pouca utilização'.

GRÁFICO VIII – *LinkedIn* oficial das Câmaras Municipais



Também a rede social profissional *LinkedIn* é utilizada, mas apenas pelo município de Vidigueira. Aqui é apresentado o município e remete as pessoas para os perfis dos trabalhadores da Câmara Municipal.

GRÁFICO IX – *Instagram* oficial das Câmaras Municipais



Por fim, a rede social *Instagram*. Esta rede é utilizada por cinco municípios, Moura, Évora, Reguengos de Monsaraz, Elvas e Portalegre. Destes municípios Évora é que lhe dá uma menor utilização e Moura e Portalegre dão 'Muita utilização'.

Conclusões

Após esta análise é possível ver que houve uma grande adesão dos municípios às redes sociais, sobretudo à rede social *Facebook*, onde todos já têm presença. A plataforma *Youtube* é o segundo meio onde a grande maioria dos municípios estão presentes. Talvez por esta ser uma plataforma de vídeo, sendo que este é cada vez mais uma ferramenta fundamental para a divulgação de eventos.

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

Agora é através de todas as ferramentas que as redes sociais oferecem que as Câmaras Municipais partilham todos os acontecimentos relevantes, estando ou não presentes os representantes do órgão camarário, mas que são eventos importantes para a cidade.

As redes sociais trouxeram inúmeras alterações à sociedade e aqui apenas são apresentadas algumas delas.

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 têm de continuar a adaptar-se, como têm feito nos últimos anos.

O facto de 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.

Referências bibliográficas

Página | 76

Amaral, I. (2016) *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*. Covilhã: Editora LabCom.IFP.

Anastácio, S. (2017). *A comunicação política na era digital estudo de caso: o parlamento europeu no Facebook*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Media na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria.

Barradas, C. (2015). *Las salas de prensa online – estudio de los municipios portugueses. Una propuesta de sala de prensa virtual*. Tesis Doctoral, Departamento de Información y Comunicación de Universidad de Extremadura, Espanha.

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, Brasil.

Markttest (2018). *Os Portugueses e as Redes Sociais 2018*. In Markttest Group. Acedido a 22 de julho de 2019 em <https://www.markttest.com/wap/a/grp/p~96.aspx>

Pinto, S. (2013) *Comunicação autárquica: A democracia e as relações públicas*. Relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.

Recuero, R. (2009). Redes Sociais na *Internet*, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In Soster, D. & Firmino, F. (org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul. UNISC.

Sampaio, M. (2010). *Comunicação política: Quem são e como comunicam os 18 municípios do distrito do Porto*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

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.

Notas sobre a autora:

Joana Mouquinho Penderlico

jmpenderlico@gmail.com

Licenciada em Jornalismo e Comunicação e mestranda em Média e Sociedade pela Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre.

Página | 77