

Influência da comunicação municipal na imprensa regional

Cláudia Maria Pereira da Costa*

Resumo

No presente artigo procuramos perceber como funcionam as estruturas que as câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo criaram e implementaram para se relacionar com a comunicação social e as estratégias de trabalho implementadas. Pretendemos, igualmente, avaliar a reacção e postura de jornalistas e directores do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* perante a crescente profissionalização das estruturas municipais associadas à comunicação.

Deste modo, procuramos analisar o impacto que as câmaras municipais têm na imprensa regional e perceber se, e como, o trabalho das estruturas de comunicação municipais, concretamente dos dois distritos do Minho, condiciona o funcionamento dos dois jornais, o seu conteúdo e a apresentação do seu produto jornalístico.

Após a análise realizada, concluímos que a actividade das estruturas dos municípios minhotos associadas à comunicação condiciona os dois diários bracarenses e o conteúdo e a apresentação do seu produto jornalístico.

Palavras-chave: gabinetes de comunicação; câmaras municipais; imprensa regional

1. Introdução

Dada a importância crescente da vertente comunicacional nas sociedades contemporâneas, empresas privadas e instituições públicas, nomeadamente as câmaras municipais, têm apostado, cada vez mais, na implementação e desenvolvimento de serviços de comunicação, assessoria de imprensa ou relações públicas e na sua profissionalização.

Ao nível das câmaras municipais, assistimos, nos últimos anos, a uma crescente estruturação, organização e profissionalização das estruturas que trabalham na área da comunicação. Por intermédio delas, as edilidades procuram divulgar os municípios

* Mestre em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Informação e Jornalismo, pela Universidade do Minho. E-mails: claudiac@megamail.pt; ametade@mail.pt

e as suas iniciativas, designadamente através dos órgãos de comunicação social, concretamente dos regionais.

Enviar comunicados ou notas de imprensa através de correio electrónico e disponibilizar imagens de acções realizadas ou contactos telefónicos móveis são alguns sinais da maior organização existente a nível municipal e da preocupação que se verifica com o impacto na comunicação social. Nalguns casos, os serviços comunicacionais das câmaras municipais são assumidos por profissionais que têm ou tiveram uma ligação profissional com o jornalismo ou por pessoas com formação académica superior em áreas como Jornalismo, Relações Públicas e Comunicação Social.

No entanto, esta profissionalização pode transportar consigo alguns ‘perigos’ para os jornalistas, que, perante uma informação que chega à comunicação social de forma ‘fácil’, designadamente quando o envio é feito por correio electrónico ou quando também são remetidas imagens, podem correr o risco de tender para o facilitismo, preterindo, em benefício de um trabalho mais rápido, a qualidade do produto jornalístico. Tendo em vista o ‘combate’ a este eventual facilitismo, estes profissionais podem confirmar a informação enviada ou procurar obter novos elementos.

No presente artigo, procuramos analisar o funcionamento, estratégias de trabalho e objectivos das estruturas que as câmaras municipais, concretamente as dos distritos de Braga e de Viana do Castelo, têm para se relacionar com a comunicação social regional, nomeadamente com o *Correio do Minho* e o *Diário do Minho*, dois jornais diários com sede na cidade de Braga. Pretendemos, igualmente, compreender o posicionamento dos directores e dos jornalistas dos dois diários face à crescente profissionalização das estruturas camarárias ligadas à comunicação.

Neste contexto, procuramos ver que impacto as câmaras municipais têm na imprensa regional, procurando perceber até que ponto é que o trabalho das estruturas de comunicação das edilidades, concretamente dos distritos mencionados, condiciona o funcionamento do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*, bem como o conteúdo e a apresentação do produto jornalístico por parte destes dois periódicos.

2. O caminho da profissionalização

Nos últimos anos, as estruturas de comunicação das câmaras municipais, concretamente das dos distritos de Braga e de Viana do Castelo, evoluíram no sentido da profissionalização.

O surgimento, implementação e desenvolvimento destas estruturas estão, na nossa opinião, relacionados com a importância atribuída pelos municípios à comunicação, como elo de ligação da respectiva câmara municipal com o exterior.

A evolução verificada é reconhecida pelos directores dos dois jornais diários com sede na cidade de Braga, que, no entanto, se mostram preocupados com a tendência para o facilitismo por parte dos jornalistas, perante, precisamente, a profissionalização destas estruturas.

Por seu turno, a maior parte dos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*, concretamente 65%, diz concordar em parte com o facto de os gabinetes de comunicação das câmaras municipais aparentarem ter um trabalho organizado, enquanto 5% mostram a sua concordância total e 30% dos profissionais dizem discordar em parte com tal ideia¹.

Para ilustrar a evolução verificada no trabalho desenvolvido pelas estruturas de comunicação das câmaras municipais, podemos dizer que antigamente as informações eram enviadas à comunicação social sobretudo via fax e as agendas culturais eram remetidas para as redacções através dos Correios. Hoje, muitas informações municipais chegam através de correio electrónico.

Quando contacta com a comunicação social, a maior parte dos municípios, dos distritos de Braga e de Viana do Castelo tem em consideração os horários de funcionamento dos meios de comunicação social/as rotinas jornalísticas. As autarquias têm em linha de conta os períodos do dia mais favoráveis e os dias de semana mais convenientes. Nalguns municípios procura-se também que um contacto com a comunicação social não colida, em termos de horários, com outras iniciativas, eventualmente de maior impacto, que aconteçam na região.

Segundo Jacques Deschepper, ao convocar-se uma conferência de imprensa, deve verificar-se se não há qualquer “iniciativa concorrente na mesma data. (Por exemplo, telefonar a um jornalista conhecido, para saber se há ou não outras manifestações)” (1992: 91).

Os directores dos dois jornais diários com sede na cidade de Braga consideram que as câmaras municipais começam a ter em consideração as rotinas jornalísticas, nomeadamente quando convocam uma conferência de imprensa ou enviam um comunicado.

Por outro lado, os jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* não parecem absolutamente convencidos desta realidade: 30% dos profissionais discordam totalmente com o facto de os gabinetes de comunicação das câmaras municipais terem em consideração os horários de funcionamento dos meios de comunicação social, uma ideia com a qual 35% dos jornalistas discordam em parte².

No que se refere à imprensa diária, deve saber-se os “horários de elaboração dos jornais para perceber as horas a que deve ser dada uma notícia, de forma a permitir algum tempo aos jornalistas para a sua preparação e escrita” (Granado e Malheiros, 2001: 26). Semanários, rádios ou televisões têm rotinas jornalísticas diferentes.

Este conhecimento cada vez maior das rotinas jornalísticas pode levar a que a comunicação social tenda a submeter-se à agenda das várias entidades que consigo contactam e a um consequente, mas se calhar nem sempre facilmente perceptível, controlo dos *media* e do seu conteúdo por parte de entidades exteriores.

¹ Estes dados baseiam-se nos questionários aplicados, em Julho de 2003, aos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*. No total, foram entregues 29 questionários, tendo-se recolhido 20, o que corresponde a uma taxa de respostas de 68,97%.

² A informação tem por base os questionários aplicados, em Julho de 2003, aos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*, referidos anteriormente.

Joaquim Fidalgo, enquanto Provedor do Leitor do jornal *Público* (cit. por Luís Paixão Martins), diz que quando um cidadão contacta com a comunicação social percebe “que boa parte das notícias não se tornou notícia por iniciativa do jornalista, mas por iniciativa das fontes de onde emana a informação. Foram estas que marcaram o dia: o ministro que decidiu fazer tal inauguração, o político que programou uma acção de campanha, o empresário que convocou uma conferência de imprensa, o sindicato que organizou uma manifestação, o presidente de câmara que convidou para uma visita às obras, o treinador que se propôs dar a entrevista há muito pedida... E a comunicação social lá ‘decidiu’ ir fazer a cobertura. Ou seja, agendou os acontecimentos, mas, em boa verdade, quem resolveu inscrevê-los na agenda potencial dos *media* daquele dia foram os promotores dos ditos acontecimentos. As tais fontes – cada vez mais organizadas e profissionalizadas. Dedicando-se aos assuntos ‘obrigatórios’, o jornal ficou sem gente para tratar de uma série de iniciativas interessantes, próprias, que tinha em carteira mas que, por ‘condicionalismos de agenda’, adiou mais uma vez” (Martins, 2001: 149).

Na nossa opinião, as estruturas que, em cada município, contactam com a comunicação social deviam pôr a sua profissionalização ao serviço da transparência da informação que é transmitida aos *media*. É certo que quem integra essas estruturas está ao serviço de uma lógica de poder. Mas não seria melhor as próprias câmaras tornarem menos tendenciosa a informação que enviam?

A maior parte dos profissionais do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* concorda, em parte, com o facto de os gabinetes de comunicação das câmaras municipais terem cuidados com a apresentação visual da informação que enviam aos órgãos de comunicação social de âmbito regional, concretamente à imprensa, o que significa que a profissionalização das estruturas de comunicação das câmaras municipais existe e é visível para os jornalistas.

Ao enviar uma informação para a comunicação social, concretamente para a imprensa, muitos municípios dos distritos de Braga e de Viana do Castelo fazem acompanhar essa informação por imagens, o que, em nosso entender, é mais um sinal da profissionalização que caracteriza as estruturas de comunicação dos municípios minhotos. O ‘peso’ da imagem é o motivo invocado para justificar esta atitude.

Uma fotografia é necessária para promover produtos ou serviços e para tornar uma história mais agradável para ser usada, talvez assegurando uma melhor posição na página de um jornal ou de uma revista ou encorajando um editor a fixar um espaço extra para a história (Wragg, 1993: 117).

Partindo da valorização e importância crescentes que caracterizam a imagem e do facto de as novas tecnologias permitirem um envio cada vez mais rápido e perfeito das fotografias, é natural que um município aposte no envio de imagens a acompanhar uma informação escrita.

Mas, na nossa opinião, esta colaboração com a comunicação social exige que os *media* tomem algumas precauções. É que, como adianta, em entrevista, o director do

Diário do Minho, João Aguiar³, o ângulo de uma fotografia transmitida por uma fonte como um município pode valorizar mais o interesse próprio e a imagem de determinado político do que o interesse público e social da notícia em questão.

A realidade constatada a partir de contactos estabelecidos com os municípios minhotos revela-nos que nas câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo existe uma tendência para as funções de contacto com a comunicação social serem exercidas por pessoas que têm alguma proximidade com o presidente da respectiva edilidade. O factor confiança assume um peso importante na contratação das pessoas.

O exercício da actividade de assessor de imprensa representa, geralmente, um convite pessoal dirigido “a profissionais de comunicação social ou de relações públicas. O seu trabalho desenvolve-se em estreita ligação com a pessoa que os convidou. Muitas vezes não estão integrados em estruturas hierarquizadas e o seu vínculo é transitório. Possuem, geralmente, uma ligação pessoal (amizade, afinidade política, etc.) com a pessoa com quem trabalham” (Deschepper, 1992: 27).

Além desta ‘proximidade presidencial’, verificamos que mais de metade das pessoas dos municípios dos distritos de Braga e de Viana do Castelo responsáveis pelo contacto com os *media* teve ou tem um contacto profissional ligado ao exercício do jornalismo. Dentro destes, e não só, há quem tenha formação académica superior ao nível do Jornalismo, Relações Públicas ou Comunicação (Social).

Pensamos que esta realidade denota uma preocupação crescente por parte dos responsáveis das câmaras municipais em ter no sector responsável pela comunicação pessoas que conheçam os contornos do meio jornalístico, de modo a facilitar precisamente o contacto com os *media*.

“Alguns ex-jornalistas acabam por aceder a esta função, o que os torna muito úteis às instituições que servem, pois, ao mudarem de lado no terreno, trazem todo o conhecimento do ofício para o contacto com as organizações noticiosas” (Santos, 1997: 81). Muitos jornalistas passam a exercer funções ao nível das fontes, “quer porque possuem experiência do outro lado da barreira – habituados a um clima de escrita rápida e de resposta imediata a solicitações –, quer porque têm um estímulo monetário maior que como jornalista” (Santos, 2001: 47). Além da experiência profissional e do conhecimento do meio, Eduardo Camilo fala também “na profusa agenda de contactos” (1998: 97) que estes ex-jornalistas têm.

Embora apresentem algumas semelhanças, nomeadamente ao nível da profissionalização do serviço, da estreita relação estabelecida com o presidente de câmara, da ligação, mais ou menos directa, dos seus elementos à actividade jornalística e da formação académica de quem as integra, as estruturas de comunicação das câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo desempenham tarefas diferenciadas. Tendo em consideração as características de cada concelho minhoto e de cada município, é natural que haja diferenças ao nível das tarefas que são realizadas. Os municípios deverão, tendo em conta as suas especificidades, encontrar a melhor solução.

³ À data da realização da entrevista, o director do *Diário do Minho* era João Aguiar, uma situação que entretanto se alterou.

A maior parte dos municípios dos dois distritos minhotos usa a comunicação social para comunicar factos positivos, uma opinião partilhada por responsáveis e jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*.

“O Outono é a estação do ano dos jornalistas; a Primavera a dos Assessores de Imagem (...). Para o pessoal dos *Media*, o céu está quase sempre cinzento e com tendência para piorar. Para o povo da Imagem, o céu está quase sempre ensolarado e só pode mesmo é vir a ficar melhor” (Martins, 2001: 111).

3. O papel das novas tecnologias

Como referimos anteriormente, ultimamente tem-se verificado, por parte das estruturas de comunicação das câmaras municipais, o uso crescente das novas tecnologias, concretamente do correio electrónico.

Para enviar informação para a comunicação social, concretamente para a imprensa regional, as câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo usam sobretudo o fax e o correio electrónico, com uma ligeira superioridade para este último, o que, segundo adianta o director do *Correio do Minho*, Costa Guimarães, em entrevista, pode levar os jornalistas a adoptarem uma postura de facilitismo.

“O e-mail é preferível ao fax, porque pode ser mais facilmente reenviado, respondido, copiado ou arquivado” (Granado e Malheiros, 2001: 53).

Regra geral, os jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* entendem que é mais fácil tratar a informação das edilidades recebida por correio electrónico. O facto de este meio permitir uma maior simplificação do trabalho do jornalista é a principal razão apontada para tal. Ainda assim, há quem alerte para o facto de esta não ser, na maior parte das vezes, a forma mais correcta de tratar a informação.

Na nossa opinião, é positivo o envio de informação das câmaras municipais à comunicação social, concretamente ao *Correio do Minho* e ao *Diário do Minho*, por correio electrónico, pois quando um jornalista quer reproduzir exactamente uma ideia não necessita de reescrever toda a informação. Ainda assim, os profissionais da comunicação social têm de saber que não se podem restringir a uma simples e ligeira transformação de um texto enviado.

O uso de novas tecnologias no âmbito da actividade jornalística não se resume ao correio electrónico. Neste campo, um meio que passou, desde há alguns anos, a integrar a rotina diária de trabalho dos jornalistas é o telemóvel.

Quase todos os municípios dos distritos de Braga e de Viana do Castelo referiram⁴ que é disponibilizado aos jornalistas um contacto de telemóvel – do presidente e/ou dos assessores e/ou dos chefes de gabinete do presidente da câmara –, o que visa facilitar a comunicação com os *media*, essencialmente fora dos horários de expediente e durante os fins-de-semana e feriados. No entanto, há quem reconheça que esta situação tem alguns inconvenientes.

⁴ Os contactos com 23 dos 24 municípios dos dois distritos foram concretizados, presencialmente, entre Setembro de 2002 e Junho de 2003. A outra resposta foi obtida por correio electrónico, em Setembro de 2002.

David Wragg lembra a importância de haver um contacto telefónico fora de horas, porque muitos jornalistas escrevem as suas histórias quando a maior parte da população não está a trabalhar (1993: 165).

Também os directores dos dois jornais diários com sede em Braga entendem que é positivo haver um contacto telefónico sempre disponível.

Quanto aos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*, a esmagadora maioria, mais concretamente 95%⁵, entende que é positivo os presidentes das câmaras municipais e/ou os assessores dos municípios deixarem os contactos de telemóveis sempre disponíveis, o que se justifica com o facto de um número de telemóvel disponível permitir um contacto ou a obtenção de esclarecimentos fora das horas de expediente.

Embora consideremos que haver um contacto telefónico móvel de alguém de uma autarquia sempre disponível é algo positivo, pensamos que os jornalistas têm que saber definir os limites da sua utilização, nomeadamente fora das horas de expediente.

4. A atitude dos jornalistas

Após esta incursão pelos caminhos da profissionalização e pelo papel das novas tecnologias, centramos a nossa atenção na postura que os jornalistas adoptam, ou devem adoptar, perante serviços de comunicação das câmaras municipais cada vez mais eficazes.

A maior parte dos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* defende que, quando um entrevistado que trabalha num município pede para rever uma informação produzida antes de ela ser publicada, os jornalistas da imprensa regional nunca facultam o trabalho entretanto produzido. Esta atitude indiciará, na nossa opinião, uma tendência para não haver submissão dos jornalistas perante a informação veiculada pelos municípios minhotos.

No entanto, 65% dos profissionais dos dois diários bracarenses concordam em parte com a ideia de que os jornalistas tendem a submeter-se à informação enviada pelos gabinetes de comunicação das câmaras municipais, uma afirmação que merece a concordância total de 10% dos jornalistas, a discordância parcial de 15% e a discordância total de 10%⁶.

A maior parte dos jornalistas dos dois jornais assume que, seja às vezes, frequentemente ou sempre, tem uma preocupação especial com o modo como se relaciona com as fontes das câmaras municipais.

A forma mais utilizada pelos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* para desenvolver e manter a confiança dos assessores e dos presidentes das câmaras municipais é o contacto pessoal.

⁵ Os dados baseiam-se nos questionários aplicados, em Julho de 2003, aos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*.

⁶ A informação tem por base os questionários aplicados aos jornalistas dos dois diários com sede em Braga, em Julho de 2003.

No que se refere à protecção das fontes, 35% dos jornalistas dizem que por vezes têm uma preocupação especial com o modo como protegem as fontes das câmaras municipais, enquanto 25% afirmam preocupar-se sempre com essa protecção e 15% assumem que tal acontece frequentemente⁷. Os jornalistas mostram também alguma preocupação em identificar a fonte naqueles textos que são redigidos a partir de informação veiculada pelas câmaras municipais.

No que respeita à confirmação da informação que é apresentada pelas câmaras municipais, os jornalistas dos dois diários com sede em Braga parecem ter uma postura algo passiva, pois a maior parte diz confirmar essa informação apenas às vezes.

Apesar desta realidade, a maioria dos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* procura, quando recebe informação das câmaras municipais, obter novos elementos.

Verificámos também que 60% dos jornalistas dos dois diários com sede em Braga pensam que as câmaras municipais condicionam, às vezes, o trabalho dos jornalistas da imprensa regional. Com 25% surge a opção frequentemente e com 10% a possibilidade nunca⁸.

5. Conclusão

Neste artigo, debruçámo-nos sobre o funcionamento e os objectivos das estruturas através das quais as câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo se relacionam com a comunicação social regional, concretamente com o *Correio do Minho* e o *Diário do Minho*; quisemos compreender o posicionamento dos directores e dos jornalistas dos dois periódicos perante a crescente profissionalização dos organismos camarários ligadas à comunicação.

Globalmente, procurámos perceber até que ponto é que o trabalho das estruturas de comunicação das edilidades, concretamente dos distritos mencionados, condiciona o funcionamento, o conteúdo e a apresentação do produto jornalístico dos dois diários com sede em Braga.

Na sequência da reflexão realizada, verificámos a existência de uma profissionalização dos gabinetes de comunicação das câmaras municipais, que tendem a adoptar estratégias que pretendem ser aguerridas e eficazes.

As estruturas responsáveis pelo sector da comunicação social dos municípios minhotos apresentam, regra geral, um traço comum: a ligação estreita com o respectivo presidente de câmara.

O reconhecimento da importância desta actividade por parte dos municípios é visível nomeadamente na contratação de profissionais com formação académica superior na área da Comunicação (Social) ou das Relações Públicas e de elementos que têm ou tiveram uma ligação profissional ao jornalismo. Uma vez que transporta consigo um

⁷ *Ibidem.*

⁸ *Ibidem.*

maior conhecimento das rotinas e das práticas jornalísticas, essa ligação profissional actual ou anterior levará, por parte das câmaras municipais (do Minho), à adopção de estratégias que vão ao encontro das expectativas dos jornalistas (do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*). Proporcionar aos jornalistas um contacto telefónico móvel sempre disponível, enviar simultaneamente um texto e uma imagem, fazer chegar a informação às redacções através de correio electrónico ou convocar uma conferência de imprensa ou uma inauguração para horas jornalisticamente convidativas são exemplos destas estratégias.

Tendo em consideração que este profissionalismo, concretamente o envio de informação por correio electrónico, pode encerrar alguns indícios de tentativa de controlo, os jornalistas dos dois diários bracarenses não poderão tender para o facilitismo. O caminho a percorrer passará por uma postura que contrarie o ‘jornalismo sentado’, desenvolvido a partir da redacção.

Na sequência da análise realizada, concluímos que o trabalho desenvolvido pelas estruturas comunicacionais das câmaras municipais dos distritos de Braga e de Viana do Castelo condiciona o dia-a-dia, o conteúdo e a apresentação do produto jornalístico por parte do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho*.

Jornalistas e responsáveis dos dois jornais não reagirão da mesma forma quando os municípios minhotos enviam mais ou menos informação e quando a informação chega por fax ou por correio electrónico. A paginação não será igual se a informação de uma edilidade vem ou não acompanhada por fotografia(s).

O maior ou menor conhecimento das rotinas jornalísticas que as estruturas comunicacionais dos municípios tenham também condiciona o dia-a-dia do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* e, conseqüentemente, o seu conteúdo. Exemplificando, podemos referir que uma conferência de imprensa agendada para as 11h00 terá mais probabilidade de ter cobertura mediática do que outra convocada para o final da tarde ou para a noite. Sabendo-o, as pessoas que numa câmara municipal estabelecem o contacto com a comunicação social marcarão a iniciativa para uma hora mediaticamente mais cativante. Os jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* irão fazer a cobertura noticiosa do evento. O seu dia ficou condicionado por esse acontecimento. E a edição seguinte dos dois jornais também.

Outra realidade que influencia o dia-a-dia dos jornalistas do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* e o conteúdo e a apresentação das suas páginas é o telemóvel. Quando uma informação referente a algum assunto de determinada câmara municipal exige, por princípios deontológicos⁹, que se ouça a opinião da edilidade, a existência de um número de telemóvel disponível facilita a obtenção dessa reacção. Se é necessário estabelecer o contacto fora das horas de expediente, essa disponibilização, em nome do rigor da informação, assume ainda mais pertinência. Um dia de trabalho de

⁹ No n.º 1 do Código Deontológico do Jornalista pode ler-se que “o jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso” (Gabinete do Secretário de Estado da Comunicação Social e Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2001: 450).

um jornalista do *Correio do Minho* e do *Diário do Minho* e a edição do dia seguinte destes dois jornais não têm os mesmos contornos quando esse instrumento é disponibilizado aos jornalistas e quando não o é.

Estes e outros exemplos integram a rotina dos profissionais de comunicação social de tal modo que estes nem sempre tomarão consciência dos reflexos que a sua atitude vai ter no produto jornalístico do dia seguinte. Por outro lado, quem folheia um jornal não pensa, certamente, que uma notícia tem maior ou menor dimensão/destaque porque, no dia anterior, um jornalista teve esta ou aquela atitude, comportamento ou contacto.

Enveredando por um ângulo de abordagem entre vários possíveis, o presente artigo procura contribuir para um melhor conhecimento das estruturas comunicacionais dos municípios, nomeadamente ao nível do seu relacionamento com a comunicação social regional. Acreditamos que os passos dados foram ao encontro deste objectivo, mas pensamos que outros estudos sobre o mesmo fenómeno podem, e devem, vir enriquecer a nossa análise. Outros trabalhos sobre esta e outras áreas contíguas podem completá-la e aprofundá-la.

Referências

- Azevedo, M. (2000) *Teses, Relatórios e Trabalhos Escolares: Sugestões para Estruturação da Escrita*, Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Camilo, E. (1998) *Estratégias de Comunicação Municipal – Uma reflexão sobre as modalidades de comunicação nos municípios*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Costa, C. (2004) *O Impacto das Câmaras Municipais na Imprensa Regional – Um olhar sobre os dois jornais diários da cidade de Braga*, Tese de mestrado inédita, Braga: Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais.
- Deschepper, J. (1992) *Saber Comunicar com os Jornalistas da Imprensa, Rádio e Televisão*, Mem Martins: Edições CETOP – Centro de Ensino Técnico e Profissional à Distância. (Original publicado em 1990).
- Gabinete do Secretário de Estado da Comunicação Social e Imprensa Nacional – Casa da Moeda (2001) *Legislação da Comunicação Social (2.ª Edição Revista)*, Lisboa: Autor.
- Granado, A. e Malheiros, J. V. (2001) *Como Falar com Jornalistas sem Ficar à Beira de um Ataque de Nervos – Guia para investigadores e profissionais de comunicação*, Lisboa: Gradiva.
- Martins, L. P. (2001) *Schiu... Está aqui um jornalista – Tretas, meias verdades e completas mentiras acerca da imagem*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Santos, R. (1997) *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*, Coimbra: Minerva.
- Santos, R. (2001) 'O que fazer com os jornalistas?', *Comunicação Empresarial*, 17: 46-48, Lisboa: APCE – Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa.
- Wragg, D. (1993) *Targeting Media Relations – A Step-by-Step Guide to Cost – Effective Public Relations*, London: Kogan Page.