

Hagy Artur Guirruogo

O Papel do Assessor de Imprensa (Caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola)



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

A POLITÉCNICA

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS
(ESGCT)

MAPUTO

2014

Hagy Artur Guirruogo

Papel do Assessor de Imprensa (Caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola)



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA
A POLITÉCNICA
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
(ESGCT)

MAPUTO

2014

Hagy Artur Guirruogo

O Papel do Assessor de Imprensa (caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola)

Trabalho de final do Curso apresentado à Universidade Politécnica, como parte dos requisitos de graduação e de obtenção do grau de licenciatura em Ciências da Comunicação.

Tutor: AbúTajú

Maputo

2014

Parecer do Tutor

Fiz a supervisão do trabalho do formando Hagy Artur Guirruço, cujo tema é o Papel do Assessor de Imprensa (Caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola). Ao longo do trabalho, o Hagy mostrou-se empenhado em aprofundar e aplicar os conhecimentos adquiridos na prática, tendo feito uma investigação usando metodologia que lhe permitiu fazer a recolha de dados para a formulação de conclusões e recomendações. Assim, considero o trabalho em condições de ser apresentado ao júri, para avaliação.

O Supervisor

Abu Taju

Dedicatória

Dedico o presente trabalho de pesquisa em primeiro lugar à Deus todo-poderoso e, em segundo lugar, à toda a minha família. Um especial carinho para minha esposa Danilza da Conceição que sempre me apoiou na realização do trabalho, meus agradecimentos imensuráveis vão para o meu pai Artur Felizardo Guirruço e minha mãe Isabel Lázaro que fizeram de tudo para que pudesse ter educação merecida; aos meus irmãos Maria Esperança, Mônica, Arsénia, Tonecas, Isac, Bília, Isabelinha vai um muito obrigado a todos vocês.

Agradecimentos

Os meus agradecimentos vão para os meus colegas do Curso de Ciências da Comunicação, e em especial: Ricardo Pequenino, Hortênsio Muiuane, João Massinga, Tomás Junior, Victor Chibanga, Dionísio Manhiça e entre outros, para eles vai o meu muito obrigado.

De forma geral, o meu apreço endereço a todos os meus professores da Universidade Politécnica, pelo facto deles terem contribuído de forma significativa na minha formação académica. E, em particular, a minha gratidão é endereçada ao meu tutor Dr. Abu Taju pela sábia orientação e pela disponibilidade prestada durante a realização deste trabalho.

Uma palavra de afecto endereça a minha esposa Danilza e a minha família, meu pai Artur Guirruço e minha mãe Isabel Lázaro pelo amor que me tem proporcionado todo os dias da minha vida, para eles, vai um grande abraço que vem do fundo do meu coração.

Para finalizar, o reconhecimento é endereçado a todos os funcionários do Conselho Municipal da Cidade da Matola, assim como aos jornalistas, pelo facto de constituírem a principal razão deste trabalho.

Resumo

O presente trabalho tem como objectivo analisar o Papel do Assessor de Imprensa no Conselho Municipal da Cidade de Matola, considerando a sua importante na vida da instituição, no seu relacionamento com os públicos internos e externos, evitando assim a incorrecta interpretação das suas realizações. Este é um estudo que partiu da constatação da fraca valorização das Relações Públicas, e pelo facto de os dirigentes do Município não estarem convenientemente assessorados. Para prossecução dos objectivos a que se propôs para esta monografia, recorreu-se à análise qualitativa, documental, e bibliográfica, que consistiu em consultas a boletins informativos, jornais, revistas, livros e teses. Ainda no que concerne a metodologia, recorreu-se à observação directa na qual permitiu que se observasse como tem decorrido o processo de assessoria de imprensa. Igualmente optou-se pelas entrevistas com o Assessor de Imprensa e jornalistas do sector público e privado. Da análise de dados, concluiu-se que a Assessoria de Imprensa no Conselho Municipal da Cidade da Matola tem-se relacionado com todos os órgãos de Comunicação Social, porém apenas os órgãos do sector públicos como: a Televisão de Moçambique, a Rádio Moçambique e o Jornal Notícia, tem tido um tratamento privilegiado, que reside no grau de confiança que estes podem transmitir em defesa dos interesses do Estado. No que diz respeito aos órgão de comunicação do sector privado, concluiu-se que existe uma relação de desconfiança devido o seu carácter sensacionalista ou investigativo, sobretudo quando se trata de reportar assuntos subjacentes a prestação de contas e transparência na gestão do Município. Assim, recomenda-se a criação de política de portas abertas que privilegia os órgãos do sector público, bem como do sector privado em ter acesso às informações junto ao executivo. Considera-se também que é imperioso criar um departamento específico de comunicação para tratar de assuntos relacionados à Assessoria de Imprensa, com uma equipe capacitado, com todo equipamento necessário para um funcionamento eficaz e eficiente do mesmo.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas, Assessoria de Imprensa, Conferência de Imprensa.

Índice

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO	1
1.1 Problema de Estudo	1
1.2 Objectivo do Trabalho	2
1.2.1 Objectivo Geral	2
1.2.1.1 Objectivos Específicos	2
1.3 Justificativa.....	2
1.4 Estrutura do Trabalho	3
CAPÍTULO II: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
2.1 Relações Públicas	4
2.1.1 Funções das Relações Públicas	6
2.1.2 Relações com a Imprensa	7
2.1.3 Relações de Conflito.....	9
2.2. Papel da Assessoria de Imprensa.....	10
2.2.1 As Principais Tarefas da Assessoria de Imprensa	14
2.2.2 Conferência de Imprensa.....	16
2.2.3 Quando a Imprensa não Aparece.....	17
2.3 Visitas Institucionais às Organizações	18
CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE PESQUISA	20
3.1 Pesquisa Bibliográfica	20
3.2 Observação Directa	21
3.3 Pesquisa Documental.....	23
CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	24
4.1 Relacionamento entre o Conselho Municipal da Matola e a Imprensa	24
4.1.2 Assessoria de Imprensa e a Imprensa Pública.....	30
4.1.3 Assessoria de Imprensa e a Imprensa Privada.....	32
4.2 O Relacionamento com Desconfiança.....	35
4.3 O Papel da Assessoria de Imprensa.....	37
4.4 Recursos e Instrumentos Usados Pelo Conselho Municipal	40
4.5 Reuniões Periódicas em Busca de Consenso.....	41
4.6 Acesso a Informação e Políticas de Porta a Berta com a Imprensa.....	42

CAPÍTULO V: CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	47
5.1. CONCLUSÕES	47
5.2. RECOMENDAÇÕES.....	50
6. REFERÊNCIAS	51

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

O presente trabalho do final de curso em Ciências da Comunicação, variante de jornalismo e Relações Públicas, tem como tema o Papel de Assessoria de Imprensa no Conselho Municipal da Matola. Actualmente, o processo de avaliação sistemática da relação entre as organizações e a imprensa tem sido objecto de interesse no que respeita as actividades de Assessoria de Imprensa.

De acordo com Kunsch (2006:111) “os serviços de Assessoria de Imprensa vêm conquistando definitivamente seus espaços na estratégia de comunicação das empresas na luta pela conquista e ampliação do mercado”. Nas grandes empresas ou instituições nota-se uma procura cada vez maior de especialistas em Assessoria de Imprensa, para acompanhar a evolução do trabalho dos dirigentes nos seus mais diversificados cargos, visando estabelecer contactos sistemáticos com a imprensa, com intuito de fazer com que os assessorados façam uma comunicação apropriada e eficaz.

O propósito da investigação é o de desenvolver e testar indicadores qualitativos que possam ser úteis para um quadro de avaliação do desempenho das Assessoria de Imprensa. Na perspectiva de compor um modelo analítico mais amplo de avaliação do relacionamento entre a Imprensa e o Conselho Municipal, junta-se a necessidade de testá-lo junto aos meios de Comunicação Públicos (Televisão de Moçambique e Rádio Moçambique) e Privados (STV, Televisão de Moçambique).

1.1 Problema de Estudo

A pesquisa em torno do Papel do Assessoria de Imprensa, caso do conselho Municipal da Cidadeda Matola, partiu da constatação de ausência de estratégias claras, concisas e eficazes que possam garantir que os Assessores de Imprensa desenvolvam as suas actividades sem sobressalto. A ausência das tais estratégias e acções, fazem com que os dirigentes do Município não estejam convenientemente assessorados. Em torno disso, Kunsch (2006:108) alega que “os chefes apresentam sintomas de insegurança ao ter que passar informações para subordinados e, com isso, perder poder na hierarquia da empresa”. Então, o facto dos dirigentes não estarem convenientemente assessorado tem criado dificuldades do Conselho

Municipal de se relacionar de forma condigno com os diferentes Órgãos de Comunicação Social, e com o seu público no geral. Perante a esta situação colocamos o seguinte questionamento:

Até que ponto os dirigentes do Conselho Municipal são devidamente Assessorados?

1.2 Objectivo do Trabalho

1.2.1 Objectivo Geral

- Analisar o papel do assessor de imprensa dentro das suas actividades com a imprensa.

1.2.1.1 Objectivos Específicos

- Identificar as actividades de Assessoria de Imprensa no Conselho Municipal da Cidade da Matola;
- Analisar a forma como os Assessores de Imprensa fazem a gestão da informação que está na sua posse quando são solicitados pela Imprensa.
- Descrever a percepção que os jornalistas têm em relação ao papel desempenhado pelo Assessor de Imprensa no Conselho Municipal da Cidade da Matola;

1.3 Justificativa

A escolha do tema que versa sobre a Assessoria de Imprensa é de actualidade, visto que o relacionamento entre as organizações e a imprensa tem sido, nos dias de hoje, um dos principais factores que tem contribuído significativamente para qualquer instituição que pretende ter boa imagem diante do seu público.

O tema é de extrema relevância para o autor porque emerge da iniciativa de querer perceber o grau de interesse que o Conselho Municipal da Cidade da Matola tem em querer assessorar de forma condigna os seus dirigentes, bem como assessorar convenientemente tudo que diz respeito a instituição, na área de informação.

Espera-se que este trabalho do fim do curso contribua para melhorar e fortificar o relacionamento entre o município e a imprensa, deixando os cidadãos da Cidade da Matola

cada vez mais informados em relação as decisões mais significativas que interferem nas suas vidas.

1.4 Estrutura do Trabalho

O trabalho está estruturado em cinco capítulos, sendo a parte introdutória correspondente ao primeiro capítulo, onde são apresentados: o tema, problema, objectivos, justificativa, resultados esperados e a pergunta de partida.

Segundo capítulo, está reservado para a fundamentação teórica, dando destaque a apresentação dos principais conceitos associados a Assessoria de Imprensa, com maior ênfase para a função da comunicação nas organizações e o papel das Relações Públicas. Esta fundamentação teórica visa facultar a percepção em torno do tema em estudo, e esclarecer de forma interdisciplinar as várias questões que estão directamente ou indirectamente relacionadas com o mesmo.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia empregue no trabalho, são apresentados os procedimentos metodológicos de recolha e tratamento dos dados da pesquisa. Quarto capítulo apresenta os dados bem como sua a discussão. É neste capítulo onde são confrontados os dados recolhidos na perspectiva de dar resposta a pergunta de partida. Quinto capítulo está especificamente reservado para as conclusões, recomendações e referências bibliográficas.

CAPÍTULO II: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste presente capítulo, faz-se uma discussão em torno dos principais conceitos relacionados com Assessoria de Imprensa (AI), visando suscitar uma maior compreensão do tema em estudo. Igualmente, são apresentadas as discussões sistematizadas no que respeita ao papel da Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, as funções das Relações Públicas e, de forma geral, a relação entre as fontes e os jornalistas¹. Do ponto de vista teórico, as discussões que decorrerem ao longo deste estudo, servirão para a sistematização dos dados recolhidos na pesquisa.

Para o efeito, começa-se por abordar o conceito de Relações Públicas.

2.1 Relações Públicas

Segundo Kunsch (2006:3)

“as relações públicas actuam como técnica especializada de relacionamento, cujo objectivo principal é perceber as realidades da sociedade organização, a obrigatoriedade de seus inter-relacionamentos institucionais e mercadológicos, suas necessidades permanentes de comunicação e seus envolvimentos harmónicos ou controversos com a sociedade”

A sua maior missão consiste em estabelecer estratégias destinadas a criar, manter, e defender as relações de confiança entre as organizações e o seu público. Neste relacionamento expressa-se: valores, crenças e tecnologias organizacionais.

As Relações Públicas estabelecem canais directos de comunicação com todo o tipo de público. É a área que cria, planeja e executa programas de integração interna e externa, em

¹De acordo com a lei nº 18/91 de 10 de Agosto, o jornalista é “ todo o profissional que se dedica à pesquisa, recolha, selecção, elaboração e apresentação pública de acontecimentos sob forma noticiosa, informativa ou opinativa, através dos meios de comunicação social, e para quem esta actividade constitua profissão principal, permanente e remunerada”.

busca de compreensão mútua entre uma organização pública e ou privada, e todos os grupos aos quais está ligado directo ou indirectamente.

Para Mafel (2005:50), as Relações Públicas, a nível interno, “tem por objectivo unificar o discurso dentro de uma organização. Por isso é voltado para o público interno” os gestores dessa área devem ocupar-se em analisar fluxos internos de comunicação”. Na perspectiva de Maria Marcos (1995:35) “A comunicação é um processo factual de tornar comum a mensagem entre os seres humanos. A comunicabilidade é a condição para facultar a interacção e compreensão de sentido, e a própria realidade relacional da interlocução”.

Em outras palavras, as Relações Públicas se constituem num conjunto de actividades que materializam o relacionamento de uma organização com os seus públicos mediante o uso planeado de uma série de instrumento e estratégias comunicacionais.

De acordo com Larousse (1998:4975) *apud* Kunsch (2006:5) “relacionamento é o acto de ou efeito de relacionar-se; capacidade de menor ou maior grau de manter relacionamento, de conviver bem com os seus semelhantes” Numa perspectiva mais generalizada, “relações é o conjunto de vínculos recíprocos entre pessoas que se encontram; ligações de pessoas ou associações oficiais entre grupos ou países. Ainda na perspectiva de Kunsch (2006:6), “relacionamento é o processo de estabelecer e manter relacionamentos de longo prazo mutuamente benéfico entre organizações e seus clientes, empregados e outros grupos de interesse”.

Por conseguinte, Kunch (2006:6) defende que “as Relações Públicas abrem diálogo que ajuda a companhia a construir relacionamentos mais fortes e mais duráveis com os grupos de interesse”. A abertura ao diálogo não significa estar disposto a informar tudo o que acontece na empresa. As informações devem ser dadas no momento mais adequado, variando de caso a caso.

O objectivo do relacionamento com os diferentes públicos consiste em estabelecer o equilíbrio entre a identidade e a imagem de uma organização, evidenciando a imagem

institucional para com a opinião pública. Diante deste relacionamento, o profissional de Relações Públicas não deve recorrer a manipulação para estabelecer a comunicação de uma organização e seus públicos (público interno, público sectorial e público externo), mas deve sim, ser persuasivo tendo em mente a sua função e contribuição para a sociedade. Para o efeito, o profissional de Relações Públicas usará diversos instrumentos e canais de comunicação, entre eles: jornais, revistas, boletins, eventos, seminários, encontros e reuniões.

A discussão dos conceitos sobre Relações Públicas dados por vários autores visa encontrar aquele que mais se adequa à realidade moçambicana e assim servirá de referencial teórico para o tema deste estudo.

2.1.1 Funções das Relações Públicas

As funções das Relações Públicas são fundamentais no processo de Assessoria de Imprensa. De acordo com Andrade (1994:44), as funções de Relações Públicas dedicam-se ao atendimento ao público (informações, sugestões e reclamações), supervisão da correspondência (tradicional e virtual) e do atendimento telefónico, orientação do sistema de comunicação com o público interno, desenvolvimento e revitalização de conteúdos de intranet.

Dentre outras, as Relações Públicas planeiam, executa e avalia as políticas de como as instituições fazem a gestão das informações que se encontram na sua posse, que por sua são solicitadas pelos jornalistas. Na verdade, trata-se de uma gestão que deve ser feita de maneira ética e estratégica com todos os segmentos sociais, dando o suporte para que ela se adapte num ambiente de constante transformação.

No âmbito da divulgação, o Assessoria de Imprensa tem o dever de “preparar o envio de notas, boletins, e notícias a imprensa em geral; a elaboração de artigos assinados por dirigentes e técnicos da organização ou por terceiros ligados a ela (Andrade, 1994:43)”.

A função das Relações Públicas consiste em desenvolver e destacar relacionamento institucional com os públicos estratégicos, identificando oportunidades e necessidade de comunicação da instituição com a sociedade, seja em situações harmónicas ou controversias.

As contribuições deixadas por Andrade (1994) no que diz respeito a função das Relações Públicas são importantes para esta pesquisa, pelo facto de poder fornecer subsídios que permitem compreender como ela tem agido, no que diz respeito a Assessoria de Imprensa, demonstrando as vantagens que ela pode trazer para o Conselho Municipal da Cidade da Matola.

2.1.2 Relações com a Imprensa

Nas grandes empresas ou instituições nota-se uma procura cada vez maior de especialistas em Assessoria de Imprensa para acompanhar a evolução do trabalho dos dirigentes nos seus mais diversos relacionamentos que, por conseguinte, parte de um processo comunicação na qual envolve compromisso e compreensão entre o emissor e receptor. “O relacionamento constitui um elemento essencial da comunicação, estabelece e matem uma relação definida por percepção mútua, favorecendo assim um processo de estabelecimento e manutenção de relação”²

Segundo Andrade (1994:137) “as relações com a imprensa, são dentre as funções de Relações Públicas, as que têm por finalidade adquirir e manter a confiança dos dirigentes e colaboradores dos diversos órgãos de divulgação (jornal, revista, rádio e televisão).” Portanto, a imprensa é vista como um meio de divulgação, bem como um público na qual se deve criar um relacionamento no sentido de tirar mais-valia para a organização, pela utilização racional dos meios de comunicação social.

As relações com a imprensa são mais do que simples questão de publicidade pelo facto desta não somente vincular informações de ordem publicitária, mas, sim, por reflectir assuntos de

² Manuel Ferox, Teoria e Modelos de Comunicação, Ed. Instituto Piaget, Lisboa, 2006

opinião pública que, por seu turno, proporcionam para a organização informações sobre o público.

Na perspectiva de Descheper (1990:23), as relações que as instituições desenvolvem com a imprensa, constituem um dos aspectos mais importante das Relações Públicas. A importância reside no facto das relações poderem dar a conhecer quais são os órgãos de comunicação e melhores canais para informar os públicos que interessam à instituição. A escolha certa dos Órgãos de Comunicação Social, reforça a imagem da instituição e permite uma melhor compreensão dos seus objectivos e das suas actividades.

Entretanto, “somente por intermédio de correctas relações com a imprensa, as empresas podem evitar críticas infundadas ou informações não verídicas que todos os jornalistas estão sujeito a colher nas fontes de informação” (Andrade, 1994; 138)

Uma das formas adequadas para evitar controvérsia, é necessário ser honesto ao relacionar-se com o jornalista. A respeito disso, Andrade (1994) defende que:

“nos contactos com a imprensa, em nenhuma hipótese deverão ser apresentadas informações inexactas, pois somente por meio de sinceridade se pode obter confiança dos homens de imprensa. As demais informações tendenciosas poderão provocar o descrédito, não só da imprensa, como também do próprio órgão de imprensa que veiculou a informação”

Para além de evitar controvérsia assim como arranjar mecanismos de se proteger com as informações tendenciosas, os Assessores de Imprensa, desencadeiam acções com vista a influenciar os textos jornalísticos de acordo com a visão das fontes assessoradas. Daí que, muitas as vezes, os conteúdos jornalistas não começam exactamente nas salas de redacção, mas sim nos departamentos de comunicação da empresa pública ou da Assessoria de Imprensa.

A visão deixada por Descheper (1990) e Andrade (1994), ambos debruçam em volta das relações entre uma organização e a imprensa, procurando demonstrar do ponto de vista

teórico como se desencadeai estas relações. Estes autores sustentam que uma relação eficaz e eficiente pode ocorrer se no contexto do relacionamento houver a sinceridade, a transparência, a utilização racional dos meios de comunicação, bem como a compreensão mútua entre a organização e a imprensa.

2.1.3 Relações de Conflito

Humanamente falando, as relações entre os que lidam com a imprensa e os jornalistas estão, quase sempre, em relações de conflito. Este tipo de relacionamento inadequado tem por vezes provocado sérios ressentimentos em ambas partes. A visão que os directores das instituições têm é de que a imprensa só deseja sensacionalismo e, por seu turno, os jornalistas sempre acham que os serviços das organizações nunca estão a funcionar adequadamente.

De acordo com Andrade (1994:139) os jornalistas muitas das vezes estão cobertos de razão, pelo facto dos homens das empresas darem informações sem valor jornalístico. Este tipo de procedimento parte do pressuposto que, os directores das instituições possuem uma certa desconfiança em relação ao trabalho da imprensa. Para todo efeito, é necessário adquirir e manter confiança do jornalista em relação a instituição, e isto pode ser conseguido por meio de contactos permanentes, amistosos e leiais.

Uma das formas para minimizar a desconfiança mútua, embora o tempo disponível dos profissionais de imprensa esteja cada vez mais escasso, pode ser feita mediante ao envio de convites para a participação de coquetéise almoços ou para visitar a organização.

Ainda para reduzir a desconfiança entre a fonte e o jornalista, os profissionais de Relações Públicas devem preparar os dirigentes para os quais trabalham com vista a conquistar o respeito dos jornalistas. Para isto, deve-se ter consciência de que o jornalista pode estar equipado de informações sobre o negócio da empresa. Então, é necessário que o dirigente entrevistado evite mentir ao jornalista. De acordo com Andrade (1994:141) a boa relação com a imprensa não resulta da amizade de homens de Relações Públicas e directores de empresas com redactores, repórter ou radialista, mas é antes a prontidão, a veracidade, a concisão, o interesse das notícias e o material editorial fornecido à imprensa.

Em caso de acidentes, greves ou crises, as relações com a imprensa devem ser indispensáveis, o Assessor de Imprensa não deve esconder nada dos jornalistas; ao contrário, toda a informação, todas as facilidades deverão ser concedidas aos jornalistas, evitando que os repórteres colhem informações inexactas. Ainda na luz do raciocínio do autor acima referenciado, a políticas de porta aberta, nessas circunstâncias, representam a melhor solução.

Por um lado, a visão teórica apresentada no que tange a relação de conflito, para este trabalho, constitui uma mais-valia na medida que se reflecte em torno das causas que fazem com que o Conselho Municipal e a imprensa tenham uma relação de conflito. Por outro, permiti avaliar até que ponto o Conselho Municipal tem agudizado o conflito com a imprensa pelo facto de ceder informações sem valor jornalístico.

2.2. Papel da Assessoria de Imprensa

Segundo a FENAJ (2007) a Assessoria de Imprensa emerge em 1906 pelo jornalista americano Ivy Lee que renunciou a actividade de jornalismo³ para estabelecer o primeiro escritório de assessoria de comunicação para conceder assistência ao mais impopular homem de negócios dos Estados Unidos chamado John Rockefeller, que era acusado de movimentar luta sem quartel às pequenas e médias empresas.

Diante desta situação, o serviço que Ivy Lee prestaria para reverter o cenário era de conseguir que Rockefeller passasse a ser admirado positivamente pela opinião pública, criando uma mudança de imagem. Para tal mudança, o jornalista passou a comunicar com transparência e rapidez sobre todos os negócios que envolviam Rockefeller. Este conseguiu mudar a imagem do empresário mediante ao envio de informações frequentes à imprensa.

³ Segundo Nuno Crato (1992:87) “a actividade Jornalística é, habitualmente, definida como a transformação do acontecimento em notícia, ou seja, como a actividade do jornalista para a apresentação de um noticiário sobre os acontecimentos da actualidade. (...) Ela não se limita em produzir os acontecimentos, na exacta forma em que eles se desenrolam, mas é obrigado a observar, a escolher, a omitir, a destacar, a dar corpo às informações e ideias que transmite, então o jornalista é necessariamente influenciado pela sua visão dos factos”.

A forma como a Rockefeller reverteu o cenário ao ponto de ser admirado publicamente, pode-se partir da ideia de que o Conselho Municipal da Cidade da Matola, representado pelo próprio presidente, possa se espelhar nesse paradigma para melhorar a sua relação com a imprensa, com vista a recuperar a imagem negativa que ela goza no âmbito da Comunicação Social.

Em outros contextos, segundo Descheper (1990:27), a expressão Assessoria de Imprensa é usado nos gabinetes das identidades oficiais do Estado (Presidente da República, Primeiro Ministro, Membros do Governo, e presidentes de Cameras Municipais). Trata-se, em geral, de convites pessoais dirigidas à profissionais de comunicação social ou de Relações Públicas”. Para que a assessoria possa salvaguardar os interesses dos dirigentes, os Assessores de Imprensa devem estar presentes nas reuniões ou encontros da hierarquia mais elevada da organização, onde se traçam estratégias e se formulam planos e decisões importantes da organização.

Para além do que foi apresentado, pode-se entender que a Assessoria de Imprensa é o serviço prestado às instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas para os veículos de comunicação em geral tais como jornais, diários, revistas semanais, revistas mensais, revistas especializadas, emissoras de rádio, agências de notícias, *sites* e portais de notícias. Para além de enviar informações jornalísticas, a Assessoria de Imprensa controla o fluxo da informação que é veiculado pela *media* sobre o assessorado. Este controlo é feito pelo adido de imprensa ou Assessor de Imprensa, que é a pessoa ou as pessoas no seio da instituição que se encarregam de efectuar contactos com a Comunicação Social.

Para Andrade (1994:54) “a natureza do Assessor de Imprensa é de aconselhamento e de assistência, por força do conhecimento especializado que ele possua em determinado assunto” Sendo assim, no desempenho das suas actividades, o assessor não tem autoridade de comando, ele nunca dá ordem, mas sim aconselha em função de assessoria.

Para que a administração tire o máximo proveito dos conselhos do assessor em Relações Públicas não deve haver inibições nem tabu. A directoria deve confiar no assessor de Relações Públicas com finalidade de permitir que ela haja em toda empresa sem nenhuma barreira. Essa confiança deve ser conquistada, pela seriedade, competências e profissionalismo, demonstrados pelo assessor.

Com base os estudos de Andrade (1994:59), o assessor de Relações Públicas somente deve aconselhar à vista dos factos, que precisam ser claramente definidos e devidamente seleccionados. A falta de dados confiáveis ou de interpretação duvidosa, o profissional de Relações Públicas poderá sugerir que novas investigações sejam realizadas em busca de evidência da questão levantada.

Segundo Rocha citado por Andrade (1994:147) a finalidade de uma “Assessoria de Imprensa é de facilitar a vida dos jornalistas que procuram a empresa e facilitar o encaminhamento de informações da empresa para os jornalistas” ou do Estado para a imprensa. Este relacionalmente deve estar baseado na lealdade. Segundo Camargo citado por Andrade (1994:147), “a lealdade, do lado do governo, significa fornecer para a imprensa todas as notícias disponíveis, não falsear a verdade em momento algum, não omitir nada que possa ser divulgado.

Por vezes, a imprensa comete erros ao publicar um artigo sobre a empresa, os pequenos enganos que não comprometem a imagem da instituição pode-se deixar do lado. Para casos em que o erro cria consequências desfavoráveis para a organização, então deve-se chamar atenção do jornalista responsável pelo erro, embora que muitas instituições noticiosas detestam rectificar notícias já divulgadas. Ao abrigo do artigo 28 da lei nº 18/91 de 10 de Agosto “os Jornalistas estão sujeitos a rectificar informações falsas ou inexactas que tenham sido publicadas”

Ainda na perspectiva de Mafel (2005:26) “o bom assessor é aquele que estabelece e executa práticas que levam à veiculação de informação correctas” Actualmente, é muito comum deparar com instituições que não fazem o uso integral das técnicas de Relações Públicas no

seu relacionamento com a imprensa. O desconhecimento destas práticas comunicacionais tem feito com que muitos dirigentes diante dos jornalistas tendem a mentir, negar e distorcer informação para imprensa.

Na visão de Kunch (2006:108), “as atitudes negativas de omitir, negar, retardar, distorcer ou fragmentar informações que poderiam ser dadas pelo inteiro atravancam o processo de comunicação das empresas e prejudicam o seu desenvolvimento”. Este dado por si só confirma que este tipo de procedimento que retarda ou impede que a instituição goze de uma imagem positiva e credível diante do seu público, quer interno ou externo. Por isso, as instituições que pretendem ter uma boa imagem diante do seu público-alvo devem ter um bom relacionamento com os jornalistas.

Sob ponto de vista de formulação teórica, abordagem que aqui se propõe traduz que um bom relacionamento com o jornalista abre a oportunidade para que o assessorado tenha mais confiança no trabalho. O jornalista, por sua vez, poderá recorrer a essa fonte com muita mais facilidade, para pedir opiniões sobre o assunto em pauta na ocasião.

No dizer de João Correio (2009:119), “O papel da Assessoria de Imprensa será tanto o de falar de temas de carácter institucional, fortalecendo a plataforma de conceito que o público e os consumidores têm da empresa e dos seus produtos, quanto o de complementar os esforços da propaganda, levando informações que os anúncios não puderam dizer”. Para que este função seja bem sucedida, “os Assessores de Imprensa ajustam-se à velocidade das necessidades desses fluxos de informação imprensa ou difundido”⁴

Paralelamente as ideias acima defendidas por diferentes autores, demonstram que a importância da assessoria traz resultados positivos, sobretudo, para as organizações como o caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola, que pretende melhorar a sua imagem perante os profissionais de comunicação Social, cuja intenção é de sedimentar uma relação eficaz e eficiente, dado que esta constitui um dos seus principais objectivos.

⁴Rogério Santos (1997:36)

2.2.1 As Principais Tarefas da Assessoria de Imprensa

De acordo com Descheper (1990: 28-31) as principais tarefas do Assessor de Imprensa consistem em estabelecer e manter contactos com os Órgãos de Comunicação Social, com o objectivo de:

- Promover junto da opinião pública uma imagem favorável da instituição;
- Criar um clima de simpatia, compreensão e colaboração mútua;
- Corresponder as necessidades de informação da Comunicação Social;
- Satisfazer o direito do público à informação, fornecendo lhes através da Comunicação Social todas as notícias referentes à instituição que sejam susceptíveis de lhe interessar;
- Informar a instituição de tudo que a Comunicação Social diz a seu respeito e sobre as matérias do seu sector de actividade;
- Vasculhar diariamente os Órgãos de Comunicação Social e produzir uma revista de imprensa;
- Conservar arquivo e analisar os recortes de imprensa;
- Avaliar as necessidades de informação do público que possam ser satisfeitas pela instituição;
- Propor objectivos a ser incluídos na política de comunicação da instituição, estabelecendo um programa de acção para os atingir;
- Manter uma acção constante de pesquisa, recolha e selecção de informação sobre a instituição, sua organização e actividades que se julgue de interesse para a divulgação na comunicação social;
- Estabelecer e manter actualizado os ficheiros de imprensa;

- Estudar as necessidades e os gostos específicos de cada Órgão de Comunicação Social;
- Estudar a audiência dos diversos Órgãos de Comunicação Social e a atitude que eles mantêm face a instituição e a concorrência;
- Acompanhar as actividades de informação de instituições similares ou concorrentes;
- Alimentar e manter o contacto permanente e estabelecer laços de confiança com os jornalistas;
- Satisfazer os seus pedidos de informação, documentação, fotografia, visitas, entrevistas, etc.;
- Organizar a divulgação da informação, recorrendo as diferentes técnicas de comunicação com os Órgãos de Comunicação;
- Seleccionar os canais de difusão mais adequados em função das mensagens e dos públicos a atingir (jornais, agências rádios, televisão);
- Assegurar a redacção de todos os textos destinada a Comunicação Social;
- Assegurar a preparação de toda a documentação de acompanhamento (dossier, fotos-fichas, planos, croquis, amostras, etc;)
- Assegurar a difusão de textos e documentos;
- Aconselhar e assessorar os dirigentes da instituição nos seus contactos com a Comunicação Social, informando-os sobre a condição do trabalho e as características dos jornalistas.

Convidados

- Seleccionar órgão de Comunicação Social e os jornalistas especializados, em função do assunto da conferência de imprensa.
- Colocar todos os *médias* em pé de igualdade, qualquer que seja a sua tiragem.

- Não esquecer a rádio e televisão.
- Não esquecer a imprensa especializada e os correspondentes locais de grandes jornais.
- Não esquecer os fotógrafos de jornais e agências fotográficas;
- Não esquecer os correspondentes estrangeiros, de imprensa, rádio e televisão.

Os pontos acima apresentados são importantes para o presente estudo pelo facto de poderem demonstrar as diferentes formas como se deve manter o contacto com a imprensa. A respeito disso, Descheper (1990) acaba focalizando muito dos pontos que fazem menção desde a marcação da conferência de imprensa, local, data, a forma de abordar até no que diz respeito ao término da conferência de imprensa. O domínio dos itens acima apresentados tem um importante contributo para a pesquisa, pelo facto de poder oferecer subsídios que possam ser como modelo para avaliar o Conselho Municipal no âmbito da Assessoria de Imprensa.

2.2.2 Conferência de Imprensa

Antes de se decidir convocar uma conferência de imprensa torna-se necessário tomar-se em consideração a respeito da mensagem que se pretende transmitir e saber quais são os públicos que devem ser informados.

Descheper (1990:90) “A conferência de imprensa deve ser reservada para acontecimentos importantes que justifiquem que os jornalistas interroguem os responsáveis ao mais alto nível”. Por um lado, o facto do dirigente máximo presidir a conferência de imprensa para os jornalistas, de certa forma, transmite a sensação de poder dar informações mais objectivas e verdadeiras. Por outro, também transmite a sensação de estar em altura de responder as questões dos jornalistas.

Para a realização da conferência de imprensa, é necessário escolher uma hora favorável, evitando se possível o período desfavorável. A hora e a data tem que ser marcada depois de verificar se a instituição concorrente tenha marcado para o mesmo dia algum evento similar.

Esta é uma questão que os Assessores de Imprensa devem tomar em consideração como forma de evitar possíveis coincidências.

De acordo com Descheper (1990:92) para evitar coincidência de evento, o Assessor de Imprensa deve ligar a um jornalista conhecido para saber se há ou não outras manifestações que pode provavelmente interferir no evento que se pretende realizar. Alusivo a coincidência de eventos, por vezes, em Moçambique, não é aconselhável efectuar um evento que coincide com o dia e a hora que se realiza o Conselho de Ministro, pois a atenção da maioria dos Órgãos de Comunicação Social estão virados para este evento que, por conseguinte, pode comprometer o evento da instituição.

Este é um facto que vem despertar os técnicos de Relações Públicas no que diz respeito a marcação de locais e datas para as realizações de conferência de imprensa. Por este motivo, esta é uma análise que vai merecer uma maior atenção neste trabalho, de modo analisar se o Conselho Municipal da Cidade da Matola quando realizam as suas conferências tem tomado em conta estes aspectos.

2.2.3 Quando a Imprensa não Aparece

Para quem trabalha com a *media*, é comum convocar uma conferência de imprensa e não ter a presença dos Órgãos de Comunicação Social desejados. Caso ocorra baixo comparecimento da imprensa ao evento, os Assessores de Imprensa ligam directamente para as chefias de redacção e dispendo seu assessorado para entrevista por telefone.

Ainda, por causa do não comparecimento da *media* na conferencia de imprensa, Mafel (2005:91) defende que uma forma de inserção do assessorado na imprensa pode ser feita mediante a produção de artigos enviando para as editoras de opinião de grandes veículos de comunicação, levando a assinatura de um importante porta-voz da organização. A Veiculação do artigo indica que esse porta-voz está credenciado para dar importante contribuição à discussão de determinado assunto de interesse público, relacionado a actividade.

Ainda neste contexto, Mafel (2005:91) afirma que, nem sempre o executivo tem tempo e paciência para pesquisar sobre o tema, tecer uma argumentação e então redigir um artigo. O próprio assessor pode oferecer-se para produzir o próprio texto, uma vez que domina suficientemente o assunto. Entretanto, os artigos são uma boa forma de inserir em determinadas discussões porque facultam o espaço bem mais amplo para pontuar argumentos, rebater críticas e apresentar factos novos.

A ausência de cobertura da imprensa nos inventos das instituições por vezes deriva da ausência de um relacionamento harmonioso entre as duas instituições. Do ponto de vista das Relações Públicas, a forma correcta para lidar e superar este tipo de constrangimento, o autor acima referenciado afirma que, deve-se agendar almoços e encontros informais com imprensa mesmo que não tenha assunto a divulgar. Encontros dessa natureza é importante para o assessorado, porque consegue estreitar relações com a imprensa, bem como ajuda a rever determinadas fontes que há muito tempo não se mantinham em contacto. Neste sentido, pode-se considerar que os tais encontros podem constituir um instrumento que pode unificar a relação entre o Conselho Municipal e a Imprensa.

2.3 Visitas Institucionais às Organizações

É comum as redacções receberem visitas de políticos, empresários, académicos, consultores, economistas, intelectuais, artistas, e de várias outras personalidades de carácter institucional. Essa ocasião ocorre em duas circunstâncias: como forma de reforçar a comunicação de factos relevantes de grande interesse público ou ainda na perspectiva de relacionamento, quando ambas as partes têm interesse em estabelecer ou estreitar vínculos anteriores.

Segundo Mafel (2005:92) para que o assessorado tenha uma brilhante intervenção, “ a Assessoria de Imprensa deve negociar previamente o motivo das visitas, deixando claro se o assessorado está disponível para entrevistas oficiais ou se o encontro deve ser considerado apenas como uma iniciativa de relacionamento”.

Na visão do autor acima referenciado, jornalistas já se aperceberam que “que alguns assessores e fontes costumam arrepiar-se inteiramente com um simples pedido de informação, em

que o movimento é inverso” quando um jornalista bate à porta, é hora de atendê-lo com o devido cuidado para que seu assessorado não fique exposto indevidamente. Para este tipo de caso, Mafel (2005:94) defende que, antes de falar com a imprensa, o assessorado precisa de saber porque os jornalistas querem as informações, se o assessorado for alvo de alguma acusação, deve saber exactamente do que se trata e de onde partiu, para que possa fazer a sua defesa.

O entrevistado deve saber quais os assuntos de maior relevância para a imprensa naquele momento. Este tipo de procedimento é a forma mais indicada para que o entrevistado possa contextualizar as informações fornecidas.

Diante deste cenário, Mafel (2005:94) vai mais longe quando diz que, o assessorado deve ter conhecimento prévio sobre as características do veículo que será recebido para a entrevista. Deve saber sobre o repórter com que falará. Deve saber o grau de familiaridade do repórter com o caso. Neste tipo de situação, deve-se tomar em consideração que a imprensa busca sempre a objectividade, verdade com clareza, lógica e precisão.

A lição que se pode tirar neste processo de relacionamento com a imprensa em casos de visitas dos jornalistas as instituições em busca de informação é que o assessorado, segundo Mafel (2005:99) “deve ter conhecimento, saber como funciona a estrutura das grandes redacções, como se situam os reportes, os profissionais com que você terá mais contacto”.

No que diz respeito às visitas institucionais, é algo que não somente deve-se ser analisado do ponto de vista teórico, mas sim também é algo que deve ser cultivado e praticadas por empresas tais como o Conselho Municipal, pelo facto de ser uma das condições que possa melhorar o cenário de desconfiança mútua entre o Conselho Municipal e a imprensa.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE PESQUISA

Para a realização de um trabalho científico é necessário que se opte por um determinado método. Segundo Luiz de Oliveira (2001:57), “ o método é uma forma de pensar para se chegar à natureza de um determinado problema, quer seja para estudá-lo, quer seja para explicá-lo.” Enquanto para Richardson (1999:70) o método é visto como uma escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenómenos. Existem dois grandes métodos que são quantitativos e qualitativos. Para todo efeito, o estudo em análise baseou-se no método qualitativo.

Segundo Richardson (1999) a abordagem qualitativa de um problema justifica-se, sobre tudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenómeno social. O tipo de método que se propõe neste trabalho, permite perceber como é estabelecido o relacionamento entre o Município e a imprensa.

Para a produção do relatório recorreu-se a pesquisa bibliográfica, observação directa, entrevistas não estruturadas.

3.1 Pesquisa Bibliográfica

Segundo Gil (2008:44) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado como: livros, dicionários, enciclopédia, jornais, revistas, boletins, folhetos, teses. Neste contexto, para a elaboração do trabalho do fim do curso, teve que se recorrer a pesquisa bibliográfica. Consultou-se documentos que retratam da História e das actividades desempenhadas pelo Conselho Municipal da Cidade de Maputo. Entretanto, este método de pesquisa constitui uma mais-valia pelo facto de permitir uma cobertura de forma mais ampla do fenómeno, dando complementaridade aos outros métodos empregues neste trabalho. Com base a este tipo de pesquisa, o investigador teve que acompanhar peças televisivas, artigos de jornais que debruçam sobre assuntos relacionados com o Conselho Municipal da Cidade de Maputo, e também acompanhar as entrevistas dadas pelos porta-vozes desta instituição para avaliar o nível assessoria no acto de interacção com a *media*.

3.2 Observação Directa

Em Ciências Sociais, a observação directa tem constituído um imperativo para vários pesquisadores que pretendem compreender e interpretar os fenómenos resultantes da interacção comunicacional entre as fontes e a *media*. Este tipo de observação prende-se pela presença do investigador no local de pesquisa como forma de assegurar uma melhor compreensão do fenómeno em análise. Segundo Bgdan e Biklen (1994:48) os investigadores qualitativos frequentam os locais de estudo porque se preocupa com o contexto. Para caso desta natureza, os investigadores qualitativos assumem que o comportamento humano é significativamente influenciado pelo contexto em que ocorre. Este constitui o motivo pela qual o investigador, sempre que possível, desloca-se ao local de estudo.

Do ponto de vista aqui sustentado, vê-se logo que o investigador qualitativo ao distanciar do contexto, perde de vista o significado do objecto de análise. Para que isso não aconteça, o pesquisador deslocou-se para o campo de pesquisa num período de três meses, condicionando a recolha e a selecção dos dados no Conselho Municipal da Cidade da Matola. Após esta fase, fez-se as transcrições das anotações e a interpretação dos dados. Nas transcrições o pesquisador não se limitou em fazer o registo das palavras dos entrevistados, mais o que eles pretendiam dizer diante das suas atitudes implícitas.

Através da pesquisa qualitativa baseada na observação directa que permitiu a percepção do objecto de estudo e, por conseguinte, assegurou que o investigador analisasse a rotina das actividades comunicacionais no Conselho Municipal da Cidade de Maputo. Neste procedimento metodológico, fez com que o investigador avaliasse o tratamento desencadeado entre a instituição e a *media*.

Por isso, pode-se dizer que foi através deste contacto directo que foi possível efectuar as entrevistas aos entrevistados, quer para os funcionários, quer para os jornalistas. Para além dos outros benefícios já apresentados, importa assinalar que, a observação directa possibilita que o investigador possa colectar dados baseando em entrevistas. Segundo Richardson (1999:207) “A entrevista é uma técnica importante que permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas. É um modo de comunicação no qual determinada informação

é transmitida de uma pessoa A para uma pessoa B, em que o entrevistador com um conjunto de questões preestabelecidas, leva o outro a responder as tais perguntas. Ainda na visão de Richardson (1999:208) a entrevista não estruturada é aquela que “em vez de responder à pergunta por meio de diversas alternativas pré-formuladas visa obter do entrevistado o que ele considera os aspectos mais relevantes de determinado problema”. A escolha deste tipo de entrevista, é pelo facto de permitir ao entrevistado a liberdade de abordar o assunto de forma que ele quiser.

Para a presente pesquisa fizeram parte dos entrevistados: jornalistas; chefes de redacção, funcionários do Conselho Municipal da Cidade de Maputo que directo ou indirectamente estão ligados ao sector de comunicação. A observação, por seu turno, ocorreu mediante o acompanhamento das actividades rotineiras, isto é o dia-a-dia do relacionamento entre o Conselho Municipal da Cidade de Maputo e a *média*. Neste âmbito foi possível observar, a nível interno, a entidade que tem-se responsabilizado no processo de Assessoria de Imprensa, as formas e os modelos de relacionamento existente entre o Conselho Municipal e a imprensa. Igualmente, permitiu avaliar os recursos humanos e matérias empregues para o desenvolvimento da Assessoria de Imprensa.

Por conseguinte, a pôs a colecta participante, o pesquisador centrou-se em seleccionar as informações que se julgaram pertinente para o presente trabalho, sobre tudo para tentar compreender se efectivamente o Conselho Municipal da Cidade de Maputo está a saber interagir com os meios de Comunicação Social.

Em suma, o trabalho de campo baseou-se essencialmente na observação directa como um instrumento metodológico mais prático para estudar, verificar e sistematizar o desenrolar das actividades, bem como o pulsar do comportamento que se tem dado aos profissionais de Comunicação Social, isto é, como são marcadas as conferências de imprensa, as entrevista, quem são os responsáveis por estas marcações, assim como observar se existe ou não um cancelamento de forma oficial, em caso em que a entrevista é adiada.

Ainda nesse contexto, é importante fazer menção que as entrevistas, como um dos instrumentos de recolha de dados a nível do conselho Municipal, foram dirigidas para os funcionários que lidam directa ou indirectamente com o sector de comunicação.

Para o aprofundamento e solidificação da pesquisa recorreremos como metodologia complementar à análise documental.

3.3 Pesquisa Documental

Para a realização deste trabalho, também foi com base à técnica de pesquisa documental, que consiste na recolha de dados a partir de documentos não sistematizados. Na visão de Gil (2008:45) a pesquisa documental de certa forma assemelha-se a pesquisa bibliográfica. Em torno deste tipo de pesquisa, o importante é que a pesquisa vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objectos da pesquisa. Os documentos encontram-se localizados em arquivos da empresa. Neste contexto, o investigador apreciou os comunicados de imprensa, e também apreciou alguns artigos de jornais recortados que relatam assuntos que estão correlacionados com o Conselho Municipal.

CAPÍTULO IV: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a apresentação dos procedimentos metodológico, referentes a recolha e tratamento dos dados que permitiram a elaboração da pesquisa. O presente capítulo vai procurar dar resposta a pergunta de partida que deu origem a esta pesquisa, que consiste em analisar *qual é o Papel do Assessor de Imprensa (caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola*. Para o efeito, o trabalho reflecte as evidências de como a Assessoria de Imprensa do Conselho Municipal da Cidade da Matola tem sabido relacionar-se com a imprensa.

Sendo assim, a pesquisa está muito centrada para o gabinete do presidente do Conselho Municipal, visto que é o sector responsável para a divulgação dos conteúdos institucionais para o público interna e externa. Por ser o sector que decide quais os conteúdos que devem ser difundidos. Igualmente, por ser um sector que adapta e contextualiza os conteúdos de acordo com o público interno e externo.⁵

4.1 Relacionamento entre o Conselho Municipal da Matola e a Imprensa

Em 1994, Moçambique tornou-se um país democrático, permitindo que os jornalistas gozassem da liberdade de imprensa. A democracia veio criar meios para que se desenvolvesse políticas de prestação de conta em que os governados passam também a fazer parte da vida política, exigindo explicações e justificações no que respeita ao processo de Governação.

Esta questão de prestação de conta, tem desconfortado a muitos dirigentes quando são solicitados para prestar informações aos jornalistas. Este desconforto ou medo acontece, sobretudo, quando são solicitados a responderem à imprensa em torno de assuntos que diz respeito à contas mal paradas, e ainda nos problemas de incumprimento do plano de governação.⁶

⁵ Segundo Mugabe, 2012.

⁶ Osvaldo Caetano, apresentador do programa de Dança e Instrumentos Moçambicanos da Televisão de Moçambique, Entrevistado 12 de Janeiro de 2012.

O que leva os dirigentes a temerem os pedidos de entrevistas deve-se ao facto de haver no Conselho Municipal da Cidade da Matola problemas relacionados com: conflito sobre terras, vias de acesso, e o problema de criminalidade que tende a aumentar devido a falta de esquadras e efectivos policiais nos novos bairros em expansão, como o caso de Mussumbuluco, entre outros. Daí que se tem verificado que o Conselho Municipal não tem sabido responder cabalmente aos problemas que têm afectado os seus munícipes. E, por vezes, por falta de respostas convincentes, criam-se barreiras que impedem que os jornalistas tenham acesso a informação.

Em torno das barreiras que acabamos de referenciar, Ricardo Pequenino (2010), no seu trabalho do fim de curso, cujo tema é “o papel do Assessor de Imprensa: Caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola”, considera que “os sindicatos dos Jornalistas têm discutido com vista a superar as barreiras que se tem encarado no dia-a-dia dos jornalistas, para se inteirar de determinados assuntos”, porque, aliás, o artigo 29 da linha d) da lei nº 18/91 diz que “aos jornalistas, no exercício das suas actividades, serão facultados o acesso às fontes de informação”. Sendo assim, os jornalistas ainda se queixam de dificuldades de terem acesso as tais fontes.

A respeito disso, Mugabe⁷, o assessor de imprensa do Presidente do Conselho Municipal da Cidade da Matola, considera que “é frequente marcar-se entrevista com um jornalista numa determinada hora e não acontecer no momento acordado, ou acontecer mais tarde devido a agenda de trabalho do presidente”.⁸

O facto da entrevista não acontecer, é prova de que o Presidente do Conselho Municipal não tem trabalhado em consonância com o Assessor de Imprensa, o que faz com que as entrevistas sejam adiadas sem um aviso prévio. Com base neste pressuposto, pode-se avançar que o adiamento sem nenhum aviso prévio constitui um dos factores que provam que a Assessoria

⁷Entrevista efectuada em Janeiro de 2012, Assessor de Imprensa do Conselho Municipal da Cidade da Matola.

de Imprensa ainda está longe de ser entendida como uma ferramenta das Relações Públicas, visto que os assessores do Presidente do Conselho Municipal não têm sabido responder convenientemente as necessidades dos jornalistas quando solicitados, e principalmente no caso em que a entrevista é adiada, não tem informado a imprensa sobre o sucedido, e muito menos não tem dado informações sobre uma possível entrevista.

Neste contexto, Ricardo Pequenino, Jornalista da Televisão de Moçambique (2010:48), assevera que a demora, assim como a não fixação de uma data para disponibilização de informação, muita das vezes, é propositado com vista a desviar a atenção da imprensa e do público.

Perante este comportamento, Kunch (2006) e Andrade (1994) defendem que esta não é a via adequada para contornar a imprensa, quando pretende averiguar sobre um determinado caso. Pelo contrário, este tipo de atitude só vem agravar a situação do relacionamento entre a instituição e imprensa, fazendo com que a informação seja divulgada sem que se tenha ouvido a outra parte, o que tem causado problemas entre o Município e a imprensa.

Tem sido constrangedor fazer notícia sem que sejam ouvidos as partes envolvidas na matéria em que o jornalista pretende elaborar. Produzir informações noticiosas sem ouvir as tais partes, tem feito com que alguns dirigentes, por causa da insatisfação a notícia vinculada, recorrem aos tribunais para processar os Órgãos de Comunicação Social, acusando a instituição de cometer crime de difamação e calúnia.

Face a este tipo de situação, Mugabe, que é o Assessor de Imprensa do Conselho Municipal, afirma que o Município antes de recorrer as instâncias para repor a veracidade dos factos, previamente interage com os actores dos textos, “apenas uma única vez é que fez um desmentido, remetendo o pedido de resposta ao Conselho Superior de Comunicação Social⁹. Esse pedido foi efectuado a luz do Artigo 33 da lei de imprensa na qual defende que

⁹De acordo com o artigo 35 da lei de imprensa ” o Conselho Superior de Comunicação Social é o órgão através do qual o Estado garante a independência dos órgãos de informação, a liberdade de imprensa e o direito a informação, bem como o exercício dos direitos de antena e de resposta”

“toda a pessoa singular ou colectiva ou organismo público que se considera lesado pela publicação, transmissão radiodifundida ou televisiva, de referencias inverídicas ou erróneas susceptíveis de afectar a integridade moral e o bom nome do cidadão ou da instituição, tem o direito a resposta”

O pedido de resposta que aqui é referido estava associada a uma reportagem feita pelo Canal de Moçambique, que alegava que “a estrada de Congolote tinha sido interrompida devido ao desvio de fundos. O referido pedido foi feito com conhecimento do Conselho Superior de Comunicação Social.¹⁰ Neste âmbito, o Assessor de Imprensa do Conselho Municipal afiançou que “em situações similares, tem pautado pelo diálogo com os jornalistas, pois esta via tem sido ideal para manter o relacionamento com o jornalista.

Devida esta postura sensacionalista, Mugabe afirma que “o Conselho Municipal viveu uma situação caótica no seu relacionamento com o Canal de Moçambique, por ter divulgado no seu jornal uma notícia que não correspondia a verdade.

Em situação em que o caso tem terminado em julgamento, pelo facto da entidade jornalista recusar a fazer o desmentido, os jornalistas foram unânimes em afirmar que, dentre várias situações, poucas vezes é que costumam ganhar, mesmo com elementos juridicamente aceites para isentar da acusação. Então, têm saído derrotados nos tribunais. Há percepção nos jornalistas de que este órgão privilegia o Estado e o Partido Frelimo, e particularmente, quando se trata de uma figura pública. Em torno disso, Salomão Moyana¹¹ (2008) considera que

“os jornalistas devem ter a consciência de que o sistema judicial, muita das vezes, sente-se pressionado em satisfazer o poder político, pelo que tenta fazer valer algumas cláusulas das várias leis existentes no país em prejuízo desta classe, portanto, a dos jornalistas”.

¹⁰ Mugabe (2012)

¹¹ Citado por Ricardo Pequenino (2010:66).

Os estudos demonstram que o facto de os dirigentes evitarem os jornalistas, deve-se principalmente quando se sabe que o jornalista está bem informado sobre o assunto na qual ele pretende desenvolver.

O conhecimento dos factos sobre os quais os jornalistas pretendem debruçar, por vezes, advém das denúncias em forma de anonimatos, feitas pelos funcionários internos em torno de certas irregularidades cometidas. Estas informações são obtidas através de existência de fuga de informação que, por conseguinte, representa um grande perigo para a imagem da instituição.

Na visão do Milton Machel ¹²a imprensa para receber estas denúncias deve-se ao facto deste jornalista como, por exemplo, do Zambeze e do Magazine Independente, colocarem na ficha técnica os seus números de celular privados como meios de contacto oficiais como quem diz: estou disponível 24 sobre 24 horas, a notícia é o "pão nosso de cada dia".

Tanto Salomão Moyana como Ricardo Pequenino, demonstram que o executivo do Conselho Municipal tem negado aos convites efectuados pela imprensa para participar em debates públicos, ou para entrevistas de assuntos polémicos. Em casos de despejos e reassentamento das populações, em situações desumanas, de acordo com Manuel Matusse,¹³“os porta-vozes assim como o Presidente, geralmente, não têm aparecido para aferirem alguns esclarecimentos em torno dos despejos”. Neste âmbito, os profissionais de Comunicação Social são da opinião que o Conselho Municipal, tem contactado a imprensa quando se trata precisamente de coberturas noticiosas inerentes a eventos de responsabilidade social, para testemunhar a recepção de uma visita ou de alguma ajuda, bem como quando se trata de assinatura de um memorando de entendimento ou eventos de inauguração.

A Assessoria de Imprensa no Conselho Municipal, é mais aplicado como um instrumento para criar conferência de imprensa e divulgar alguns boletins informativos sobre a missão e visão

¹² Milton Machel Jornalista.

¹³Entrevistado em 2 de Abril de 2012, Município da Matola.

da Instituição, invés de gerir informações, crises, especulações. No entanto, reconhece-se que esta instituição necessita de trabalhar para gerir o fluxo de problemas e acusações que são levantadas pelos jornalistas e pelos munícipes. Igualmente, o Conselho Municipal deve reconhecer as Relações Públicas como um instrumento de mediação que pode aconselhar os dirigentes a saber relacionar e a cooperar com a imprensa, invés de pautarem pelo sistema autoritário em que os dirigentes não aceitam serem aconselhados.

Para demonstrar a fragilidade existente no Conselho Municipal da Cidade da Matola, Novunga, Mosse e Valero citado por Bernadino Bilério (2011:27) sustentam que no “Conselho Municipal da Cidade da Matola existe uma fraca partilha de informação e de prestação de conta que somente circula nas instâncias superiores, o que tem criado descontentamento a nível interno e externo, visto que as suas práticas são autoritárias”. O descontentamento reside na forma como está a ser conduzida a agenda de governação municipal, devido a falta de estrutura institucionais quer da administração do Conselho Municipal, quer do papel da Assembleia Municipal para a prossecução das acções de auscultação pública ou mesmo de prestação de contas aos munícipes.

Também, os estudos revelam que há necessidade do departamento de Relações Públicas empenhar-se para reverter a sua relação com imprensa, e na melhoria das suas competências comunicacionais, com pretensão de melhorar a sua interacção com as partes interessadas que são: os munícipes, a sociedade civil, a imprensa e o próprio público interno, através de um sistema de comunicação mais abrangente e eficaz.

As constatações dadas pelos nossos entrevistados neste trabalho ganham a sua importância pelo facto de responderem aquilo que é um dos objectivos deste trabalho que é verificar o posicionamento do Conselho Municipal perante a *media*. É daí que foi possível constatar que o Conselho Municipal da Cidade da Matola, tem colaborado com a imprensa quando necessita de dar um informe, lançar uma campanha ou divulgar algo do seu interesse. O seu relacionamento tende por vezes a agravar em circunstância em que os dirigentes não concedem entrevistas de casos polémicos como: criminalidade, usurpação de terra, assim como em assuntos mal parados. Em forma de resposta no que diz respeito aos objectivos da

pesquisa, demonstra que a falta de comparência em entrevistas dessa natureza só vem provar que os dirigentes do Conselho Municipal ainda não estão devidamente assessorado ou não aceitam o papel de Assessoria da Imprensa.

4.1.2 Assessoria de Imprensa e a Imprensa Pública

A interacção entre os jornalistas e as fontes de informação geralmente se desenvolve num quadro ambivalente de confiança e desconfiança, que muitas das vezes se ultrapassam posições diferentes, através de um processo de negociação entre ambos. Segundo Pequenino (2011:58), o tratamento do jornalista dependa do seu comportamento, da conduta, se é boa ou má. Geralmente, o tipo de conduta é que tem determinado o tratamento desigual. É importante dizer que toda maneira de ser de estar, de questionar e, sobre tudo, de divulgar, interfere no relacionamento entre a imprensa e a fonte.

Para o Assessor de Imprensa do Conselho Municipal, “o tratamento igual ou desigual depende, sobremaneira, do nível de confiança que a instituição tem atribuído ao tipo de imprensa”. Na visão de Ricardo Pequenino (2010:57) “As fontes oficiais de informação para conceder entrevistas a jornalistas pode remeter-nos a uma análise sob ponto de vista de confiança ou desconfiança no relacionamento entre jornalista e as fontes de informação”. Este tipo de distinção é que dita o grau do relacionamento existente entre a fonte e a imprensa.

De forma geral, Mugabe assevera que o Conselho Municipal tem “relacionamento com todos os órgãos de Comunicação Social, em que os Órgãos de Comunicação Social Públicas são os mais privilegiados. A diferença no tratamento dos Órgãos de Comunicação Social está na forma de recolher e de construir a própria notícia”.¹⁴ Segundo Azevedo *apud* Pequenino (2010:49), o que conduz para um relacionamento inseguro com o órgão privado “pode residir no facto de as privadas se guiarem, algumas vezes, por um espírito sensacionalista”.

As evidências deixadas pelo porta-voz do Conselho Municipal é de que, a sua instituição tem alguma aproximação com a Rádio Moçambique, esta também rubricou um memorando de

¹⁴Entrevista com Mugabe

entendimento com o Instituto de Comunicação Social a nível da província de Maputo para divulgar aquilo que é a missão e a visão do Município em lugares, onde a Televisão de Moçambique não consegue chegar. Esta constitui uma das estratégias encontradas pelo Conselho Municipal para alargar o seu relacionamento com a imprensa, dado que as instituições privadas pouco se interessam com notícias dessa natureza.¹⁵

O relacionamento entre a imprensa e o Conselho Municipal não tem sido mau e nem muito bom, devido ao nível de exigência de prestação de conta em torno do seu sistema de governação. Diante destas exigências, os estudos indicam que o Conselho Municipal tem tido mais relações com a imprensa estatal, porque vinculam informações relacionados com o município, cujos temas, por vezes, abordam informações inerente a: inauguração de uma infra-estrutura, conferência de imprensa, lançamento de uma campanha, comemoração de uma data festiva, invés de aparecer na perspectiva de responder um dado problema que tem afligido os munícipes da Matola. Nesta ordem de ideia, o Assessor de Imprensa do Conselho Municipal deixa bem claro que, a TVM e a Rádio Moçambique tem sido os órgãos de Comunicação privilegiados para difundir ou reforçar a postura do Conselho Municipal, pelo facto destas, sobretudo defenderem os interesses do Estado.

Esta forma de fazer jornalismo veio ser sustentada pelo Milton Machel¹⁶ quando refere que “ultimamente os Órgãos de Comunicação do sector público tem vindo a desencadear um jornalismo sentado, em que se fica nos gabinetes e só saem para efectuar conferências de imprensa” das instituições do Estado com propósito de reproduzirem o eco ideológico que, em última análise, serve para encobrir um determinado facto que goza de valor notícia.

Na tentativa de responder a relação que o conselho Municipal tem desencadeado com a imprensa, que também constitui um dos pontos importantes desta pesquisa, pode-se avançar que o seu relacionamento não se assenta precisamente na qualidade da notícia produzida ou pelo nível de audiência que o meio de Comunicação Social possa ter, mas sim, cinge-se

¹⁵Ibdem.

¹⁶ Depoimento do nosso entrevistado Milton Machel

sobretudo pelo grau de confiança que estes podem transmitir através de construção e contextualização da notícia em defesa do interesse do Estado. Assim sendo, esta constatação torna-se importante para este trabalho na medida que prova que este constitui um dos factores que tem contribuído para o enfraquecimento da relação.

4.1.3 Assessoria de Imprensa e a Imprensa Privada

A função principal deste subcapítulo cinge, exactamente em apresentar algumas evidências que configuram a descrição de como os Assessores de Imprensa tem se relacionamento para com a imprensa privada, de modo a conduzir-nos para uma reflexão mais racionalizada. Porém, antes de tocar no ponto central da análise, pretende-se contextualizar, começando por referir que a imprensa privada surge no âmbito da nova Constituição de Moçambique, aprovada em 1990, que no artigo 74 preconiza a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa, assim como a liberdade do povo à informação. A liberdade de imprensa foi publicada pela primeira vez no Moçambique independente na Lei de imprensa (Lei n.º 18/91). Esta aprovação veio revolucionar na forma de fazer notícia em Moçambique, e no próprio relacionamento entre a imprensa e as instituições do Estado, pois antes desta aprovação, a imprensa, em relação aos órgãos de Estado, estabelecia uma relação de submissão, em que as informações produzidas estavam sujeitas a censura.

Em 1994, com a instalação do sistema democrático, e com a nova constituição, veio condicionar o surgimento de Órgãos de Comunicação Social de carácter privado e, sobre tudo, o aumento de liberdade de informação, em que a imprensa deixou de jogar o papel de obediência descomprometida com a verdade, e passou a ter espaço para emitir opinião na forma como os líderes conduziam o destino do País. Neste contexto, não somente a imprensa é que tinha o privilégio, mas também a sociedade civil passou a ter um espaço de diálogo com as instituições do Estado através dos meios de Comunicação social.

No âmbito de surgimento de Órgãos privados de Comunicação e a nova forma independente de produzir a notícia condicionada pela nova lei de imprensa, para Mugabe, “o Conselho Municipal da Cidade da Matola, na medida do possível, tem procurado responder as preocupações dos Órgãos de Comunicação Social respeitando as suas linhas editoriais,

mesmo sabendo que tem produzido notícias que divergem com os princípios da instituição”. Todavia existem Órgãos de Comunicação Social que estão muito próximo da filosofia de produzir o relacionamento do Conselho Municipal com a imprensa de carácter privado. Porém existem outros que têm a sua forma de fazer o jornalismo que não se adequa aos princípios do Município.

A inadequação dos Órgãos de Comunicação Social do sector privado, na perspectiva do Conselho Municipal, tem haver na forma como estes informam ao cidadão. Para Cornu (1994:75), tal informação funda-se em informar ao cidadão, para que este seja capaz de formar a sua própria opinião, esta missão não pode ser cumprida sem liberdade, porque a liberdade é a condição de uma informação verdadeira e de uma informação justa.

Segundo Alvarito de Carvalho¹⁷ (2012), os Órgãos de Comunicação Social que tem a notícia como a verdade, têm sido vistos como ameaça para o Conselho Municipal, devido as denúncias de actos de corrupção e abusos de poder, que tem levado as vezes esta instituição a não se pronunciar diante da *media*.

O “Canalmoz¹⁸ considera que “as denúncias estão associadas a casos de venda de terrenos alheios, cujos principais acusados são algumas figuras proeminentes do Município da Matola, incluindo o próprio presidente Arão Nhancale, o chefe do Posto Administrativo de Infulene, Secretario do Bairro, José Perís Nhanualingo e o chefe de habitação do bairro Intaka, Herculano Adamo:”

Em virtude dos cidadãos usufruírem dos seus direitos cívicos de dialogar com Estado através dos meios de Comunicação Social denunciaram que:

“O cidadão Rabati Fuledi, chefe do quarteirão 24, no bairro de Intaka, Matola, foi detido e torturado pela Polícia, após ter concedido uma entrevista ao jornal Canalmoz onde

¹⁷ Jornalista do Jornal Magazine Independente, entrevistado no mês de Julho de 2012.

¹⁸ Jornal Canalmoz-cidadao-detido-e-torturado-pela-prm-por-denunciar-venda-de-terra.<http://www.canalmoz.co.mz/hoje/22973>.

denunciava envolvimento de altas figuras do Conselho Municipal da Matola na venda de terrenos naquele bairro. (...) O caso inclui a venda de um cemitério familiar, cujas sepulturas estão a ser retidas para dar lugar a construção de residências”¹⁹

O jornal Canalmoz reportou que a polícia tê-lo-á ameaçado para não mais continuar a denunciar assuntos do bairro aos jornalistas, sem antes ter sido autorizado pelo secretário do bairro. No depoimento o entrevistado, disse o seguinte: “eu não tenho porquê pedir autorização para conceder entrevista aos jornalistas, até porque não sou subordinado do secretário do bairro.”²⁰

É de tamanha importância realçar que esta forma de fazer o jornalismo resulta do processo de privatização da *media* que veio permitir que ela estivesse fora da influência política, fazendo com que os jornalistas deixassem de escreverem em função dos políticos, mas sim em função do público. A privatização da *media*, trouxe para o jornalismo moçambicano as alterações nas formas e no estilo de tratamento e apresentação da informação, e também a entrada de novos actores na produção de informação como publicitários, bem como a introdução generalizada de novas tecnologias de informação que fizeram surgir jornais electrónicos revitalizaram a forma de produção da notícia.

Devido ao ambiente de desconfiança, quase todos os jornalistas entrevistados, foram unânimes em afirmar que o Assessor de Imprensa do Conselho Municipal da Cidade da Matola tem recorrido mais aos órgãos do sector privado quando se trata de inauguração de um projecto, acções de responsabilidade social, devido ao reconhecimento da relevância que os órgãos privados têm em torno de audiência. Todavia quando se trata de pronunciamento sobre um dado problema, Carvalho²¹ afirma que estes mesmos assessores, então, dirigem-se mais aos órgãos do sector público, pelo facto destes órgãos serem dependentes do Estado, fazendo

¹⁹Canal Moz, 10 de Julho de 2012, consultados as 13:15 h

²⁰Canalmoz.co.-cidadao-detido-e-torturado-pela-prm-por-denunciar-venda-de-terramz <http://www.hoje/22973.html>

²¹Jornalista do Jornal Independente

com que o jornalista, sintá-se impedido de ter uma visão crítica, mesmo que a verdade seja do domínio público.

A este respeito, Milton Machel²² diz que os Órgãos de Comunicação do sector privado pretendem produzir um jornalismo investigativo, que procura trazer a verdade como notícia, na qual o questionamento é o caminho para busca da verdade, é como uma “lupa” para distinguir o que é realmente um facto noticioso.

A relevância desta discussão para este trabalho reside no facto de haver evidências que dão conta que os Órgão de Comunicação Social de carácter privado tendem muito deles a apostarem por um verdadeiro jornalismo, cuja notícia é criada na base dos critérios da notícia, isto é, um jornalismo comprometido com a verdade, a precisão e a transparência. A partir desta visão, a pesquisa tentou provar que a imprensa moçambicana de carácter privada não foge desse paradigma, pelo contrário, tem feito tudo para trazer notícia como verdade para os seus leitores e telespectadores. Este é um facto que tem feito com que o Conselho Municipal não tem tido muitas das vezes um bom relacionamento, ao ponto de não estabelecer um relacionamento de porta aberta para imprensa privada.

4.2 O Relacionamento com Desconfiança

O clima de desconfiança entre a fonte e a imprensa tendem a aumentar, desencadeando um relacionamento, que vários teóricos de comunicação designaram de amor e ódio, em que as fontes reconhecem a relevância que os órgãos privados de comunicação pelo poder de alcance ao público destinatário, e ao mesmo tempo medo do seu carácter crítico, o que tem levado as instituições do sector público a distanciarem-se. Na perspectiva de Mugabe, tal distanciamento resulta de um crescimento acentuado de agências noticiosas de carácter sensacionalista que optam pelo exagero no processo de construção da notícia. Entretanto, a postura sensacionalista tem sido um dos factores que conduzem ao relacionamento negativo.

²² Milton Machel, Jornalista.

Embora este não seja o caso do Conselho Municipal, por vezes os órgãos de comunicação Social sensacionalistas, segundo Pequenino (2010:61) recorrem as técnicas de edição de peças informativas, por exemplo em televisão, que permitem inserção da voz em “off” do jornalista para narrar a história ao invés do entrevistado na primeira pessoa. Nesta substituição do entrevistado pelo jornalista, em caso de omissão ou deturpação do conteúdo, a mensagem pode ter efeitos negativos para o entrevistado, provocando, muita das vezes, o afastamento ou o fechamento da fonte.

De forma a garantir uma melhor abertura das fontes em ceder informações sem receio que possam ser deturpados, torna-se indispensável a criação de um código de conduta de carácter nacional, em que exija a carteira profissional do jornalista como um instrumento revelador de formação jornalista, que confirma o domínio dos princípios comunicacionais como o código de conduta.

Pode-se entender que as vezes a imprensa, principalmente privada, tem pecado por divulgar a notícia sem antes ouvir a parte em questão para averiguar o facto, pondo em causa o bom nome da instituição e das pessoas da instituição. Se assim for, estarão criados os pressupostos para desconfiar e discriminar os jornalistas. Segundo Ricardo Pequenino (2010:57) um dos motivos da discriminação pode estar associado ao facto de as fontes oficiais de Informações, se terem confrontado por duas ou mais vezes, com situações em que os jornalistas colocam erradamente a informação prestada. Face a essas posturas desleais, as Fontes Oficiais de Informação tornam relutantes em fornecer informação.

Nas últimas décadas, os teóricos de Relações Públicas como a Margarida Kunch (2003), vem mostrando, que a tentativa de se estabelecer um relacionamento de confiança entre as instituições do Estado e os meios privados de comunicação social está longe de se concretizar, já que estes Órgãos de Comunicação Social estão cada vez mais exigentes em busca de aprovação de leis que possa legitimar para a prática do jornalismo de investigação. A tentativa da aprovação das tais leis surge da necessidade de protegerem os jornalistas “no

relacionamento com os poderes políticos e económicos de modo que possam fazer valer os seus direitos de acesso à informação e garantir a liberdade de imprensa”.²³

Para o trabalho em análise, sempre foi importante avaliar como se tem estabelecido esta relação de desconfiança entre os meios de comunicação privado e as instituições de Estado, porque são nestas relações onde coexistente a relação de amor e medo, em que os Órgãos de Comunicação reconhecem o impacto das notícias difundidas nos Órgãos Privados de Comunicação Social. O tal reconhecimento radica-se no facto da notícia para além de favorecer, ela pode desfavorecer. Análises desta natureza constituem um suporte para que seja compreendido as razões pela qual tem existido este tipo de desconfiança.

4.3 O Papel da Assessoria de Imprensa

Neste subcapítulo, pretende-se reflectir em volta de como o Conselho Municipal tem se posicionado estrategicamente para informar, explicar e justificar as suas decisões e acções perante os munícipes no âmbito da governação. Devido a um grande fluxo de informação que fluía no município, criou-se um departamento para lidar com a imprensa, visto que o município passou a ter necessidade de se relacionar com a imprensa.

Para gerir o fluxo de informação que respeita o Conselho Municipal, Mugabe disse o seguinte:

“o assessor de comunicação, participa na qualidade de convidado permanente às sessões do Conselho Municipal, bem como em todas tomadas de decisões, mesmo que não tenha o poder de voto, para poder coordenar, produzir e divulgar informações inerentes as decisões tomadas e aprovadas”.

Entretanto, pode-se dizer que o Conselho Municipal sempre esteve ciente da importância do departamento de Relações Públicas. É por este motivo que se cria este departamento para dar o devido tratamento ao fluxo de informação inerente à instituição.

²³Domingo, nº 1391, 14/09/2008, p.9

Conforme se discutiu no Capítulo II deste trabalho, é função da Assessoria da Imprensa, garantir uma melhor abertura das fontes em ceder informações sem receio de que possam ser deturpadas. Por isso uma das principais tarefas da Assessoria de Imprensa é promover junto da opinião pública uma imagem favorável da instituição. Quanto a isso, a Assessoria de Imprensa tem desempenhado um papel de relevo que pauta pela construção de relacionamento entre as organizações e a imprensa, através do tratamento e de divulgação de informações com vista a elevar a imagem institucional. Quanto a tarefa de criar um clima de simpatia, compreensão e colaboração mútua, para o efeito, o departamento responsável pela Assessoria de Imprensa, tem agido de forma estratégica, assegurando a interligação entre os jornalistas com o presidente, vereadores e chefes do posto Administrativo. A interligação é feita mediante algumas parcerias com a *media* para ajudar na divulgação de algumas actividades do Município.

É no decorrer destas parcerias, que o Município apoiou a criação do jornal *Arena Juvenil*, que é um jornal gratuito no qual os Matolenses têm o privilégio de apresentar as suas preocupações através do jornal, criado por um grupo de jovem denominada associada para o benefício da Matola. Posteriormente lançou-se a revista trimestral gratuita que objectiva divulgar tudo o que acontece ao nível do município assim como divulgar a missão e visão da Instituição.

As actividades acima se enquadram na tarefa da Assessoria de Imprensa, de satisfazer o direito do público à informação, fornecendo-lhes, através da comunicação social, todas as notícias referentes à instituição que sejam susceptíveis de lhe interessar;

De acordo com Bernadino Bilério (2012:46), o jornal é distribuído nos pontos estratégicos tais como: instituições públicas (escolas, hospitais e outras), terminais dos transportes semi-colectivos de passageiros entre outros locais. Por outro lado, estes meios acabam tendo um impacto reduzido devido a existência de um número significativo da população que não sabe ler.

Ainda no âmbito da parceria com a *media*, o Conselho Municipal estabelece uma boa relação com a Rádio Moçambique através da emissor provincial, com a qual celebrou um memorando de entendimento para divulgar a sensibilização do imposto pessoal autárquico, imposto predial autárquico e imposto autárquico de veículo, que são divulgado nas língua locais²⁴. Para tal, é importante aclarar que para se produzir um efeito mais acentuado, a linguagem usada para difundir deve ser perceptível, uma linguagem de fácil entendimento.

No âmbito da parceria existente com a Rádio Moçambique e o Conselho Municipal a instituição aproveitou-se do programa *Matolinha*, difundido na Rádio Cidade, que era feito e criado por jovens da Matola, como Palmerinho Chongo e Edmundo Galiza-Mato Júnior, para retratar os assuntos da Matola, com vista a ampliar aquilo que é a visão e a missão da Matola e, sobre tudo, aumentar canais para assegurar a interação entre a imprensa e o Município, na qual os municípios podem participar na governação da Matola através destes programas.

Mugabe Considera que, do ponto de vista estratégico,

“o Conselho Municipal optou em apresentar o seu programa quinquenal, para em conjunto ser analisado junto aos editores, jornalistas, para colocarem questões que, por conseguinte, tem sido respondido pelo presidente”. Os tais encontros, que são realizados duas vezes em cada semestre, constitui para o município uma oportunidade do executivo explicarem os desafios e, em ultima análise, para mensurar o pulsar dos jornalistas, para eles também colocarem as suas contribuições e preocupações para governação municipal”.

Para o presente estudo se constatou que a informação circula, apenas no gabinete do Presidente do Conselho Municipal, o qual nomeou um responsável para falar em nome do município, contudo a nível interno, os trabalhadores pouco sabem das novas decisões e muito menos são informados sobre assuntos problematizados, acabando ter informação através dos Órgãos de Comunicação Social que, de certa forma, constitui uma surpresa para eles.

²⁴Segundo o nosso Entrevistado Mungwambe, Assessor do Presidente do Conselho Municipal da Cidade da Matola.

Mugabe (2012) é apologista de que a actividade rotineira do departamento de imprensa é de efectuar os recortes de jornais para poder informar com evidências ou para reportar aos superiores alusivo aos itens contidos nas notícias que directa ou indirectamente afecta ao município. Para Rogério Santos (1997:88), os recortes que são retirados dos jornais diariamente ou semanalmente constituem uma actividade de importância crescente na análise do seu trabalho. Ainda os assessores efectuam uma análise de conteúdo dos mesmos, onde são avaliados e classificados positivos ou negativos de acordo com a notícia vinculada.

No decorrer da pesquisa, constatou-se que o município não possui equipamentos suficientes para monitorar a informação. Somente baseia-se em recortes dos jornais noticiosos e revistas que reportam sobre o município, mais ainda não estão equipados de meios necessários para gravar as notícias televisivas.

Embora houvesse alguns esforços para melhorar o funcionamento das Relações Públicas, mesmo assim, devido a fraca circulação da notícia a nível interno, a falta de meios só vem demonstrar que o conselho Municipal ainda está longe de sanar o seu relacionamento quer a nível interno, quer a nível externo.

4.4 Recursos e Instrumentos Usados Pelo Conselho Municipal

No âmbito das Relações Públicas, as instituições recorrem aos diferentes meios de que dispõem para manter o diálogo com a imprensa. Para um bom funcionamento da Assessoria de Imprensa é necessário que haja meios materiais e humanos para tal.

De acordo com a pesquisa no terreno, o investigador constatou a existência de uma equipa especializada muito reduzida para o sector de comunicação, o que tem dificultado de certo modo o andamento do trabalho e a cobertura de diferentes assuntos e problema com as quais a instituição se defronta.

Mugabe revela que, “o sector devia ter cinco elementos em vez de três; devia ter por exemplo uma ou duas viaturas dedicadas ao sector; devia ter uma máquina de filmar. Para o seu bom desempenho, a instituição não tem um gabinete próprio para o seu funcionamento”.

A falta de recursos materiais e humanos ainda são factores que entram a profissionalização desta área, bem como o relacionamento deficitário e ineficiente quer com a imprensa, quer como os munícipes. Todo esse entravamento advém da falta de meios necessários para monitorar com eficácia as informações que dizem respeito ao município.

Pode-se afirmar que a limitação humana, tendo em conta a dimensão da Município que está com cerca de 800 mil habitantes, tem sido um dos factores que contribui para o fraco relacionamento entre o município e o conselho Municipal, visto que esta dificuldade deve-se ultrapassar pela colocação de profissionais de Relações Públicas distribuídos nos sectores dos postos administrativo. Para realçar, Mugabe considera que “o sector não tem conseguido acompanhar e gerir toda informação nos quarenta e dois bairros, para saber o que acontece em cada posto municipal. Estando lá, o sector de comunicação poderia estar à altura de responder às perguntas dos munícipes e da imprensa”.

Por outro lado o sector de comunicação não tem sequer um rádio ou televisão que possa possibilitar escutar ou assistir noticiários, o que revela que a comunicação para esta instituição ainda faz parte do último plano. No nosso ver, a falta destas ferramentas de comunicação, revelam-nos que é um sector sem nenhuma capacidade de influência ou de acção sobre qualquer assunto, o que ainda vem demonstrar que o sector encontra-se marginalizado com uma comunicação deficitária no processo de troca de informação de uma vereação para outra.

4.5 Reuniões Periódicas em Busca de Consenso

Face aos desafios para estabelecer melhorias no relacionamento entre o Conselho Municipal e os munícipes, devido a vários problemas que ao longo deste trabalho foram mencionados, este órgão implementou um conjunto de estratégias e acções com vista a estabelecer e melhorar as relações entre o município e os seus diferentes públicos, através de implementação de canais de comunicação, para com os munícipes e com a imprensa.

Os estudos de Bernadino Bilério (2011) constataram que o Município realiza aquelas reuniões para fazer face a severas críticas que indicam a inexistência de transparência e de prestação de conta. Para o efeito, o Município implementou um sistema de contacto permanente através de

reuniões que podiam ser promovidas pelo Presidente do Conselho Municipal, pelos chefes de Posto e secretários dos bairros e chefes de quarteirões. Estas reuniões de divulgação, auscultação de problemas, cujo propósito visa procurarem em conjunto as soluções e prestar contas semanais do seu desempenho.

Na visão de Bernadino Bilério (2012:47), esta estrutura mostra-se deficitária no seu funcionamento, porque os chefes de quarteirões só convidam algumas pessoas por eles escolhidas para participarem nas reuniões. Sobre o ponto de vista de análise, a tal escolha, sobretudo, visa excluir aos indivíduos que podem criticar as acções dos governantes.

Relativamente a este respeito, um dos munícipes teceu os seguintes comentários:

*“Nós queremos participar nestes encontros para sabermos quais são os programas que o município tem para o nosso bairro mas ninguém nos informa. O chefe de quarteirão só fica em casa dele, o secretário do bairro também não se preocupam em saber o que esta acontecer neste bairro. Eu para estar nesta reunião é porque fui avisado por um vizinho que me disse vamos a reunião, ele também soube ontem às 22 horas que hoje havia reunião aqui no círculo”.*²⁵

Do ponto de vista das relações públicas, se realmente o conselho Municipal pretende ganhar a simpatia dos seus munícipes, não deve ficar alheia aos problemas existentes e muito menos implementar uma política de exclusão, mas sim uma política de inclusão com abertura para clarificar as preocupações dos munícipes assim como da imprensa. A falta de abertura condiciona a oportunidade para conquistar a simpatia e a confiança da massa crítica. Igualmente, a participação da massa crítica constitui uma oportunidade para transformar os problemas em soluções, em vez de oculta-las.

4.6 Acesso a Informação e Políticas de Porta a Berta com a Imprensa

Em qualquer contexto, o acesso a informação nos sistemas de governação Local, como no caso do Conselho Municipal da Cidade da Matola, constitui um pressuposto que garante uma

²⁵ ManuelMatusse, entrevistado no dia 2 de Abril de 2012

participação racional e consciente, possibilitando que cada indivíduo ou associações possam se organizar e intervir defendendo os seus legítimos direitos junto ao Município. Neste caso, a imprensa joga um papel fundamental fazendo da notícia um espelho da realidade sócia levando aos cidadãos, cujas informações tenham impacto na vida dos matolenses.

O direito de informar e ser informado, é algo que se encontra plasmado na constituição de 1990, sendo transformado em 2004 num dos direitos fundamentais. O cumprimento desta lei constitui um dos principais passo para o exercício da cidadania e da construção do Estado, através de livre circulação de ideias, acesso a informação a respeito das contas públicas, como forma de promover a transparência e a boa Governação.

As Relações Públicas, vem demonstrando que uma das formas de garantir eficácia na construção de um relacionamento, entre uma organização e a imprensa, é a implementação de políticas de portas abertas para com a imprensa no sentido de fortalecer as suas relações. Para efeito, “o Conselho Municipal através do gabinete de comunicação, divulgou em quase todos os Órgãos de Comunicação Social as listas dos contactos quer do presidente, assim como dos vereadores, para que estes combinassem os encontros directamente com os jornalistas”²⁶, com intuito de melhorar a relação com a imprensa. Neste contexto, Mugabe afirma que:

“o sector de Relações Públicas coordena com os vereadores ou o presidente, no sentido de orientá-los na perspectiva de falar-se em nome do conselho Municipal da cidade da Matola. Em casos que achamos que ele não tem o domínio do assunto, nós recomendamos para que o nosso assessor possa dar voz em nome do Conselho Municipal desde o momento que tenho o domínio dos assuntos”.

Com a existência de vários Órgãos de Comunicação Social, em que cada um tem a sua linha editorial, torna-se necessário que os Assessores de Imprensa do Conselho Municipal da Cidade da Matola saibam identificar e escolher os Órgãos de Comunicação adequados para difundir informação que dizem respeito ao Município.

²⁶Mugabe Entrevistado em 2012

O real motivo que tem levado o Conselho Municipal a ser conotado como uma instituição que não possui políticas de porta aberta, em muitos casos, não se deve propriamente pelo facto deste não se pronunciar aos jornalistas, mas sim na morosidade em satisfazer as solicitações dos jornalistas. O insucesso no contacto com as fontes, tem feito com que os jornalistas voltem para a redacção sem matéria para a produção das notícias.

É na ordem destes acontecimentos que Tony Guitarra (2012), jornalista da Rádio Zambeze FM, disse, por ocasião alusiva a data de liberdade de imprensa, que a relação com o governo não é boa, porque muitos dos que estão nos cargos públicos não têm bons modos de lidar com a imprensa, pelo facto destes pensarem que são donos de tudo, mas esquecem-se que estão nos cargos a receberem o erário público e que este mesmo público precisa de saber como foi gasto o seu dinheiro.²⁷

Segundo Cornu (1994:59) esquece-se que “a liberdade de informação é um espaço necessário à verdade. (...) Para que o público tenha uma informação factual é necessário que se garanta a independência do jornalista e a dignidade reconhecida à sua profissão, na qual a liberdade da informação configura a liberdade de comentário e da crítica.

A este respeito, os fazedores de notícia advogam que com a existência de um instrumento legal que assegura, do ponto de vista jurídico, o acesso a informação pode efectivamente reforçar a liberdade de expressão já existente, e também servir no melhoramento das relações entre a fonte e a imprensa. Neste âmbito, o relatório da MISA refere que (...) ²⁸“quase todos os profissionais de comunicação social moçambicanos são unânimes em afirmar que a falta de um instrumento legal sobre o acesso à informação dificulta o exercício da liberdade de imprensa em Moçambique.”²⁹ No nosso entender, a liberdade e a investigação jornalística procura a verdade para que o público possa conhece-la e não para ajuste de contas, e muito

²⁸Open Society Initiative for Southern Africa.(2009) “Moçambique democracia e Participação Política: Um relatório Ed. AfriMAP e pela Open Society Initiative for Southern Africa (2009) p 202

²⁹Ibdem

menos alimentar interesses pessoais. Muito pelo contrário, serve para trazer a verdade para o público em geral.

Diferentemente do que foi dito, resta sublinhar que, nesta relação entre o município e a imprensa também é fundamental salientar que por vezes:

*“o Município não tem aberto na sua totalidade, o sistema de porta aberta a imprensa, pelo facto de, ultimamente, existirem jornalistas descomprometidos com a ética e a deontologia da sua profissão, estes por vezes recorrem ao município para a produção de notícia a mando de alguém que pretende ofuscar o trabalho desencadeado pela instituição. Isto tem levado com que o jornalista seja tratado com uma determinada desconfiança e, sobre tudo, trados como espião”.*³⁰

A ausência da prática da política de porta aberta também resulta da herança do passado, baseada na Lei nº 12/ 79, de 12 de Dezembro, que é a lei penal sobre o Segredo de Estado, que foi aprovada no regime de partido único, em contexto revolucionário e de guerra. Em termos de nº 1 do artigo 4, que dá o privilégio o Estado em controlar os documentos classificados, que são aqueles que contêm dados ou informações militares, políticas, económicas, comerciais, científicas, técnicas ou quaisquer outras cuja as notícias produzidas por emissoras do Estado têm sido alvo do controlo pelo governo.³¹

Samuel Moyana (2008:67) sobre o segredo de Estado, considera que “cada um define o conceito conforme o seus próprios critérios, vulnerabilizando a lei de tal forma que, quando há vantagem para dirigentes corruptos ou incompetentes, denunciados pela *media*, o problema é tratado como se fosse um real segredo de Estado, enquanto se trata na verdade, de segredo de pessoas que estão no Governo”.³² Portanto a acção do jornalista é de trazer a verdade que os governos, as administrações, os representantes das diversas autoridades oficiais, não desejam revelar. Por isso, o interesse do jornalista é mais pelos erros do funcionamento, pelas mentiras, pelas injustiças cometidas.

³⁰Mugabe, 2012

³¹Ibdem

³² Citado por Ricardo Pequenino (2010:67)

Para os dias de hoje, esta lei encontra-se desajustada, dado que ela tem sido usada por vários dirigentes para justificar o seu silêncio e para contradizer ou invalidar a lei que concede o direito do Cidadão de informar e ser informado. Em suma, em quanto a lei sobre o segredo de Estado perdurar, a relação será de desconfiança e de conflito entre a imprensa e o Estado de forma geral. Nesta ordem de ideia, a lei do segredo de Estado directa ou indirectamente tem um impacto negativo, pois muitos dirigentes refugiam-se nela, sem dar em conta que só pioram o seu relacionamento com a imprensa.

CAPÍTULO V: CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

51. CONCLUSÕES

No início deste trabalho definiu-se como objectivo geral analisar o papel do Assessor de Imprensa dentro das suas actividades com a imprensa, perceber como é estabelecido o relacionamento entre o Município e a imprensa. Das discussões feitas no Capítulo anterior deste trabalho concluiu-se que:

A assessoria de imprensa no Conselho Municipal está mais virada para criar conferência de imprensa e divulgar alguns boletins informativos sobre a missão e visão da Instituição, em vez de promover junto da opinião pública uma imagem favorável da instituição; criar um clima de simpatia, compreensão e colaboração mútua; corresponder as necessidades de informação da comunicação social; satisfazer o direito do público à informação, fornecendo lhes através da comunicação social todas as notícias referentes à instituição que sejam susceptíveis de lhe interessar; informar a instituição de tudo que a comunicação social diz a seu respeito e sobre as matérias do seu sector de actividade.

Reconhece-se que o Conselho Municipal da Cidade da Matola necessita de trabalhar para gerir o fluxo de problemas e acusações que são levantadas pelos jornalistas e pelos munícipes. A inflexibilidade na gerência dos tais problemas, não raras vezes, está associado ao facto dos dirigentes serem bastante autoritários e, por conseguinte, não confiam nos seus assessores de Relações Públicas, criando assim barreiras comunicativas no relacionamento com a imprensa.

A assessoria de imprensa do Conselho Municipal da Cidade da Matola tem-se relacionado com todos os órgãos de Comunicação Social, porém apenas os Órgãos Públicos de Comunicação Social como a Televisão de Moçambique, a Rádio Moçambique e o Jornal Notícia tem tido um tratamento privilegiado. Este tratamento não assenta precisamente na qualidade da notícia produzida ou pelo nível de audiência, que o meio de comunicação social possa ter, mas sim cinge-se, sobretudo, ao grau de confiança com base na subordinação que estes transmitem, construindo notícia sempre em defesa dos interesse dos dirigentes do Estado.

Outro factor que contribui para que os dirigentes dos Conselhos Municipais estejam mal assessorado deve-se ao facto dos Assessores assim como os Dirigentes olharem os Órgãos de Comunicação de carácter privado com uma determinada desconfiança. A tal desconfiança, muitas das vezes, deve-se ao seu carácter independente, sensacionalista e investigativo, sobretudo quando se trata em reportar assuntos subjacentes a prestação de contas e transparência na gestão da coisa pública. Neste caso, os Assessores de Imprensa desenvolvem uma relação de confiança, apenas, quando se trata de inauguração de um projecto, acções de responsabilidade social que envolve o Município. Obviamente, escolhem os órgãos de comunicação privada por reconhecer a vantagem que este tipo de órgãos oferece em termos de audiência e credibilidade perante ao seu público-alvo.

A falta de recursos humanos para recolher e dar respostas ao fluxo de informação que diz respeito a Matola, bem como a falta de viaturas para o departamento e equipamentos televisivos para acompanharem e gravarem informações com conteúdos que respeitam ao Município, constitui outro factor que contribui negativamente para que o assessor de imprensa não esteja devidamente informado, para pôr a parte os principais acontecimentos aos seus assessorados. Sendo assim ainda pode-se concluir que os jornalistas têm apanhado ao município desprevenido em determinados assuntos, o que tem levado estes a evitar as entrevistas dos jornalistas.

Fica mais do que evidente que o Município tem definido acções com vista a melhorar o seu relacionamento com a imprensa. Porém, a construção de um bom relacionamento entre o Conselho Municipal da Cidade da Matola e a *media* não se deve apenas cingir ao facto de haver a divulgação de lista de contactos, quer do presidente assim como dos vereadores para as instituições de Comunicação Social para permitir que os jornalistas possam melhorar o relacionamento, como se por si só isso constituísse a política de porta aberta. Entretanto, a política de porta aberta é a disponibilidade destes executivos para conceder entrevistas aos jornalistas o que não tem acontecido.

A percepção que os jornalistas têm sobre o papel do Assessor de Imprensa no conselho Municipal, para além da boa relação que ela tem para com os Órgãos de Comunicação social do sector Público, consta que esta tem desenvolvido um relacionamento de porta fechado com a imprensa de carácter privada, pelo facto deste tipo de imprensa enveredar por um jornalismo investigativo, que tem desvendado muitos casos relacionados com esquemas de corrupção.

5.2. RECOMENDAÇÕES

Com as conclusões apresentadas se formula as seguintes recomendações:

- Criar-se mecanismo que visa demonstrar ao Presidente do Conselho Municipal, quando se trata de comunicação, as vantagens de receber e implementar os aconselhamentos relacionados com a Assessoria de Imprensa.
- Deve-se criar um departamento específico de comunicação para tratar de assuntos relacionados a assessoria de imprensa.
- Para fortalecer as relações entre o Conselho Municipal e a Imprensa, deve-se criar uma política de porta aberta, que permita que os jornalistas tenham acesso às fontes para conceder informações e entrevista.
- Para o caso em que os vereadores ou presidente não estejam em altura de conceder entrevista por motivos de força maior, recomenda-se que os porta-vozes devem se pronunciar sobre determinados assunto com vista a assegurar o relacionamento com a imprensa.
- Aconselha-se que se crie um departamento específico para as Relações Públicas, com as respectivas infra-estruturas e equipamentos necessários para um funcionamento eficaz.
- A comunicação não deve somente fluir nos níveis superiores, mas sim deve também circular a nível interno.
- Deve-se criar condições de meios circulantes e comunicacionais para que os assessores de Imprensa conheçam os diferentes problemas que ocorrem no Município.
- A assessoria de imprensa não deve somente estar a par dos problemas da zona urbana, mas também das zonas emergente, onde tem havido grandes problemas de natureza diversa.

6. REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido de Souza, Curso de Relações Públicas, 6ª Edição, Thompson, São Paulo, 1994.

BILÉRI, Bernardino, “Dinâmica da Accountability Vertical no Contexto da Governação Local em Moçambique entre 1998-2010. Estudo de Caso do Município da Matola”. 2011. Tese de Mestrado, Universidade Eduardo Mondlane, Faculdade de Letras e Ciências Sociais.

ALSINA, Miquel Rodrigo. (2009) “Construção da Notícia”, Editora vozes, Rio de Janeiro.

CORNU, Daniel, (1994) “Jornalismo e Verdade: Para Uma Ética de Informação”, Editora: Instituto PIAGET, Lisboa.

CORREIA, Fernando, (1997) “Os Jornalistas e as Notícias”. Ed Caminhos, 2ª edição, Lisboa.

CARDOSO, Gustavo. (2006) “Os *Medias* na sociedade em Rede”. Fundação Calouste Gulbenkian.

CORREIA, João Carlos, Teoria e Crítica de Discurso Noticioso: Nota sobre Jornalismo e Representações Sociais, Editora Labcom, 1999 www.livroslabcom.ubi.pt

CRATO, Nuno. (1992) “A Comunicação Social: A Imprensa., Ed Presença, Lisboa.

DESCHEPPER, Jacques, (1990) “Saber comunicar Com os Jornalistas da Imprensa, Rádio e Televisão”, Ed. CETOP, Portugal.

FEIJÓ, João. (2010). “Do Passado Colonial à Independência: Discurso do Semanário Savana nas Celebrações das Datas Históricas de Moçambique (1998-2003)”. Ed. Alcance, Maputo.

FLICK, Uwe, (2004), *Introdução à Pesquisa Qualitativa*, 2ª Edição, São Paulo, bookman.

FREIXO, Manuel João Vaz. (2006) “Teorias e Modelos de Comunicação” Instituto Piaget, Lisboa.

GIL, António Carlos, (1998), *Método e Técnica de Pesquisa Social*, 5ª edição, São Paulo, Atlas.

Open Society Initiative for Southern Africa.(2009) “Moçambique democracia e Participação Política: Um relatório Ed. AfriMAP e pela Open Society Initiative for Southern Africa.

PENA, Felipe. (2006). Teoria do jornalismo, Contexto, 2ª Edição. São Paulo.

PEQUENINO, Ricardo. (2010)“Relacionamento Entre jornalista e Fontes Oficiais de Informação: Caso da Cidade de Maputo”, Universidade Politécnica, Maputo, Julho.

KUNSCH, Margarida, (2006),“Obtendo Resultados com Relações Públicas”, 2 Edição, São Paulo, Thompson.

RIBEIRO, Fátima, SOPA, António. “140 Anos de Imprensa em Moçambique, ³³AMOLOP, Maputo, 1996.

RICHARDSON, Roberto Jarry e colaboradores. (1999)“Pesquisa Social, Metodo e Técnicas, Revista ampliada”, atlas, 3 edição, São Paulo.

SANTOS, Rogério, (1997) “Comunicação: Jornalismo, Negociação entre Jornalista e a Fontes” Coimbra, Minerva.

WOLF, Mauro, (1995), Teoria da Comunicação, Mass Media: Contextos e Paradigmas, Novas Tendências e Efeitos ao longo Prazo, O Newsmaking. ^{4a} Edição, Lisboa, Presença.

República de Moçambique, Assembleia da República. (1991) “Definição dos Princípios que Regem a Actividade da Imprensa e Estabelece os Direitos e Deveres dos Seus Profissionais: Lei n.º 18/91”, Maputo, Imprensa Nacional.

³³Associação Moçambicana de Língua Portuguesa