UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

Escola de Comunicação e Artes

Licenciatura em Jornalismo

Ramo de Comunicação

A INFLUÊNCIA DOS COMUNICADOS DE IMPRENSA NA PRODUÇÃO NOTICIOSA NA AGÊNCIA DE INFORMAÇÃO DE MOÇAMBIQUE (AIM)

Candidato: Paulino Raul Checo

Supervisora: Mestre: Docente Arlete Mambo

Maputo, Maio de 2025

Escola de Comunicação e Artes

Licenciatura em Jornalismo

Ramo de Comunicação

A INFLUÊNCIA DOS COMUNICADOS DE IMPRENSA NA PRODUÇÃO NOTICIOSA NA AGÊNCIA DE INFORMAÇÃO DE MOÇAMBIQUE (AIM)

Monografia apresentada no curso de Jornalismo da Escola de comunicação e Artes, como requisito parcial para a obtenção do grau de licenciatura em Jornalismo.

Candidato: Paulino Raul Checo

Supervisor: Mestre: Arlete Mambo

Maputo, Maio de 2025

Escola de Comunicação e Artes

Licenciatura em Jornalismo

Ramo de Comunicação

A INFLUÊNCIA DOS COMUNICADOS DE IMPRENSA NA PRODUÇÃO NOTICIOSA NA AGÊNCIA DE INFORMAÇÃO DE MOÇAMBIQUE (AIM)

Monografia apresentada no curso de Jornalismo da Escola de comunicação e Artes, como requisito parcial para a obtenção do grau de licenciatura em Jornalismo.

Candidato: Paulino Raul Checo

JURI

Presidente

Escola de Comunicação e Artes

(dr. Orlando Nhabete)

Orientador

Escola de Comunicação e Artes

_____

(Mestre. Arlete Mambo)

Oponente

_____

(Mestre: Constantino Gemusse)

Maputo, Maio de 2025

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe, Albertina Jacobe, que desde o princípio da minha formação e em toda trajectória da minha vida profissional esteve sempre presente e pronta para prestar o seu apoio directa e indirectamente. Outrossim, dedico este trabalho Enia Mondlane, que de forma incansável e incondicional apoiou-me desde o princípio, nos momentos difíceis e alegres desta caminhada académica e profissional.

AGRADECIMENTOS

Na vida nunca caminhamos sozinhos, por isso, sempre há necessidade de agradecermos aqueles que nos acompanham na caminhada académica. Durante o meu percurso estudantil foram muitos os envolvidos neste processo.

Quero agradecer a minha a família Checo, desde os meus pais, irmãos e sobrinhos, que sempre estiveram do meu lado quando precisei de apoio ou quando me senti fracassado em diversas jornadas. Um agradecimento especial também a minha avó, Amélia Munguembe, que enquanto em vida, nunca poupou esforços para acompanhar-me, até sacrificar o seu tempo.

A minha Supervisora, Dra Arlete Mambo, que tornou possível este sonho, que durante meses, me aturou com carinho e paciência. Durante as sessões de revisão do trabalho, foi para mim um grande aprendizado e as lições levarei para a vida toda.

Quero também agradecer aos meus colegas de turma, foram cinco anos de muitos desafios e conquistas. A minha gratidão especial a Zibia Maveco, Sebastião Chilaule, Laura Macanzi, Florêncio Chiure, entre outros, que contribuíram para que eu chegasse a essa fase.

Aos meus Docentes da ECA, vai meus sinceros agradecimentos, pelo trabalho que desenvolveram tanto comigo com a turma no geral, isso enriqueceu a nossa bagagem cognitiva.

Docentes, o meu muito obrigado.

RESUMO

A presente pesquisa subordina-se ao tema: "*A Influência dos Comunicados de Imprensa na Produção Noticiosa na Agência de Informação de Moçambique (AIM)", no período compreendido entre Setembro de 2024 a Março de 2025***,** e tem como objectivo analisar o impacto dos comunicados de imprensa na produção noticiosa da Agência de Informação de Moçambique. Para a sua materialização recorreu-se a abordagem *qualitativa* e *quantitativa*. No que diz respeito ao método de procedimento, optou-se pelo método *monográfico* ou estudo de caso, neste caso concreto a Agência de Informação de Moçambique. As técnicas de recolha de dados foram: a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas junto dos profissionais de comunicação afectos à redacção da AIM. Relativamente ao quadro teórico, o estudo foi fundamentado pela teoria de *Gatekeeper*, conhecida também como a teoria dos guardiões do portão, que trata rotinas de produção das notícias no que diz respeito a decisão do que publicar ou não publicar no quadro de procedimentos demandados nos critérios de noticiabilidade. Os resultados do estudo apontam que os comunicados de imprensa são as principais fontes para a produção de notícias na AIM, mas grande parte deles são publicados sem observar os critérios de noticiabilidade. O fenómeno afecta a qualidade dos conteúdos publicados e contribui para a homogeneização das notícias e um potencial de manipulação por parte dos assessores de comunicação que mantém uma relação de promiscuidade com os profissionais. O estudo concluiu ainda que, os assessores das instituições escrevem comunicados de imprensa tendenciosos para influenciar a agenda mediática com uma série de técnicas, que vão desde: (formato, estrutura, linguagem, modelos, entre outras), ou seja, grande parte dos comunicados de imprensa não obedecem os padrões que asseguram o valor-notícia capaz de gerar impacto e interesse nas audiências.

Palavras Chaves: Comunicado de imprensa/ critérios de noticiabilidade, Media, Notícia e Agência de Informação de Moçambique.

ABSTRACT

This research is under the theme: “The Influence of Press Releases on the News Production of the Mozambique Information Agency (AIM)”, in the period between August and December 2024, and aims to analyze the impact of press releases press in the news production of the Mozambique Information Agency. For its materialization, a qualitative and quantitative approach was used. With regard to the method of procedure, the monographic method or case study was chosen, in this specific case the Mozambique Information Agency. The data collection techniques were: bibliographical research, documentary research, interviews and the survey administered to communication professionals working at AIM. Regarding the theoretical framework, the study was based on the Gatekeeper theory, also known as the gate guardian theory, which deals with the behavior of each communication professional regarding the description of news with regard to the decision of what to publish or not publish. The results of the study indicate that press releases are the main sources for producing news at AIM and a large part of them are published without observing the criteria of news. Furthermore, we found that, as our interviewees stated, the reasons behind the publication of press leases, even without observing news criteria, are related to friendships between organizations, between communication professionals, the use of monetary values, as well as such as the lack of capacity for censorship on the part of some communication professionals. The study also concluded that institutional advisors write press releases without knowing the universal rules for their preparation (format, structure, language, models, among others), that is, most press releases do not comply with press release writing standards a press release.

Keywords: Press release/ Media/ News/Mozambique News Agency

TABELAS

Critérios de noticiabilidade e valor-noticia

Quadro I - Quadro da caracterização da amostra;

Tabela 1 - Segregação dos comunicados por origem

Tabela 2 - Segregação com base em critérios de noticiabilidade

Tabela 3 - Segregação com base em critérios em valor-noticia

Tabela 4 - Segregação dos comunicados publicados e não publicados

Tabela 5 - Segregação geral com base aos comunicados publicados sem observar critério de noticiabilidade e valor noticia

LISTA DE ABREVIATURAS

ECA – Escola de Comunicação e Artes

UEM – Universidade Eduardo Mondlane

AIM - Agência de Informação de Moçambique

PR – Press Release

Índice

DEDICATÓRIA I

AGRADECIMENTOS II

RESUMO III

TABELAS V

LISTA DE ABREVIATURAS VI

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO 1

1. INTRODUÇÃO 1

1.1 Problema 3

1.2 Hipóteses 6

1.2.1 Hipótese 1: 6

1.2.2 Hipótese 2: 6

1.3 Justificativa 6

1.4 Objectivos 8

1.4.1 Geral 8

1.4.2 Específicos 8

CAPÍTULO II. QUADRO TEÓRICO – CONCEPTUAL 9

2. Definição de conceitos 9

2.1 Comunicados de Imprensa 9

2.2 Notícia 10

2.3 Media 11

2.4 Impacto dos comunicados de imprensa 11

2.4.1 Processo de produção de notícias 13

2.5 As fontes e o processo de construção da notícia 14

2.5.1 Critérios de noticiabilidade e sua função em jornalismo 16

2.5.2 Critérios para seleção das notícias 16
2.5.3 Valor-notícia e sua função na seleção 16
2.5.4 Valores-notícia versus critérios de noticiabilidade 18
2.6 Influência dos comunicados na produção noticiosa 19
2.6.1 Manipulação de informação 20
2.6.2 Manipulação e alienação na produção noticiosa 21
2.6.3 Spin Doctorrings 22
2.6.4 Crítica de mídia e sua ausência nas redacções 23
2.7 Teoria de Base 24
2.7.1 Teoria Newsmaking 26
2.7.2 O Newsmaking e os valores-notícia 27
2.7.3 Razões para a escolha das teorias 28
3. Tipo de Pesquisa 29
3.3 Quadro da caracterização da amostra 34
3.3.1 Qualidade dos entrevistados 35
3.3.2 Categorias de análise 35
3.3.3Critérios de noticiabilidade 35
CAPÍTULO IV 36
APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS 36
4.1 Apresentação de dados 37
4.2 Quadro 2: Segregação com base em critérios de noticiabilidade 37
4.3 Quadro 3: Segregação com base em critérios em valor-noticia 38
4.4 Quadro 5: Segregação dos comunicados publicados e não publicados 39
4.4 Quadro 6: Segregação geral com base aos comunicados publicados sem observar critério de noticiabilidade e valor noticia 39
4.5 Apresentação de dados qualitativos relativos às entrevistas 40

4.5.1 Comunicados publicados sem observância dos critérios de noticiabilidade 40
4.6 Análise dos dados e informação 41
CAPÍTULO V 46
CONSIDERAÇÕES FINAIS 46
5. Considerações 46
5.1 Recomendações: 48
CAPÍTULO VI 49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 49
Apêndice 1 ..... a
Apêndice 2 ..... b
Apêndice 2 c

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho de Monografia subordina-se ao tema: "**A Influência dos Comunicados de Imprensa na Produção Noticiosa da Agência de Informação de Moçambique (AIM)"** e tem por objectivo analisar o impacto dos comunicados de imprensa na produção noticiosa da Agência de Informação de Moçambique.

Vários autores, incluindo Chaparro (2010), Bueno (2009) e Duarte (2010), têm apontado para uma influência activa e estratégica de fontes de informação na pauta dos meios de comunicação, muitas vezes moldando o debate público de acordo com os seus interesses. Esta realidade tem sido observada em diversos contextos internacionais, sugerindo uma tendência globalizada na influência dos comunicados de imprensa sobre o jornalismo.

Na mesma linha de pensamento, Molotch e Lester (1993), referem que os comunicados de imprensa são actualmente utilizados para divulgar informação e a sua utilização e utilidade é praticamente inquestionável, pois constituem principais fontes de inspiração para os trabalhos jornalísticos.

No entanto, para Serrano (1999), os assessores de imprensa, através dos comunicados de imprensa, e outras técnicas de comunicação conseguem definir o debate nos media, utilizando a imprensa para veicular informações rotulados como notícia, mas que, na verdade, muitas delas não preenchem os critérios de noticiabilidade.

O autor vinca que, atualmente, nota-se uma proliferação de artigos sem interesse geral em vários jornais que diariamente saem à rua, situação que presume-se que esteja a ocorrer igualmente em Moçambique. Este fenómeno adultera o papel dos órgãos de comunicação social que é de informar e formar, no quadro da sua função de construção social da realidade, defendida pelas teorias de comunicação de efeitos tanto de curto como de longo prazo.

A problemática que se constata é que na sua maioria, as notícias produzidas na base de *press-release*, comunicados de imprensa, *press kids*, e outras técnicas de suportes utilizadas pelas instituições, estão inquinadas de vários vícios, e por vezes, não respondem aos critérios de noticiabilidade, e a respeito nota-se pouca literatura que aborda a questão em concreto.

Em Moçambique, a situação é deveras preocupante, uma vez que, parece que os órgãos de informação, por vezes são induzidos a publicar conteúdos propagandísticos de organizações e matérias desenquadradas nos critérios de noticiabilidade de que os órgãos devem se balizar para escolher pautas ou conteúdos que devem ser divulgadas, em função do seu interesse público.

É neste contexto que se realiza a presente pesquisa, com a finalidade de compreender o impacto dos comunicados de imprensa na produção noticiosa da Agência de Informação de Moçambique. Sublinha-se que a pesquisa foi feita com base na pesquisa bibliográfica e entrevistas aos profissionais de comunicação da Agência de Informação de Moçambique.

Em termos de estrutura, o trabalho comporta cinco (05) capítulos em obediência ao Regulamento de Elaboração de Monografias da UEM, nomeadamente:

i. Capítulo I – Introdução. Este capítulo contempla o problema, hipóteses, justificativa e os objectivos geral e específicos.

ii. Capítulo II - Quadro Teórico e Conceptual. Neste capítulo, debate-se várias abordagens dos autores que abordam o tema, caracteriza-se a teoria com a qual se baseou a presente pesquisa, que é a teoria a teoria do *Gatekeeper conjugada com a de* Newsmarking, e por outro lado são definidos os conceitos chaves, que facilitam a compreensão da temática em análise, nomeadamente, Comunicados de Imprensa, Notícia e Media.

iii. Capítulo III – Metodologia. Neste capítulo são apresentados os métodos de abordagem e de procedimentos e as técnicas utilizadas na recolha de dados.

iv. Capítulo IV- Apresentação e Análise de Dados**.** Neste capítulo, que é a base do trabalho, são analisados e interpretados os dados recolhidos no terreno mediante os instrumentos de recolha concebidos no capítulo anterior. Importa salientar que este capítulo resultou, em grande parte, dos dados recolhidos a partir das entrevistas aos profissionais de comunicação da AIM.

v. Capítulo V – Considerações Finais. Sumarizam as principais conclusões do estudo.

1.1 Problema

Os comunicados de imprensa são instrumentos utilizados pelas organizações e assessores de imprensa para subsidiar os órgãos de informação com conteúdos jornalísticos considerados de interesse geral. São técnicas que jogam uma importância chave no auxílio a produção noticiosa.

As agências noticiosas de renome internacional, como a Reuters (Reino Unido) e a agência France-Press (França), nos seus principais *sites* oficiais (Routers.com e AFP.com, 2023) reconhecem os comunicados de imprensa como recursos cruciais na obtenção de informação jornalística. No entanto, esta dependência levanta questões pertinentes a cerca da integridade e da objectividade do conteúdo noticioso.

Na discussão do tema, a obra Assessoria de Imprensa, intitulada "*Fundamentos Teóricos e Práticos do Relacionamento com Jornalistas, a Produção de Conteúdos e os Eventos como Motor de Produção Noticiosa*", do Ribeiro (2015), refere citando o investigador e jornalista norte-americano do The Guardian, Davies (2008), que por exemplo, ficou demonstrado que no seu órgão 20% das notícias continham elementos claros ou cópia de textos enviados pela assessoria de imprensa.

Mais de 54 % das mesmas notícias seguiam um fio condutor dado pelos gabinetes de comunicação das organizações, o que quer dizer que eram orientadas do exterior, com todo o risco que isso acarreta de manipulação. E em apenas 12 % podia-se dizer que era de material noticioso gerado pelos próprios repórteres respeitando os critérios de noticiabilidade e de selecção.

Outros estudos centrados na eficácia da assessoria de imprensa revelaram que os *press releases* estão presentes em mais de 50% das notícias publicadas nos Estados Unidos de América (EUA), e o mesmo autor, Ribeiro (2019), provou que cerca de 60% das notícias do noticiário político de imprensa diária, entre 1990-2005, foram induzidas pelos comunicados de imprensa produzidas pelos assessores políticos do governo, partidos, e entidades públicas e privadas com cunho propagandístico, atropelando gravemente os critérios de noticiabilidade que são uma espécie do guião para produção e seleção das notícias.

Estas estatísticas mostram claramente a influência das fontes de informação na produção noticiosa, ao ponto de Santos (1997) ter dito que a notícia depende das fontes. O autor, definiu vários canais ou instrumentos cruciais nas rotinas de produção de notícias, dos quais incluem

acontecimentos oficiais, conferências de imprensa, encontros com porta-vozes e destacando os comunicados de imprensa como fundamentais nesse processo.

Na mesma sequência, um leque de obras consultadas, elencam de forma vincada que as principais técnicas de assessoria de imprensa como forma de induzir as informações noticiáveis para os diferentes órgãos de comunicação social, tal como refere Penteado (1968), são os *press releases*, conferências de imprensa, *press kits*, visitas, viagens de imprensa e comunicados de imprensa.

Destas técnicas descritas, destaca-se o comunicado de imprensa como a principal e transversal, daí o objecto do estudo centrar-se em compreender o processo pelo qual o comunicado de imprensa é tratado dentro das redacções até ser transformado em notícia, e verificar até que ponto, prevalece o seu amplo efeito na produção notícias em Moçambique.

Da mesma forma, a imprensa moçambicana, encara os comunicados de imprensa como fontes de informação prestigiosas, provavelmente pelo grau de desafios e constrangimentos internos que os órgãos de informação enfrentam para seguir pautas de iniciativa própria com recursos e meios próprios.

Com relação a esse aspecto, existe um estudo que apresenta o diagnóstico da participação das fontes da imprensa escrita na divulgação de vários temas em Moçambique, publicado em 2018, com recurso a uma metodologia mista, qualitativa e quantitativa, onde se admite que a imprensa escrita, em comparação com Rádio e Televisão, é a que, é mais exposta a conteúdos subsidiados, através de comunicados de imprensa.

De acordo com as conclusões vertidas nessa análise, a maioria dos jornais, sobretudo os que são enviados em formato eletrónico, dependem muito dos comunicados de imprensa para produção noticiosa, essa dependência pode configurar oportunidades assim como a falta de pauta própria, tendo em conta que alguns conteúdos resultantes da transformação de comunicados em notícia, podem estar longe de ser de interesse geral, critério fulcral para a definição da noticiabilidade.

O mesmo estudo aponta que há um uso abusivo ou exploração desenfreada dos documentos de subsídio à imprensa, situação que conduz seu esgotamento precoce e consequente empobrecimento das notícias. O mesmo estudo avança ainda que há experiências empíricas que demonstram que a imprensa escrita é mais usada pelos assessores de imprensa das organizações para fazer passar suas ideologias em jeito de comunicados. A pesquisa fez ainda uma análise que

constatou que, por dia, entre 5 a 10 comunicados de imprensa, oriundos de instituições públicas, governamentais, privadas, sociedade civil, Organizações Não Governamentais, entre outros, dão entrada nas redações dos principais órgãos de informação em Moçambique, e mais da metade, senão na totalidade, são divulgados.

O uso massivo e abusivo dos comunicados de imprensa acima relatado pode gerar um problema de falta de cumprimento dos critérios de noticiabilidade, isto é, há muitos comunicados de imprensa que chegam às redacções sem conteúdo classificado como notícia, mas mesmo assim conseguem passar no filtro interno dos órgãos de comunicação. O fenômeno pode estar a ocorrer nos diversos órgãos de informação tal como é o caso da AIM, a principal distribuidora de notícias no país e objecto deste estudo, o Jornal Notícias, que é de maior circulação no país, até o jornal o País, que pertence a um grupo privado, entre outros.

Com vista a apurar as evidências, através do levantamento exploratório feito pelo autor na AIM, constatou-se que a influência dos comunicados de imprensa assume uma dimensão particular, dada a sua atribuição como distribuidora oficial de notícias no país, na região e no resto do mundo. Aqui, surge a preocupação com a predominância de notícias produzidas a partir de comunicados de imprensa, muitas vezes sem a devida análise crítica ou complementação com outras fontes de informação.

Este cenário pode resultar numa homogeneização das notícias e numa potencial manipulação da agenda mediática, comprometendo os princípios de pluralidade e diversidade informativa, e sobretudo, colocando em causa a observância dos critérios de noticiabilidade no processo de seleção dos comunicados de imprensa.

Além disso, a capacidade interna da AIM e de outros meios de comunicação em Moçambique para filtrar conteúdos de natureza propagandística e diferenciá-los de notícias genuínas é uma preocupação relevante, dada a proliferação de conteúdos institucionais disfarçados de notícias que pode levar a uma distorção na percepção pública dos acontecimentos.

Neste caso, a partir desses argumentos aqui levantados, importa atermo-nos naquilo que é objecto do nosso estudo, influência dos comunicados de imprensa no processo de produção noticiosa.

Perante toda a exposição feita, nota-se que os órgãos de informação por vezes são induzidos a publicar conteúdos propagandísticos de organizações, matérias que não se enquadram nos

critérios de noticiabilidade e ou valor-noticia de que os órgãos devem se balizar para selecionar conteúdos para divulgação, em função do seu interesse público.

Diante deste panorama, a pergunta de pesquisa que orienta este estudo é a seguinte: \

Até que ponto os comunicados de imprensa que chegam à redação da AIM preenchem os critérios de noticiabilidade?

1.2 Hipóteses

De acordo com Gil (2008), hipótese é a proposição testável, que pode vir a ser solução do problema. Sendo assim, em função do problema aqui levantado, o nosso estudo parte com as seguintes hipóteses de trabalho:

1.2.1 Hipótese 1:

O comunicado de imprensa é provável que sejam recursos cruciais na produção noticiosa na Agência de Informação de Moçambique.

1.2.2 Hipótese 2:

Os comunicados de imprensa podem resultar numa homogeneização das notícias e numa potencial manipulação.

1.3 Justificativa

A presente monografia, subordinada ao tema "Influência dos Comunicados de Imprensa na Produção Noticiosa da Agência de Informação de Moçambique (AIM), assume uma relevância crucial no contexto académico, em especial, para a comunidade da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane. Esta importância advém da observação de uma lacuna na abordagem das fontes de notícias sob a perspectiva da imprensa moçambicana no currículo do curso de jornalismo.

Historicamente, a análise das fontes noticiosas na literatura e nos estudos existentes têm sido tangencial e não focalizada, resultando numa compreensão superficial da dinâmica entre as fontes e a produção noticiosa. A investigação proposta visa colmatar esta falha, oferecendo uma visão detalhada sobre como é que os comunicados de imprensa, enquanto fontes de informação, influenciam a produção noticiosa e o conteúdo.

No panorama da mídia moçambicana, a influência das fontes como instrumentos de subsídios na produção noticiosa, especialmente os comunicados de imprensa, constitui um campo ainda pouco explorado. A AIM, como órgão oficial de comunicação social, regido pelo Gabinete de Informação (GABINFO) e actuando num contexto regulamentado pela Lei de Imprensa (Lei 18/91), apresenta-se como um espaço fértil para este estudo. A investigação busca entender o impacto destas fontes no processo jornalístico, avaliando se estes comunicados contribuem para a diversidade e qualidade informativa ou se, pelo contrário, conduzem a uma homogeneização do noticiário, tendo como elemento base de análise os critérios de noticiabilidade**.**

O estudo também se propõe a analisar o relacionamento entre jornalistas e fontes de informação, aspirando fomentar práticas que garantam a integridade e a objetividade jornalísticas. Esta análise é particularmente pertinente num contexto onde a AIM desempenha um papel fundamental na definição de pautas noticiosas e na distribuição de informações de âmbito nacional, regional e internacional.

A relevância deste trabalho estende-se para além dos limites académicos, oferecendo contribuições práticas para o jornalismo em Moçambique. Ao explorar a influência dos comunicados de imprensa na produção noticiosa, este estudo procura oferecer *insights* para a melhoria da qualidade informativa, assegurando que o público receba um leque diversificado de notícias fundamentais para uma sociedade informada e activa.

A não realização desta pesquisa poderia resultar na perpetuação de práticas jornalísticas não reflexivas, limitando a pluralidade e a profundidade dos conteúdos informativos disponíveis ao público moçambicano. Por conseguinte, este trabalho não só é vital para o enriquecimento académico na área do jornalismo, mas também para a promoção de um jornalismo responsável e diversificado em Moçambique, e que o serviço noticioso respeita os ditames da área e critérios de noticiabilidade.

Elegeu-se a Agência de Informação de Moçambique como universo espacial desta pesquisa, pelo facto do proponente do trabalho ser estagiário/colaborador desta instituição, daí a facilidade no acesso aos documentos estratégicos (comunicados de imprensa) que se mostraram importantes para a pesquisa e a dimensão temporal, teve em consideração os últimos seis meses (de Julho a Dezembro de 2024). A razão da escolha deste período, tem haver com o facto da AIM ter recebido muitos comunicados de imprensa neste período advindos do sector público, privados e

sociedade civil, bem como tratar-se de um período recente, o que permitiu o levantamento de dados actualizados sobre a temática em análise.

1.4 Objectivos

1.4.1 Geral

Compreender a influência dos comunicados de imprensa na produção noticiosa da Agência de Informação de Moçambique.

1.4.2 Específicos

a) Examinar a qualidade dos comunicados de imprensa recebidos na AIM;

b) Identificar os factores que concorrem para que os comunicados de imprensa sejam publicados mesmo sem observância dos critérios de notícia;

c) Confrontar os comunicados de Imprensa com notícias publicadas na base dos mesmos;

d) Apurar o valor-notícia dos comunicados de imprensa.

CAPÍTULO II. QUADRO TEÓRICO – CONCEPTUAL

No capítulo em presença é apresentado a discussão dos autores por um lado e a teoria de base do estudo, no caso em concreto as teoria do *Gatekeeper e newsmaking*, bem como são definidos os conceitos chaves, que facilitam a compreensão da temática em análise, nomeadamente, Comunicados de Imprensa, Notícia e Media.

2. Definição de conceitos

2.1 Comunicados de Imprensa

Comunicado de imprensa, boletim de imprensa ou *press release* é um comunicado feito por um indivíduo ou organização para a imprensa visando divulgar uma notícia ou um acontecimento de interesse pessoal, colectivo ou mediático. Por trás de tais comunicados estão geralmente assessores de imprensa ou empresas de relações públicas. Essa forma de comunicação surgiu em meados da década de 1950 e tornou-se veículo de comunicação indispensável para às organizações, (ABREU, 2002, p.23).

Segundo Duarte (2002), o comunicado de imprensa é caracterizado como um documento estruturado na forma de matéria jornalística. Pode ser entendido como o material informativo distribuído aos jornalistas para servir de pauta, orientação ou ser veiculado na íntegra ou parcialmente de maneira gratuita.

Esta afirmação põe de parte qualquer interesse de marketing no trabalho da assessoria de imprensa e reforça a reciprocidade entre os jornalistas e assessores. Embora aparentemente, os comunicados de imprensa acarretam uma implícita finalidade de autopromoção, uma vez que parece manter o meio-termo entre publicidade e notícias (CATENACCIO, 2008).

Ribeiro (2014, p. 6) afirma que é uma ferramenta altamente eficiente e que acarreta um baixo custo. A mistura promocional e informativa dos comunicados de imprensa faz parte do seu género, desde a sua origem.

Kopplin e Ferraretto (2009) apresentam a sua opinião dizendo que o comunicado de imprensa é um material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de

comunicação. Isto implica atenção na escrita do mesmo, no sentido de ser aproveitado ao máximo pelos jornalistas.

Na concepção de Balzac (1999), um comunicado de imprensa é uma forma de divulgar publicamente sua mensagem de modo claro e conciso a jornalistas, produtores, apresentadores e editores interessados em um formato padrão. Seu o objectivo é transmitir informações importantes e, ao mesmo tempo, antecipar quaisquer perguntas que a mídia possa ter. Ele permite que você crie uma narrativa de como deseja que a notícia seja contada ao público, estruturando o assunto da forma como quer que seja apresentado. Essa é a abordagem recomendada para determinar se a notícia é interessante e se transmitirá sua mensagem.

2.2 Notícia

Notícia, refere-se a textos informativos, relativamente curtos, claros, diretos, concisos e elaborados seguindo regras de codificação bem determinadas. Tais como: Título, lead, subtítulo, construção por blocos e em forma de pirâmide invertida (GARDIM, 2000, p.55).

Segundo Sousa (2001, p.231-232), Notícia é um pequeno enunciado reportativo, um discurso sobre um acontecimento recente (ou, pelo menos, de que só no presente se tenha conhecimento), vários acontecimentos ou desenvolvimento de acontecimentos. Representa também a nova, actual e de interesse geral.

Segundo GRADIM (2000), notícia, enquanto género jornalístico, refere-se a textos eminentemente informativos, relativamente curtos, claros, directos, concisos e elaborados segundo regras de codificação bem determinadas. Para a autora, as características da notícia são, a veracidade, a actualidade e relevância social.

Para SOUSA (2001), enquanto género jornalístico, a notícia é, essencialmente, um pequeno enunciado, um discurso sobre um acontecimento recente; ela representa, também, informação nova, actual e de interesse geral. Segundo Lage (2006, p.17), notícia é como o relato de uma série de factos mais importantes ou interessantes.
Para nós, notícias são acontecimentos vivenciados no dia-a-dia que lidam directo ou indiretamente com a sociedade.

2.3 Media

Media é o conjunto de diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados, (TOMPHSON:2002). De acordo com o autor, o universo mediático abrange uma série de diferentes plataformas que agem como meios para disseminar as informações, como os jornais, revistas, televisão, rádio e internet.

Relativamente ao conceito de media, Sousa (2006), refere que este termo contém em si a noção de intermediário. De acordo com este autor, os media ou meios de comunicação social são dispositivos tecnológicos que suportam mensagens e permitem a sua difusão, ou seja, estes são intermediários entre um ou mais emissores e receptores. Assim, há vários meios de comunicação social, nomeadamente, a rádio, a televisão e outros suportes audiovisuais, a imprensa (jornais, revistas, livros, cinema, fotografia, discos e similares), são alguns exemplos de media.

Os media são um dos elementos fundamentais na vida das sociedades actuais, desempenhando um papel ímpar. De referir que, que já no século XVIII, Edmund Burke, recorreu à expressão "quarto poder", referindo-se ao poder político da imprensa. Em Moçambique, o termo também é utilizado para fazer menção ao poder da media e sua influência na sociedade.

2.4 Impacto dos comunicados de imprensa

"Antes de ler o seu próximo jornal, assistir ao próximo noticiário televisivo, ou desfolhar a próxima revista, pergunte a si mesmo: sei realmente de onde veio a informação que vou digerir?- quem quer que eu leia isto?" (MICHIE, 1998:1).

Trata-se do primeiro parágrafo da obra *The invisible persuaders* que Devid Michie (1998) questiona, uma das atividades que mais parece contribuir para a indução noticiosa, a assessoria de imprensa através dos *press-releases* (comunicados de imprensa). O excerto em causa, ilustra claramente o impacto dos *press-releases* na produção noticiosa tanto a nível nacional, como internacional.

A essa afirmação do Devid Michie (1998), pode ser conjugado com a célebre frase da Eça de Queirós, estudiosa do campo jornalístico, que disse "sobre a nudez forte da verdade, o manto diáfano da fantasia", isso se aplica a muita produção noticiosa actual.

Vários estudos comprovam a influência da assessoria de imprensa na produção noticiosa, enquanto técnica para que possa ser percebida como fenômeno que coloca em causa a credibilidade do jornalismo, transmitindo informações com um determinado fim que não coaduna com os critérios de noticiabilidade.

Molotch e Lester (1993) introduziram o conceito de "promotores de notícias" para identificar as fontes que através dos comunicados de imprensa procuram transformar determinados acontecimentos em notícias, ou pelo contrário, evitarem que certos acontecimentos sejam noticiados. Aqui, estamos a falar da influência que um comunicado de imprensa pode ter num determinado órgão de informação.

Ainda sobre a mesma influência exercida pelos comunicados de imprensa na produção noticiosa, aqui vale também realçar que determinados assessores, usam os comunicados de imprensa de forma tendenciosa para definir o enquadramento das notícias, o que pressupõe menor capacidade de intervenção tanto do órgão de veicula as informações, quanto do jornalista responsável pela transformação dos comunicados de imprensa em notícias. Essa influência é mais notória na imprensa moçambicana, que enfrenta vários desafios para o seu funcionamento pleno, desde problemas orçamentais, falta de recursos humanos, compromissos obscuros com agentes externos, entre outros desafios.

A maioria das obras consultadas elencam, de forma vincada que as principais técnicas de assessoria de imprensa como forma de induzir as informações noticiáveis para os diferentes órgãos de comunicação social, são os comunicados de imprensa (press releases), conferências de imprensa, press kits, visitas e viagens de imprensa.

Destas técnicas descritas, destaca-se o comunicado de imprensa como a principal e transversal, assim como o processo pelo qual é tratado dentro das redações até ser transformado em notícia, prevalecendo o seu amplo efeito na produção noticiosa.

Autores como Chaparro (2009, 2010), Bueno (2009) e Duarte (2010) indicam ações ativas e proativas das fontes em interferir estrategicamente nos meios de comunicação para agendar os seus debates e eventos, aplicando técnicas e saberes do jornalismo, a partir profissionais de comunicação, na sua maioria ex-jornalistas formados e com passagens por órgãos de informação.

Essa visão dos autores, é rebatida pelo Ribeiro e Lorenzetti (2010), que defendem que, os comunicados de imprensa e outras técnicas de que os órgãos de informação socorrem para a

busca de informação, teriam poucas hipóteses distorcer a produção noticiosa, alegadamente porque, o meio de comunicação tem uma estrutura própria que permite a seleção dos verdadeiros temas do debate público. Para os autores em alusão, o fenômeno da tentativa de influenciar a mídia a partir de agendas externas, desencadeia-se no Brasil em meados dos anos de 1980 e na primeira década do século XXI, mas nunca se consolidou como uma prática jornalística.

2.4.1 Processo de produção de notícias

Para compreender melhor esse fenómeno, recorremos ao suporte do especialista português, com vários trabalhos feitos no campo do jornalismo. Para Jorge Pedro Sousa (2004), o estudo do jornalismo confunde-se com o estudo das notícias e dos seus efeitos.

O autor orienta pesquisas que têm procurado responder a três questões centrais, "por que é que as notícias são como são (e não são de outra maneira)? "por que é que temos as notícias que temos (e não outras)? E, que efeitos têm as notícias?

Na tentativa de sugerir uma resposta, a única conclusão a que o autor chegou é que o Jornalismo se tem revelado um campo científico fecundo. As várias etapas do processo de produção de notícias têm se debruçado sobre o discurso jornalístico, os produtores e a produção do discurso jornalístico e os seus constrangimentos, à circulação e o consumo da informação jornalística, os efeitos pessoais e sociais que esse consumo gera.

Essa pesquisa, analisada com pragmatismo, parece um espelho do processo de produção noticiosa, tanto em Moçambique como em outros cantos do mundo, é um processo de transformação de acontecimentos, ideias e problemáticas em notícias e de difusão pública das mesmas, num cenário em que o jornalista funciona como agente colector de informação junto das fontes, ou na qualidade de observador directo dos acontecimentos.

Neste sentido, o impacto desses fenómenos no sector da comunicação afecta a qualidade das notícias bem como a pluralidade dos conteúdos informativos, comprometendo a qualidade do noticiários distribuídos, o que significa que, o leitor de jornais hoje em dia pode fica condicionado a consumir informação que não tem o **valor-notícia** e nem sequer preenche os critérios de noticiabilidade, devido a alta interferência externa na produção de informação na imprensa.

Vários estudos no campo de comunicação no Brasil, que tiveram como base a observação de títulos, textos e fotografias (conteúdos), e cada um desses elementos comparado a análogos dos outros jornais, de modo a classificar as unidades de informação como diferentes, semelhantes ou idênticas, revelam que há uma deturpação do conceito notícia pela não observação dos parâmetros ou requisitos para que um determinado conteúdo seja divulgado como notícia.

Essa situação dilui a função do jornalismo como contrapoder, de acordo com a Teoria Democrática, que defende que o jornalismo vigia e controla os outros poderes, baseando-se no princípio da liberdade de expressão, em especial na sua vertente da liberdade de informação (liberdade de informar, informar-se e ser informado), valores igualmente plasmados na constituição moçambicana, (Lei Mãe), no seu artigo 48.

Aqui, mesmo se quisermos considerar a exposição selectiva, vincada nas teorias Two-Step e do Multi-Step Flow of Communication, defendidas em 1944 por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet na obra "The People's Choice", que diz que as pessoas oferecem resistência à persuasão porque tendem a ler, ver ou escutar aquilo com que de antemão já estão de acordo com as pessoas com quem concordam, entendemos que, sempre haveria um risco porque seria necessário contar com a influência de determinados agentes mediadores entre os media e as pessoas (fluxo de comunicação em duas etapas), neste caso os líderes de opinião, cuja acção se exerce ao nível da comunicação interpessoal, ficando claro que existe uma grande interferência dos comunicados de imprensa no produto jornalístico final.

2.5 As fontes e o processo de construção da notícia

Segundo Leal (2011), às notícias que chegam ao leitor de veículos impressos, telespectador, ouvinte de rádio ou usuário da Internet vêm de fontes variadas. O público, com certeza, não tem a noção dos profundos interesses que estão por trás de todas as notícias que recebe diariamente. Os bastidores da produção noticiosa têm tanto a revelar que, certamente, modificariam a forma de encarar uma realidade retratada pela mídia para os olhos do público.

Para este autor, as notícias são o resultado do trabalho de jornalistas que ou percorrem as cidades colhendo informações ou recebem informações de instituições organizadas com a finalidade de dotar os jornalistas de material informativo. Jornalistas e assessores de imprensa são dois importantes agentes do processo de construção da notícia.

> "De sua relação cotidiana, do choque de seus objectivos e desejos saem o produto final que chega à casa do público e sobre ele tem influência. Essa relação é marcada por vários factores, como jogos de influências, trocas de favores e táticas para conquista de espaço (LEAL, 2011, p.1).

Na mesma linha de pensamento, Motta (2002), afirma que a mídia não está imune a influências. O processo de seleção de notícias, por exemplo, não se restringe ao acto de decidir o que vai e o que não vai ser publicado. Esse processo é condicionado por factores objectivos e subjectivos e expressa o exercício explícito do poder, assim como pode ser tomado como um subtil momento de expressão concreta da ideologia. Quando o autor vinca que a mídia está imune às interferências, essa abordagem secunda a nossa convicção de que os comunicados de imprensa podem ser a tal interferência citada. E olhando para a realidade da AIM, em função das rotinas produtivas constatadas, facilmente se pode chegar a convicção de que, de facto a produção noticiosa está seriamente impactada a partir de fora, isto é, sofre pressão dos agentes externos, designadamente os assessores de imprensa, com recursos aos comunicados de imprensa.

Herbert Gans, no livro *Deciding What's News* (1979), lembra que o trabalho jornalístico pode ser entendido como estando submetido a pressões contraditórias, das fontes, de um lado, e dos patrocinadores e da audiência do outro, onde, dos critérios jornalísticos de noticiabilidade, por um lado, e do interesse comercial da empresa, por outro.

No livro *Making News* de Gaye Tuchman (1978), trabalha com o termo "teia da facticidade" para designar os procedimentos e concepções com base nos quais os jornalistas definem e avaliam os factos jornalísticos. Ela defende que os procedimentos e concepções não são neutros, mas impelem os jornalistas a identificar como factos, interpretações produzidas por determinadas fontes, mas não por outras.

Neste caso, os meios noticiosos actuam, portanto, como instrumentos de legitimação social de determinados sectores da sociedade, na medida em que emprestam um caráter factual, às suas interpretações em detrimento de outros. Os sectores mais comumente favorecidos por essa prática estão localizados nas estruturas sociais de poder.

2.5.1 Critérios de noticiabilidade e sua função em jornalismo

O processo de construção da notícia pode parecer subjetivo, entretanto, diversos critérios são apresentados nos cursos de graduação para que os profissionais que atuam na área de jornalismo tenham competência técnica para manter a objetividade.

De acordo com Traquina (2008), para ser notícia nos veículos de comunicação, a informação deve cumprir certos critérios de noticiabilidade, que são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento é passível de ser transformado em matéria noticiável.

Esses valores-notícia constituem resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? Para Wolf (2006), as assessorias de comunicação das organizações, sejam elas públicas ou privadas, também seguem as regras de seleção dos acontecimentos vigentes no Jornalismo, factos que envolvem a instituição e seus diversos públicos e que têm potencial para se transformar em notícia.

Os critérios de noticiabilidade foram adaptados dos estudos de dois pesquisadores reconhecidos no âmbito da comunicação: Mauro Wolf e Nelson Traquina, e divididos em: seleção, produção e construção da notícia.

2.5.2 Critérios para seleção das notícias

- **Novidade:** fatos que acontecem pela primeira;
- **Proximidade**: refere-se à proximidade do fato em relação ao público ao qual incidirá a informação. Essa proximidade pode ser geográfica ou cultural Exemplo;
- **Atualidade:** o fato tem que ser atual para virar notícia. A atualidade está ligada ao fator tempo, indicando que a notícia é recente, nova.

2.5.3 Valor-notícia e sua função na seleção

Valores-notícia são critérios que influenciam a seleção e o destaque de factos como produto noticioso. Estes valores ajudam a explicar o que torna algo "digno de ser noticiado". Segundo o pesquisador italiano Mauro Wolf, valor-notícia é um componente da noticiabilidade que define "quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e

relevantes para serem transformados em notícia". Para o autor, estes valores funcionam, na prática, de forma complementar. Ou seja, na seleção dos acontecimentos, os critérios de relevância funcionam de maneira conjunta considerando as diferentes combinações que se estabelecem entre diferentes valores-notícia que recomendam a seleção de um facto.

Entre as muitas listas de valores que foram elaboradas por acadêmicos e jornalistas, algumas tentam descrever as práticas de notícias entre culturas, enquanto outras se tornaram notavelmente específicas para a imprensa de certas nações (muitas vezes ocidentais). Na prática ocidental, as decisões sobre a seleção e priorização de notícias são tomadas pelos editores com base em sua experiência e intuição, embora análises dos noruegueses Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge tenham mostrado que vários factores são aplicados de forma consistente em uma série de organizações de notícias.

Segundo Wolf (1999) valores-notícia (news value) representam apenas um dos grupos de critérios de noticiabilidade e estão profundamente enraizados na cultura jornalística. Como diria Traquina (2002), trata-se “óculos” do jornalista, isto é, uma forma peculiar de factos que ocorrem. O autor fundamenta que, os valores-notícia podem variar de acordo com a cultura, economia, sistema político e as demais características de uma determinada região.

Para Silva e França (2017) os valores-notícia são os atributos que norteiam a seleção de factos operada pelo jornalismo. Os autores defendem que a noticiabilidade, por sua vez, está ligada a todos os fatores que podem agir na construção da notícia. Esses fatores passam pela profissionalização e pela cultura profissional da categoria. Neste caso, quanto a nós os valores-notícia são, assim, entendidos como componentes da noticiabilidade, sem os quais, a produção noticiosa fica distorcida.

Segundo Wolf (1987), são critérios de seleção e organização das notícias. E por sua vez Silva e França (2017), afirmam que, como não são instituídos em forma de normas ou manuais jornalísticos, os valores-notícia “dizem mais sobre como a cobertura jornalística foi feita do que sobre como os assuntos foram selecionados para a cobertura” (SILVA e FRANÇA, 2017, p. 8). Para as autoras, é a análise do que é publicado pelos jornais de um determinado país ou região que edifica os valores-notícia estabelecidos pela mídia daquela localidade, e não o contrário. Dada a variedade de percepções sobre o mesmo elemento, que é valor-notícia, sem tirar o mérito de causa das teorias em questão, a nossa inclinação sobre o valor-notícia é a defendido pelo Wolf

e os critérios de noticiabilidade defendida pelo Traquina, achamos que, Traquina elencou de forma clara e concisa o caminho que deve ser percorrido na seleção e produção das notícias, através dos seus critérios de noticiabilidade (novidade, proximidade e actualidade)

2.5.4 **Valores-notícia versus critérios de noticiabilidade**

Para a discussão sobre o impacto das fontes de informação na construção de notícias, no caso vertente, os comunicados de imprensa, de acordo com vários autores, deve-se estabelecer a diferença entre os valores que definem o que é notícia e os valores do jornalismo nas diferentes épocas. Na época contemporânea, de acordo com Traquina (2002), existem duas formas de ver o jornalismo: *o Polo ideológico e o Polo económico.* O primeiro acredita-se que o jornalismo é um serviço público e o segundo, que é um negócio. Podemos dizer que hoje, esses são os dois grandes valores do jornalismo.

Nessa perspectiva, em linha geral, o jornalismo actua tanto sob os princípios do serviço público quanto sob os interesses do negócio. Quando o jornalismo valoriza as notícias de importância social, está a actuar como serviço público, oferecendo aquilo que o leitor precisa saber. E as notícias com grande dose de "interesse" tem a função de satisfazer a curiosidade, neste caso, o jornalismo valoriza aquilo que o público pode estar ávido em saber para matar a curiosidade, mas não aquilo que é útil para sua vida em sociedade.

Apesar de alinhados em aspectos comuns sobre o que é notícia e seus processos de construção, Mauro Wolf, apresenta outra abordagem sobre os critérios de noticiabilidade, definindo como conjunto de elementos através dos quais o informativo controla e gere a qualidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias. Assim, para Wolf (1999), tanto os valores-notícia como os critérios de noticiabilidade seriam uma componente desse conjunto de elementos que determinam a seleção da notícia. Para o autor, eles derivam de considerações feitas sobre o conteúdo das notícias (critérios substantivos), o público, a concorrência, a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo.

Wolf (1999), também afirma que a transformação de um acontecimento em notícia é resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de peso, relevo e rigidez e sublinha o caráter elástico do processo de noticiabilidade, deixando transparecer uma vez mais que o

processo de produção não se deve basear apenas nos critérios fechados, tais como anunciados pelo Traquina e amplamente difundidos na academia, tal como a Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane.

Em nossa opinião, essa característica flexível do processo produtivo, contribui para obscurecer ou comprometer a observância regras na escolha de notícias na AIM e na imprensa no geral, permitindo que, os comunicados de imprensa que não preenchem os critérios de noticiabilidade, sejam transformados em notícias com base em critérios dúbios. quando o autor afirma categoricamente, que o processo de transformação de um facto em noticia é um processo sem regras fixas, isso desconfigura fundamentos de organização jornalística.

2.6 Influência dos comunicados na produção noticiosa

Sousa (2002), sistematiza os diversos estudos de acordo com os níveis de influência. Para o autor, elas seriam o resultado da acção individual, acção social, acção ideológica, acção cultural, o meio físico e tecnológico em que opera e a acção histórica. Aqui o autor tenta explicar que, para além dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia, defendidos por Traquina (2004) e Wolf (1999), o que pauta a notícias que vão ao público, são factores que o jornalista muita das vezes não controla. Na nossa visão, apesar de concordarmos que existem esses elementos que influenciam a escolha das notícias, entendemos que os fundamentais são os critérios de noticiabilidade avançados pelo Traquina, porque doutra forma, as notícias seriam distorcidas.

Nessa abordagem, Sousa está mais próximo ao Wolf, na medida em que concordam que o processo de noticiabilidade é influenciado por factores diversos, como os económicos, ideológicos e culturais, e boa parte de sua explicação reside nas características dos próprios acontecimentos e outra menos importante, está relacionado com as exigências das rotinas produtivas. O autor defende que, tanto os valores-notícia como os critérios de noticiabilidade são definidos por vários agentes, designadamente, os proprietários dos veículos, que definem a política editorial, de acordo com objectivos, os jornalistas e as fontes, promotores de notícias e o público.

Analisando esses posicionamentos, encarando a notícia como uma construção social da realidade, conclui-se que as notícias são o resultado de processo negociado entre diversos agentes. Nesse processo o jornalista tem uma autonomia relativa em relação a outros campos,

como a política e economia. Isto significa que, na seleção das notícias, incluindo os comunicados de imprensa, os jornalistas agem sobre a influência de outras forças que decidem também o que é notícia, ora agem de acordo com interesses externos ao campo de arbitrariedades do poder. E nesse processo, muitas das vezes tanto o processo de gatekeepers como o jornalista propriamente dito, obedecem padrões viciados, devido a pressões.

2.6.1 Manipulação de informação

A manipulação de informação sempre existiu e está ligada à ideia de domínio, isto é, existe manipulação quando alguém quer controlar o outro. Muitas vezes, a informação que chega aos jornalistas já vem fabricada e manipulada. Manipulada não significa que seja negativa e pejorativa, mas sim alterada. Alterada a gosto das fontes. Diversas vezes, a palavra manipulação surge ligada à política, como explica Serrano (1999).

> "Nas sociedades democráticas em que os sistemas políticos consagram o sufrágio universal como forma de escolha dos governantes, as estratégias de comunicação política passam, cada vez mais, pelo recurso à criação de acontecimentos destinados a atrair os jornalistas para "terrenos" em que os promotores possuem uma capacidade de controle e de influência", (Serrano, 1999).

Para secundar a visão do Serrano (1999), Abramo (2016), vinca que a manipulação da media ou manipulação da informação veiculada pela media refere-se ao uso de táticas ou técnicas de apresentação da informação transmitida pelos meios de comunicação, de modo a favorecer interesses de determinada parte.

Esclarece que, embora os jornalistas sejam os gestores diretos do material informativo, nem sempre se pode atribuir a eles a origem ou a responsabilidade nos casos de manipulação dos meios de comunicação de massa.

Porque, segundo o autor, frequentemente, o fluxo de informação tem como origem organizações complexas nomeadamente (órgãos de governo, empresas privadas, instituições científicas) que têm especialistas que lidam directamente com a imprensa, e com habilidade de definirem a informação em função dos interesses organizacionais, facto que confirma a narrativa de que algumas vezes, a manipulação da informação tem origem fora dos órgãos de informação.

Segundo Perseu Abramo, é possível distinguir e observar pelo menos três padrões de manipulação da informação presentes na imprensa brasileira, em geral, e mais um, específico do telejornalismo:

- Padrão de ocultação;
- Padrão de fragmentação;
- Padrão da inversão.

Em Moçambique, a proliferação de notícias manipuladas representa uma grave ameaça contra a liberdade de imprensa e de expressão, num contexto marcado pelo advento da comunicação digital.

Algumas organizações como Misa Moçambique, que lutam pela liberdade de imprensa, estão preocupadas perante um cenário e contexto em que as notícias são bem estruturadas em termos técnicos, mas distorcidas a fim de confundir e manipular a opinião pública e fomentar debates falsos sobre temas e agenda que em condições normais não mereceriam atenção público.

2.6.2 Manipulação e alienação na produção noticiosa

A esse respeito de manipulação, Karl Marx fala de (alienação) e Gramsci de (hegemonia), na obra (Critical Media Studies, 2014), realçando que os grupos sistémicos controlam o poder e influenciam os órgãos de informação ao ponto de criar uma interferência na produção noticiosa.

Para Max, a alienação é no sentido de que esse processo de influência é exercido através de ideologias que as classes dominantes precisam impor para continuarem a controlar e a hegemonia, citado pelo Gramsci (2010), tem a ver com o controlo absoluto da mídia por determinados grupos, de acordo com Luiz Martins da Silva (2010), citado na obra (Jornalismo como teoria democrática). Essa alienação defendida pelo Max, já foi analisada em Moçambique pelo professor universitário João Miguel, através de um artigo intitulado “Os Media Em Moçambique Hoje: Mapeamento, Grupos De Controlo E Outsiders”. O artigo analisa as lógicas do funcionamento do campo midiático do país, fazendo o mapeamento dos sectores dos meios de comunicação bem como os grupos de controle envolvidos. Para o autor, o contexto mediático moçambicano ainda é marcadamente centralizado, uma característica que se vem arrastando desde a proclamação da independência, rotulando de “estatismo”, sistema social específico

voltado para a maximização do poder do Estado, embora reconheça que nos últimos anos, nota-se uma tendência de surgimentos de novos órgãos, sobretudo os digitais que poderão na sua visão, reconfigurar o cenário. Mas prevalece o propósito de assegurar o controle total do partido sobre o Estado e do Estado sobre a sociedade. O autor aponta Maputo, a capital do país, como sendo o foco, concentrando o maior número de empresas mediáticas.

> "A prevalecer uma visão marxista e ortodoxa do jornalismo praticado pelas empresas capitalistas ou por um Estado burguês, não haveria como conceber essa atividade a serviço da emancipação social. O jornalismo seria, então, uma perigosa ferramenta de alienação das massas. O jornalismo para ser autêntico precisaria de uma libertação de si próprio, uma espécie de maturidade ideológica, o que implicaria, lamentavelmente, uma ideologização da própria atividade e uma cisão entre o 'jornalismo reacionário' e o 'jornalismo progressista" (Gramsci, 2010).

Diante da exposição feita, nota-se que os órgãos de informação por vezes são induzidos a publicar conteúdos propagandísticos de organizações, matérias que não se enquadram nos critérios de noticiabilidade de que os órgãos devem se balizar para escolher pautas ou conteúdos para divulgação, em função do seu interesse público.

2.6.3 Spin Doctorrings

Molotch e Lester (1974) apresentam o conceito de "promotores de notícias" para caracterizar as fontes que tentam transformar um facto numa notícia ou que tentam, por vezes simultaneamente, impedir que outros factos cheguem ao conhecimento público. Um profissional de relações públicas de um político que pretende publicitação das suas posições em determinada matéria funciona como um *news promoter.*

Dois anos mais tarde, um grupo liderado por Hall (Hall et al.,1978) apresentou o conceito do "primeiro definidor" de significado (ou de enquadramento) para os assuntos noticiados. Para Hall et al. (1978), autores filiados na escola dos Estudos Culturais, esses primeiros definidores, devido ao seu poder e posição numa espécie de hierarquia de credibilidade, conseguem condicionar todas as interpretações posteriores àquelas que eles dão a um acontecimento.

Por exemplo, um político pode apresentar uma primeira versão sobre um determinado acontecimento, pode ser através de um comunicado de imprensa ou outros instrumentos que sirva de fonte, mas as interpretações posteriores sobre esse acontecimento, ainda que provenham

dos seus oponentes políticos, são sempre condicionadas por essa primeira interpretação que foi dada ao acontecimento, através de documentos escritos por um Spin Docter, ou seja (definidores de notícia).

Dentro da teorização elementar sobre fontes de informação há ainda um conceito que convém reter o de spin doctors. Os spin doctors são os especialistas de relações públicas capazes de negociar interpretações alternativas para um acontecimento que tenha gerado uma crise para uma determinada entidade.

Imagine-se que um jornal descobre que uma empresa está a poluir as águas de um rio importante. O spin doctor é contratado por essa empresa para "negociar" significados alternativos para esse acontecimento. Por exemplo, o spin doctor pode fazer passar a mensagem que a empresa polui porque não tem dinheiro para gastar em equipamento anti-poluição sem despedir 50% dos seus colaboradores, o que provocaria graves problemas sociais.

2.6.4 Crítica de mídia e sua ausência nas redacções

Quando se fala de crítica de mídia, torna-se incontornável a obra Vitrine e Vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo, a obra tem como objetivo, analisar produtos jornalísticos, processos, rotinas e práticas são avaliados, medidos, comparados, com intenção de contribuir para o seu aperfeiçoamento.

A obra esclarece que, o jornalismo brasileiro se desenvolveu muito nas últimas décadas, fruto da modernização das empresas, do aprimoramento técnico dos profissionais, do aumento da exigência do público e de uma cultura ainda emergente de crítica e autocrítica.

Um exemplo do estágio evolutivo da crítica de mídia brasileira é a Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi), coletivo surgido em 2005 que reúne projetos acadêmicos e ONGs na tentativa de disseminar uma cultura efetiva de consumo crítico da informação jornalística.

Essa rede chegou ao entendimento de que a crítica de mídia tem duas funções preponderantes: alfabetizar mídia e contribuir para o aperfeiçoamento do jornalismo. De um lado oferecer ao público bases para uma compreensão cada vez mais clara e ampla do que é o jornalismo, e de outro, intervir para uma melhoria em produtos e processos de apuração, produção e difusão informativas.

Na primeira parte, os autores discorrem sobre valores, conceitos e métodos para se analisar a mídia, sinalizando uma preocupação comum: como se deve criticar o jornalismo?

Na segunda parte, faz-se a observação rigorosa e sistemática, onde a atenção recai para um tema cada vez mais discutido no jornalismo, que é a qualidade. Pretende-se saber como se pode medir a qualidade de um jornal.

> "Nossos autores tentam responder tais questões, mas acima de tudo apresentam a tensão permanente que, muitas vezes, contrapõe critérios jornalísticos e metas comerciais, preocupações sociais e pressões políticas, entre outras. Perante esse cenário, a abordagem admite que pode não haver jornalismo real. O jornalismo seria uma "falsa consciência", e jamais resgatável de tal descolamento de sua missão social. É em torno dessa dedução lógica emanada da lógica construtivista que pretendemos construir a hipótese maior de que o jornalismo, embora forneça peso para os dois pratos de uma balança, está fadado a pender para o lado emancipatório, aquele que o caracteriza como provedor de apropriações colectivas de parte do seu trabalho e que, por ser assim, possibilita o seu entendimento dentro de uma teoria social, da qual poder-se-ia inferir uma teoria democrática". (Rogério Christofoletti, 2010)

No entanto, na realidade nacional, é difícil identificar um órgão de informação, ou um sistema de mídia que tenha essa característica de analisar produtos jornalísticos, processos, rotinas e práticas, medidos, comparados, com intenção de contribuir para o seu aperfeiçoamento.

Existe apenas, instituições que como Conselho Superior de Comunicação Social, Misa Moçambique, e o próprio regulador da comunicação social que é o Gabinete de Informação (GABINFO), mas cada instituição no âmbito da sua atuação, pautam por ações mais burocráticas do que o melhoramento da actuação da imprensa.

2.7 Teoria de Base

A teoria da base utilizada na realização deste trabalho foi a do *Gatekeeper*. Esta, é conhecida também como a teoria dos guardiões do portão, aquela que trata do comportamento de cada

profissional de comunicação quanto a descrição das notícias no que diz respeito à decisão do que publicar ou não publicar.

Uma informação, desde a sua selecção até à sua publicação, independentemente do meio de comunicação, atravessa um longo caminho, com várias etapas, que vão desde a interpretação dos critérios de noticiabilidade por parte do jornalista até à interpretação desses mesmos critérios pelo director na hora da publicação.

O estudo de White (1950), foi um grande contributo para a teoria do jornalismo, ao ajudar a compreender todo o processo de selecção das notícias, apresentando as principais razões para publicar ou para rejeitar uma notícia. Tal como White (1950), Wolf também apresentou um estudo muito importante para a compreensão dos meios de comunicação social, demonstrando que os valores notícia representam critérios que estão inseridos ao longo de todo o processo de seleção e construção de uma notícia.

No ano de 1950, a publicação do texto "*The 'Gate Keeper': A Case Study In The Selection of News*" escrito por David Manning White inaugurou uma discussão que se tornou central para o campo de estudos em Jornalismo, o processo de seleção das notícias. White foi o primeiro pesquisador a aplicar a *Teoria do Gatekeeping*, que tem sua origem no campo da Psicologia, ao contexto comunicacional. O artigo publicado em uma revista norte-americana tornou-se um clássico e deu início a uma ampla corrente de estudos que se caracteriza pelo interesse na compreensão das rotinas e processos de produção da notícia, que é o *newsmaking.*

O estudo foi realizado com o editor de um jornal matinal nos Estados Unidos, que recebeu o pseudônimo de "*Mr. Gates*", delineou um modelo que busca demonstrar a forma como ocorre a seleção dos temas noticiosos. Embora seja considerado limitado por diversas razões, especialmente por não prever a possibilidade de múltiplos *gatekeepers* actuando ao longo do processo da seleção, o trabalho de White é um marco importante para os estudos em Jornalismo.

Neste caso, a metáfora do *gatekeeper* ofereceu aos primeiros pesquisadores em comunicação um modelo para avaliar a maneira como ocorre a seleção e a razão pela qual alguns temas são escolhidos e outros rejeitados".

Portanto, partindo do problema da presente investigação: a influência dos *press-releases* na produção noticiosa na AIM, tendo como base a análise dos critérios de noticiabilidade ao longo

do processo produtivo, interessa verificar e apurar até que ponto o *gatekeeping* e do *newsmaking* é tido em conta.

Kurt Lewin foi o primeiro autor com preocupações sociais na área da comunicação de massas a indicar que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação depende de "portões" (gates) que funcionam dentro desses mesmos canais de comunicação. Segundo o autor, referido em Traquina (1993, p. 142), estes portões "são regidos ou por regras imparciais ou por um grupo no 'poder' que tem o papel de decidir, o que aprovar e o que rejeitar.

No seguimento desta teoria, acreditava-se que compreender como é que o portão funcionava seria compreender que factores é que determinam as decisões dos gatekeepers, sendo que para alcançar estas conclusões o investigador teria de conhecer os gatekeepers na sua plenitude.

A aplicação da teoria no presente estudo, está relacionada a necessidade de aferir o processo da seleção das notícias veiculadas na AIM com base nos comunicados de imprensa, para analisar se preenchem ou não os critérios de noticiabilidade que suportam a sua publicação como notícia. É neste quadro que o gatekeeper entra em ação para controlar os processos de seleção e assegurar que os conteúdos desempenhem a sua função de interesse geral. A teoria poderá colocar a lupa, as rotinas produtivas e direcionar a análise e interpretação de dados e informação para apurar se as notícias cumprem ou não o roteiro estabelecido tanto pelo gatekeepers, quanto pelo newsmaking. Quanto a nós, esses processos são indispensáveis para assegurar a qualidade dos produtos jornalísticos, medidos através do seu impacto social ou aquilo que, um dos autores mais sonantes nos estudos sobre jornalismo em Portugal, Jorge Pedro Sousa chamou de "impacto das notícias nas pessoas".

2.7.1 Teoria Newsmaking

Segundo Wolf (1995), a teoria do newsmaking pressupõe que as notícias são como são porque a rotina industrial de produção assim as determina. Há superabundância de fatos todos os dias, sem organização do trabalho jornalístico é impossível produzir notícias.

De acordo com a teoria, diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking. E dentre as práticas apresentadas por essa teoria, destacam-se as seguintes:

- Noticiabilidade: Critérios que escolhem, entre inúmeros fatos, uma quantidade limitada de notícias.
- Sistematização: rotina de divisão das ações que envolvem a pauta, a reportagem e a edição.
- Valores-notícia: senso comum das redações que permite que qualquer jornalista saiba dizer o que é notícia e o que não é de acordo com o senso comum.

2.7.2 O Newsmaking e os valores-notícia

Se os estudos sobre o gatekeeper "associavam o conteúdo dos jornais ao trabalho de selecção das notícias, executado pelos aludidos gatekeepers, os recentes estudos sobre a produção de notícias relacionam a imagem da realidade social, fornecida pelos mass media, com a organização e a produção rotineira dos aparelhos jornalísticos" (Wolf, 1995, p. 183).

Deste modo, a primeira e grande diferença entre a selecção, o gatekeeping, e a produção de informação, o newsmaking, centra-se no facto de que, na produção, na construção de uma notícia, este último não se refere apenas "à cobertura de um acontecimento particular, mas ao andamento normal da cobertura informativa por períodos prolongados" (Wolf, 1995, p. 186).

É essa complexidade, que nos remete a teoria newsmaking, como a que complementa gatekeeping, e mais se enquadra aos nossos objectivos, tendo em conta que aborda sobre os critérios de noticiabilidade e em última análise nos remete a avaliação do conteúdo a nível das notícias publicadas na base de comunicados de imprensa na AIM.

> "É de entre um extenso número de acontecimentos, que decorrem a cada dia na nossa sociedade, que os órgãos de informação vão seleccionar aquilo que é passível de ser noticiável. Assim, "de entre um número imprevisível e indefinido de factos", um órgão de informação acaba por seleccionar uma "quantidade finita e estável de notícias". Apesar de cada acontecimento ser único, os jornalistas devem seleccionar apenas aqueles que possuem características particulares" (Wolf, 1995, p. 190).

2.7.3 Razões para a escolha das teorias

No seguimento destas teorias, acreditamos que compreender como é que o portão e o newsmaking funcionavam seria compreender, que factores é que determinam as decisões dos *gatekeepers*, sendo que para alcançar estas conclusões como investigadores, teremos que compreender a forma como a seleção de notícias veiculadas na AIM é feita, sobretudo as notícias produzidas na base de *press-release*/comunicados de imprensa.

As teorias poderão ajudar a estudar quais os critérios para a publicação/exclusão de notícias. Como é que são secundadas as nossas teorias de base, Traquina, (1993, p. 145), refere que a filtragem e a selecção das notícias levadas a cabo pelo jornalista é grandemente influenciada pelas escolhas dos decisores com essa função.

> "É extremamente subjectiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. O gatekeeper é quem determina o que atravessa o portão de entrada no jornal, o que será visto pelo leitor […] é aquele que determina o que será notícia e o que não será" (TRAQUINA, 1993).

Neste caso, tanto o papel do *gatekeeper,* como do newsmaking é fundamental para a pesquisa que nos propomos a realizar, dada a importância que joga na decisão final para a publicação ou não dos *press-releases* que dão entrada na AIM. O que poderá igualmente ajudar a apurar se estes portões e processos estão activadas no sentido de assegurar o filtro das notícias a nível da agência.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

O presente capítulo evidencia os procedimentos metodológicos que foram seguidos na condução da pesquisa. Apresenta os métodos de abordagem e de procedimentos e as técnicas utilizadas na recolha de dados, sua importância e justificativa do seu uso neste estudo.

A metodologia científica é extremamente importante para os estudos universitários. Etimologicamente, a palavra metodologia vem do grego mete, que significa ao largo, odos significando caminho, e logos significando discurso, estudo.

Segundo Gil (1994, p. 45), metodologia examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas de investigação. O mesmo autor defende ainda que, a metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observadas para a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade nos diversos âmbitos da sociedade.

A ideia de Gil (1994, p.202) pode ser reforçada em Pedron (Idem, 1994, p. 54), ao definir metodologia como sendo o conjunto de métodos e técnicas utilizados para a realização de uma pesquisa. Vergara (2005, p.76), entende que se torna oportuno analisar os conceitos que adotamos na prossecução da nossa investigação. Referem ainda que se deve relembrar o que o pesquisador entende pelo fenômeno a que se propõe analisar.

3. Tipo de Pesquisa

Relativamente ao tipo de pesquisa, ter-se-á em consideração quatro aspectos fundamentais, a saber: quanto a natureza da pesquisa, quanto a forma de abordagem, quanto aos seus objectivos e quanto aos procedimentos técnicos.

- **Quanto à natureza**, a presente pesquisa é **aplicada.** Esta pesquisa, segundo Silva & Menezes (2005, p.20), objectiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos e envolve verdades e interesses locais.

Com base neste tipo de pesquisa, espera-se novas abordagens na elaboração de notícias a partir de comunicados de imprensa.

- Quanto à forma de abordagem do problema utilizou-se uma combinação da pesquisa **quantitativa (quantidade) e qualitativa.** A Pesquisa Quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las (MORESI, 2003, p.8). Este método permitiu fazer o uso de instrumentos estatísticos tanto na colecta como no tratamento e interpretação de dados. os comunicados de imprensa foram analisados através de um conjunto de categorias construídas a partir da literatura. Assim, um dos métodos utilizados foi a pesquisa bibliográfica, para a construção da tabelas-síntese dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia. Segundo Gil (208), num sentido amplo, esse tipo de pesquisa e a planificação global inicial de qualquer trabalho que vai desde a identificacão, localizacão e obtencão da bibliografia até a apresentacão do um texto final sistematizado, no qual deve ser evidenciado o entendimento do pensamento dos autores, acrescido das próprias ideias do aluno.

- As principais fontes consultadas neste trabalho foram os livros sobre teorias de comunicação/jornalismo e abordagens específicas sobre os comunicados de imprensa, critérios de noticiabilidade.

- Para a identificação dos critérios de noticiabilidade tanto nos comunicados, como nos artigos publicados com base nesse instrumento, utilizamos a análise de conteúdo, definida por Holsti como “toda a técnica para fazer inferências através da identificação objectiva e sistemática de características específicas das mensagens”. Segundo Stumpf (2005), na análise de conteúdo, o conteúdo das mensagens é transformado através da aplicação de regras de categorização. Para este autor, a análise de conteúdo necessita de um “referencial de codificacao”, isto é, um conjunto de códigos para o tratamento do corpus, do qual se obtém respostas, dentro de um conjunto predefinido de alternativas, de acordo com Bauer (2004).

- Fizemos um exame qualitativo, de interpretação dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia, e também quantitativo. Inicialmente, observamos um conjunto de comunicados de imprensa que deram entrada na AIM durante o período de estudo e por fim fizemos a seleção das notícias publicadas na base do mesmo instrumento.

- A Pesquisa Qualitativa, considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objectivo e a subjectividade do sujeito que não pode ser traduzido em números (Moresi, 2003, p.9). Este método ajudou a fazer a colecta de dados descritivos, o que trouxe maior qualidade das opiniões dos entrevistados sobre os elementos existentes na realidade estudada a nível da AIM, concretamente sobre o tratamento dos comunicados de imprensa.

- No que concerne aos objetivos a **Pesquisa Exploratória**. Segundo Silva & Menezes (2005, p. 21), a pesquisa exploratória "envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão". Neste caso, a pesquisa teve como objecto físico os comunicados de imprensa que deram entrada na Redacção da AIM em grupo seleccionado de jornalistas que foram remetidos a uma curta entrevista, o que reforça a ideia de um objecto de pesquisa claramente definido.

- No que concerne ao método de procedimento, temos o **método monográfico ou estudo de caso** – segundo Gil (2008, p.89) o método monográfico parte do princípio de um estudo de um caso em profundidade pode ser considerado representativo de muitos outros casos ou mesmo de todos casos semelhantes. Estes casos podem ser individuais, instituições, grupos. Por meio deste método, a AIM constituiu o centro de desenvolvimento do estudo, onde foi efetivada a parte empírica. Os resultados do estudo podem ser considerados representativos para outras instituições do Estado.

- No que concerne ao método de abordagem foi usado o **método Hipotético-Dedutivo** – proposto por Popper, consiste na adopção da seguinte linha de

raciocínio: “ quando os conhecimentos disponíveis sobre determinado assunto são insuficientes para a explicação de um fenómeno, surge o problema. Para tentar explicar as dificuldades expressas no problema, são formuladas conjecturas ou hipóteses.

Das hipóteses formuladas, deduzem – se consequências que foram testadas ou falseadas. Falsear significa tornar falsas as consequências deduzidas das hipóteses. Enquanto o método dedutivo se procura a todo custo confirmar a hipótese, no método hipotético – dedutivo, ao contrário, procuram –se evidências empíricas para derrubá-la ”, (Gil, 1999: 30). Este método foi usado para validar ou não hipóteses formuladas.

No que concerne às técnicas de pesquisa, as técnicas de pesquisa utilizados foram: a **pesquisa bibliográfica, documental e entrevista.**

- **Pesquisa Bibliográfica** é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 2002, p. 44). Esta técnica permitiu fazer uma leitura crítica e interpretativa em torno do tema em estudo com base na literatura existente. Na pesquisa bibliográfica se recorreu ao material já escrito sobre a produção de notícias a partir de comunicados de imprensa.

- **Pesquisa Documental** é quando é elaborada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico (GIL, 1991). Esta técnica permitiu fazer uma identificação, levantamento e exploração de documentos referentes ao objecto pesquisado. Na pesquisa documental se recorreu a consulta de documentos avulsos existentes na AIM.

- **Entrevista**, de acordo com Ramos & Naranjo (2004) “a entrevista é uma técnica de compilação de informação mediante uma conversa profissional com que, além disso, adquire-se informação acerca do que se investiga. Tem importância do ponto de vista educativo”. Segundo Lakatos & Marconi (2009), podemos ter os seguintes tipos de entrevistas:

a. Padronizada ou estruturada;
b. Despadronizada ou semiestruturada

Semiestrutura também chamada de sistêmica, antropológica e livre quando o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direcção que considere adequada, é uma forma de poder explorar mais amplamente a questão, esse tipo de entrevista. Para o tema em alusão foi aplicada a entrevista **despadronizada** onde algumas questões foram colocadas em função da conversa ou das respostas de questões previamente elaboradas, na pesquisa a entrevista foi aplicada aos profissionais de comunicação da AIM.

- **Entrevista**

É uma técnica de aquisição de informação de interesse sociológico, mediante perguntas previamente elaboradas, através do qual se pode conhecer a posição ou avaliação do sujeito seleccionado numa amostra sobre um assunto dado (GIL, 2008).

A entrevista é uma pesquisa sistemática que permitiu a recolha rigorosa de dados significativos, a partir do guião de perguntas previamente formuladas, e respondido presencialmente por 5 profissionais de comunicação da AIM, nomeadamente: jornalistas, editores, chefe de redacção.

- **Instrumentos de Recolha de dados**

b) Guião de entrevista semiestruturada

É um instrumento auxiliar do entrevistador em que fica em sua posse onde foi aplicado igualmente aos profissionais de comunicação, sobretudo com cargos de direção e chefia.

3.1 Processo de Amostragem

a) População e Amostra

De acordo com Gil (2008) população ou universo, é "um conjunto de indivíduos ou objectos que apresentam uma ou mais características em comum". Assim, foram definidos como elementos da população deste estudo 60 comunicados de imprensa que deram entrada na AIM cerca de 5 profissionais de comunicação adstritos a AIM.

Amostra é um segmento da população em estudo, recolhida com os objectivos de se estimarem certas características da população em estudo.A amostra foi escolhida e definida de forma propositada (**intencional**). Onde o pesquisador deliberadamente escolhe alguns elementos para

fazer parte da amostra, com base no seu julgamento define aqueles que seriam representativos da população. Assim, foram escolhidos 13 profissionais de comunicação da AIM como amostra. De igual modo foram examinados 60 comunicados de imprensa que deram entrada na AIM de Agosto a Dezembro de 2024.

3.2 Caracterização da Amostra

A nossa amostra abrange comunicados de imprensa que deram entrada na Agência de Informação de Moçambique nos últimos 6 meses, e 6 profissionais da AIM que têm como responsabilidade directa na produção de conteúdos jornalísticos. A tabela abaixo caracteriza a nossa amostra.

3.3 Quadro da caracterização da amostra

Função	Experiência	Baground	Competência
Chefe de Redação (1)	Mais de 25 anos de carreira no jornalismo, dos quais, 10 como chefe de redação na AIM. Passou por outros órgãos de relevo na praça. Com domínio sobre os grandes dossier do país	Fez sua formação superior na Inglaterra. Especialista em cobertura de eventos do Estado e em organismos internacionais, designadamente, ONU, UA, SADC, entre outros eventos internacionais.	Competência técnica comprovada
Editores (2)	Mais de 20 anos de experiência em produção noticiosa. Produziram todos os géneros noticiosos, desde reportagens, noticias e crónicas. Com domínio sobre os grandes dossier do país.	Todos com formação na área de jornalismo. Especialistas em coberturas de agendas do Estado. Pautas de interesse geral. Mais de 20 deslocações ao exterior em coberturas de visitas oficiais.	Experiência comprovada
Jornalistas (3)	Entre 10 a 5 anos de experiência. Com produção diária de 2 a 3 artigos jornalísticos de impacto. Conhecedores da realidade social a nível nacional.	Todos formados em jornalismo e áreas afins. Cobertura diária da agenda mediática. Produção de pautas e reportagens sobre assuntos do dia	Experiência em construção

Fonte: Autor do trabalho, 2024

3.3.1 Qualidade dos entrevistados

- Chefes de redacção;
- Editores;
- Jornalistas.

3.3.2 Categorias de análise

Valor da notícia

- Impacto;
- Interesse.

3.3.3Critérios de noticiabilidade

- Novidade;
- Proximidade;
- Actualidade;

CAPÍTULO IV

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo, que é a base do trabalho, faz uma reflexão dos efeitos dos comunicados de imprensa na produção noticiosa na AIM. O mesmo resulta de dados recolhidos a partir da verificação, análise e interpretação de 60 comunicados de imprensa que tivemos acesso, bem como de entrevistas submetidas a 5 profissionais de comunicação afectos na AIM.

4. Descrição do Local de Estudo

A Agência de Informação de Moçambique (AIM) foi constituída em 1975 pela portaria 119/75 de 22 de Novembro, após a Independência de Moçambique. A agência é membro da Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa.

AIM é um dos principais órgãos de informação de Moçambique, tendo como atribuição a produção de serviços noticiosos e informativos regulares sobre a actualidade nacional, regional e internacional e possui a competência de distribuir notícias a todos os órgãos de informação do país e no estrangeiro. Igualmente a AIM é responsável por:

- Realizar trabalhos jornalísticos e promover a sua disseminação, dentro e fora do país; e
- Produzir serviços noticiosos e informativos regulares sobre a atualidade nacional, regional e internacional.
- Para uma melhor apresentação e entendimento dos dados e informação, foram feitas tabelas ilustrativas sobre, tendo como base os principais objectivos da pesquisa. São no total 4 tabelas, em que a primeira, apresenta a segregação dos comunicados de imprensa que constituem a nossa amostra por origem, ou seja, as áreas ou sectores que enviaram os comunicados.

A segunda tabela apresenta dados segregados com base nos critérios de noticiabilidade, para melhor aferir em cada comunicado o critério de noticiabilidade que responde.

A terceira tabela, diz respeito a segregação dos dados com base nas características de valor-notícia apresentados. Essas características, por serem vastos, de acordo com Wolf (1999), podem ser construídas para responder aos objectivos preconizados no estudo.

A quarta tabele, apresenta dados e informação relativo a segregação dos comunicados publicados e não publicados, na sua totalidade.

4.1 Apresentação de dados

Quadro 1 Segregação dos comunicados por origem

Origem	Número de PR	Percentagem %
Instituições públicas	21	35%
Empresas/sec pub/privado	27	45%
Sociedade civil/ ONGs	12	20%

Fonte: Autor do trabalho, 2025

A tabela 1, apresenta a segregação dos comunicados de imprensa que constituem a nossa amostra por origem, ou seja, as áreas ou sectores que enviaram os comunicados. Os comunicados analisados, têm como origem três sectores, designadamente, as instituições públicas que inclui o Governo. O sector empresarial. E por fim, a sociedade civil e as Organizações Não Governamentais (ONGs).

A tabela mostra que, num universo de 60 comunicados de imprensa que deram entrada na AIM durante o período escolhido, cerca de 21 comunicados, correspondente a 35% do universo, foram enviados por instituições públicas (Ministérios, Conselho de Ministros, órgãos do Estado), entre outros.

A mesma tabela mostra que, do total abrangido, 27 comunicados, correspondente a 45%, foram enviados por empresas (Estado e privado), entre outros.

A última origem mostra que, 12 comunicados, correspondente a 20% do total dos 60 comunicados estudados, foram enviados pelas organizações da sociedade civil (Organizações Não Governamentais).

4.2 Quadro 2: Segregação com base em critérios de noticiabilidade

Critério	Total/PR	Observa o critério	Não observa	Percentagem %	
Proximidade	60	14	46	23%	77%
Actualidade	60	10	50	16%	84%
Novidade	60	8	52	13%	87%

Fonte: Autor do trabalho, 2025

A tabela 2, apresenta a segregação dos comunicados de imprensa que constituem a nossa amostra com base em critérios de noticiabilidade, proposto pelo Traquina (2002). Ou seja, foram

selecionados três principais critérios de noticiabilidade, designadamente, Proximidade, Actualidade e Novidade, para aferir se as notícias publicadas com base nos comunicados em análise, respondiam aos critérios, como condição *sin qua non* que determina o interesse geral.

Neste caso, apurou-se que, submetido a análise na base do critério Proximidade, dos 60 comunicados estudados, 14 comunicados correspondentes 23% observaram o critério e 46 comunicados, correspondentes 77%, não observaram o critério.

O mesmo exercício foi feito em relação ao critério de Actualidade, onde, dos 60 comunicados, 10 comunicados correspondentes a 16% da amostra, observam o critério e 50 comunicados, correspondentes a 84%, não observam o critério.

Por fim, no exame com base no critério Novidade, apurou-se que, do universo da amostra (60), só 8 correspondente a 13% é que cumpriam com o critério de análise (novidade) e 52 comunicados, correspondentes a 87%, não cumprem com o critério. De acordo com Traquina (2008) o critério Novidade refere-se aos factos que acontecem pela primeira vez.

4.3 Quadro 3: Segregação com base em critérios em valor-noticia

Critério	Total/PR	Observa o critério	Não observa	Percentagem %	
Interesse	60	26	34	43%	57%
Impacto	60	25	35	42%	58%

Fonte: Autor do trabalho, 2025

Para além dos critérios de noticiabilidade que constituem a base da nossa análise, e para alargar o ângulo da compreensão dos fenómenos e dar maior enquadramento, submetemos os comunicados de imprensa ao critério valor-notícia.

Neste caso, detectamos que, dos 60 comunicados recebidos pela AIM, no período em estudo, só 26 reuniam a característica "Interesse" no quadro dos valores-notícia, correspondente a 43% e 34 comunicados não respondiam a esse critério, correspondente a 57%.

No que tange a característica "Impacto", apurou-se que, só 25 notícias publicados na base dos comunicados recebidos, correspondente a 42% tinham impacto e cerca de 35 comunicados, correspondentes a 58% tinham impacto.

4.4 Quadro 5: Segregação dos comunicados publicados e não publicados

Origem	Nr de PR	Publicados	Noa/publicados	Per % publicados
Instituições públicos	21	20	1	95%
Empresas / sector privado	27	23	4	85%
Sociedade civil/ ONGs	12	10	2	83%
Total PR	**60**	**53**	**7**	**88%**

Fonte: Autor do trabalho, 2025

Por fim, do total dos comunicados recebidos, fez-se a segregação pelos publicados e não publicados, tendo em consideração as três de origem. Ou seja, sectores que enviaram os comunicados. Dessa análise, os dados mostram que, dos 21 comunicados oriundos das instituições públicas (Ministérios, Conselho de Ministros, órgãos de Estado), 20 comunicados foram publicados, correspondente a 95%, e apenas 1 é que ficou de fora, correspondente a 5%.

Dos 27 comunicados oriundos do sector empresarial, 23 correspondente a 85% foram publicados e 4 correspondentes a 15% não foram publicados.

Dos comunicados relativos à origem (Sociedade Civil e Organizações Não-governamentais), dos 12 comunicados oriundos desta área, 10 comunicados correspondentes a 83% foram publicados e apenas 2 não foram publicados, correspondentes a 13%.

Na análise geral dos 60 comunicados que deram entrada na AIM, agrupando os três sectores de origem, conclui-se que, 53 comunicados de imprensa correspondentes a 88% foram publicados e 7 comunicados correspondentes a 12 % não foram publicados.

4.4 Quadro 6: Segregação geral com base aos comunicados publicados sem observar critério de noticiabilidade e valor noticia

Critério	Total/PR publicados	Publicados sem criterio	publicados com criterio	Percentagem %	
Criterio noticiabilidade	53	23	30	43%	54%
Valor-noticia	53	28	25	52%	48%

Fonte: Autor do trabalho, 2024

O quadro 6 apresenta o total dos comunicados de imprensa publicados sem observar os três critérios de noticiabilidade e sem cumprir com a análise por Valor-notícia.

Neste caso, na base da análise por critérios de noticiabilidade, do total dos 53 comunicados publicados, 23 comunicados correspondentes a 43% não reuniam critérios para serem publicados (Proximidade, Actualidade e Novidade).

E, com base na categoria de valor-notícia, dos 53 comunicados publicados, 28 não cumpriam com a base da análise (interesse e impacto).

4.5 Apresentação de dados qualitativos relativos às entrevistas

O instrumento escolhido para aprofundar sobre as rotinas produtivas dentro da Redacção da Agência de Informação de Moçambique, foi a entrevista, para ajudar a compreender o processo pelo os comunicados de imprensa são transformados em notícia, examinando toda cadeia de produção. Para a materialização do desiderato, foram ouvidos no total, 5 profissionais de diferentes sectores, nomeadamente, 1 Chefe de Redacção, 2 editores e 3 jornalistas. Este método ajudou a fazer a colecta de dados descritivos, o que trouxe maior qualidade das opiniões dos entrevistados sobre os elementos existentes na realidade estudada a nível da AIM, concretamente sobre o tratamento dos comunicados de imprensa.

4.5.1 Comunicados publicados sem observância dos critérios de noticiabilidade

Com base nos nossos objectivos específicos, as entrevistas serviram para ajudar a identificar os factores que concorrem para que os comunicados de imprensa sejam publicados mesmo sem observância dos critérios de noticiabilidade. Das entrevistas efectuadas aos jornalistas, editores e chefe de Redacção, respondendo a questões concretas sobre as rotinas produtivas a nível da agência, com destaque para o tratamento dado aos comunicados de imprensa, extraímos dois padrões comuns de respostas:

a) Rotinas produtivas em relação aos comunicados de imprensa

O primeiro padrão é relativo ao tratamento dos comunicados de imprensa a nível da redacção. Aqui, tanto os editores, como os jornalistas, dois grupos que trabalham em estreita colaboração na seleção e produção noticiosa, assumem que, poucas vezes os comunicados são submetidos a avaliação na base de critérios de noticiabilidade. Para o primeiro grupo, neste caso, os jornalistas, os comunicados de imprensa, quando chegam à redacção são apenas adequamos a estrutura da organização dos artigos, que é, em forma de pirâmide invertida, procurando hierarquizar a

informação e posteriormente publicado, sobretudo os comunicados enviados pelo sector empresarial e sociedade civil. O segundo grupo, que são os editores, tomando conhecimento por parte dos jornalistas, de que a notícia resulta de comunicado, estes profissionais só se limitam a proceder com edição básica que é limpeza de erros ortográficos e seguidamente o conteúdo é publicado. Enquanto que, o Chefe de Redação, muita das vezes nem sequer toma conhecimento destas notícias resultantes dos comunicados, uma vez que não são discutidos em pauta. O que significa que tem pouca ou quase nenhuma intervenção neste processo.

b) Razões por detrás da publicação dos comunicados sem critérios de noticiabilidade

O segundo padrão é relativo às razões por detrás da publicação dos comunicados que não reúnem os critérios de noticiabilidade. Aqui, tanto os editores, como os jornalistas, afirmam que, na maioria das vezes em que os comunicados são enviados, os assessores, adidos de imprensa e os gabinetes de comunicação têm sempre o cuidado de ligar aos profissionais para fazer o *lobby* necessário para que o assunto não fique de fora. Os editores informaram que, dependendo das afinidades que os assessores, adidos e os gabinetes de comunicação têm tanto com os jornalistas, quanto com editores, isso assegura que os comunicados de imprensa, sobretudo vindos do sector empresarial, tenham um tratamento especial a nível da redacção. A abordagem dos entrevistados, embora de forma indireta, assume haver espaço para gratificações no quadro dos contactos entre fontes e os profissionais. O Chefe de Redacção, afirma que, quando se trata dos comunicados, os editores e os jornalistas têm maior autonomia para trabalhar no assunto, confirmando que, por vezes, o comunicado é recebido, tratado e publicado por uma única pessoa. Neste caso, assume-se que é um assunto que vem já preparado para ser publicado e não para ser avaliado.

4.6 Análise dos dados e informação

A partir da análise realizada à tabela 1, relativa a segregação dos comunicados por origem percebemos que, durante o período em estudo o sector privado (empresas) foi que enviou maior número de comunicados a AIM, seguido pelo sector do Estado e por último a sociedade civil. A explicação lógica é que, o sector empresarial apresenta-se mais presente nos media pelo seu interesse em definir pautas e influenciar as narrativas a seu favor. Aqui ressalta a vista a questão económica, tendo em conta a orientação do sector que está iminentemente ligado ao lucro.

A partir da análise realizada sobre tabela 2, relativa a segregação dos comunicados por critério de noticiabilidade, percebemos que, os critérios menos presentes são: Actualidade e Novidade, contrariando a perspectivas dos autores Traquina (2002) e Wolf (1986), que hierarquizam Actualidade e Novidade como as principais características na seleção das notícias. E o critério Proximidade acaba sendo o que apresenta uma presença razoável, mas, sem colocar em causa a sua importância, este critério deve "sempre" ser acompanhado pelos outros, nomeadamente, Novidade e Actualidade para cumprir na íntegra a sua função na construção de uma peça noticiosa. Essa realidade, encontra paralelismo na visão da teoria *newsmaking*, que é base do nosso estudo, na qual defende que, diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. *E d*entre as práticas apresentadas por essa teoria, destacam-se os critérios de noticiabilidade, esses critérios segundo a teoria, ajudam a escolher entre inúmeros factos, uma quantidade limitada de notícias.

A análise dos dados colhidos na base das entrevistas, os nossos entrevistados, ao afirmarem categoricamente que**,** poucas vezes os comunicados são submetidos a avaliação na base de critérios de noticiabilidade, isso consolida a visão de que, a ausência dos gatekeepers, e de acordo com a mesma teoria que é base do nosso estudo, isso influencia para distorção e homogeneização das notícias. A esse respeito, o primeiro parágrafo da obra *The invisible persuaders* que Devid Michie (1998) questiona uma das actividades que mais parece contribuir para a indução noticiosa, a assessoria de imprensa através dos press-releases (comunicados de imprensa). A essa afirmação do Devid Michie (1998), pode ser conjugado com a célebre frase da Eça de Queirós, estudiosa do campo jornalístico, que disse "sobre a nudez forte da verdade, o manto diáfano da fantasia", isso se aplica a muita produção noticiosa actual. Neste caso, fica provado que a influência da assessoria de imprensa na produção noticiosa, enquanto técnica, pode ser percebida como fenômeno que coloca em causa a credibilidade do jornalismo, transmitindo informações com um determinado fim que não coaduna com os critérios de noticiabilidade.

Analisando a segregação feita na tabela 3, com base em critério Valor-notícia, umas das categorias de análise assumidas no trabalho, percebemos que, quase a metade das notícias publicadas não contém as características ou os padrões (Interesse e Impacto), factor que consolida a convicção de que, boa parte das notícias veiculadas são determinadas a partir do

exterior e não com base aos critérios de seleção defendidos pelo Mauro Wolf (1986), segundo a qual, valores-notícia são critérios que influenciam a selecção e o destaque de factos como produto noticioso. Estes valores ajudam a explicar o que torna algo "digno de ser noticiado". Segundo o pesquisador italiano Mauro Wolf, valor-notícia é um componente da noticiabilidade que define "quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia". Para o autor, estes valores funcionam, na prática, de forma complementar.

Aqui, encontramos paralelismo com os dados apurados na base de entrevistas, sobretudo na constatação tirada, segundo a qual**,** logo depois do envio dos comunicados, os assessores, adidos de imprensa e os gabinetes de comunicação tem sempre o cuidado ligar aos jornalistas para fazer o *lobby* necessário para que os seus assuntos não fiquem de fora, isso prova que, há uma relação de promiscuidade entre os jornalistas e as fontes de informação, factor que coloca em causa os cumprimento das rotinas produtivas defendidas pela teoria do gatekeepers, que aborda sobre o comportamento de cada profissional de comunicação quanto a descrição das notícias no que diz respeito a decisão do que publicar ou não publicar. Aqui não se olha tanto da pertinência ou relevância do assunto, sendo que, o que determina a publicação dos comunicados são as chamadas feitas aos jornalistas e editores. Da leitura feita, conclui-se que, dessas chamadas há hipótese de ocorrer gratificações. Esse fenômeno, pode prejudicar a actividade e comprometer a seleção das notícias com base nos critérios de noticiabilidade anteriormente definidos.

A teoria de base que norteia o nosso estudo, defende que**, u**ma informação, desde a sua selecção até à sua publicação, independentemente do meio de comunicação, atravessa um longo caminho, com várias etapas, que vão desde a interpretação dos critérios de noticiabilidade por parte do jornalista até à interpretação desses mesmos critérios pelo director na hora da publicação, mas infelizmente na AIM ainda prevalecem desafios nesse quesito.

Analisando a tabela 4, relativa a segregação dos comunicados publicados e não publicados, na base da sua origem, constatamos que, os comunicados oriundos das instituições públicas foram quase publicados na totalidade, na ordem de 95%, comparados com comunicados oriundos do sector empresarial, na ordem de 85% e por fim, os comunicados vindos da sociedade civil na ordem de 83%. No cômputo geral, todos os comunicados têm uma boa percentagem de publicação, embora parte considerável não reúnam condições para o efeito. Da leitura feita, o primeiro argumento é que, os comunicados vindos de instituições públicas, na sua maioria

combinam os três critérios e afiguram-se como os que reúnem condições para serem publicados como notícia. Isto é, na sua esmagadora maioria preenchem os critérios de noticiabilidade. A preocupação surge com os comunicados de imprensa oriundos do sector empresarial e sociedade civil. Aqui, está patente que há outros factores que determinaram a sua publicação fora dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia. Sendo que, é aqui onde entram em acção os Spin Doctor ou definidores de notícias. Para Molotch e Lester (1974) apresentam o conceito de "promotores de notícias" para caracterizar as fontes que tentam transformar um facto numa notícia ou que tentam, por vezes simultaneamente, impedir que outros factos cheguem ao conhecimento público. Esses profissionais exercem uma acção que é caracterizada como perverso e perturba o processo normal de produção noticiosa na base do rigor técnico. Essa pressão impede a operacionalização do papel dos gatekeepers, descrito pela teoria como essencial para a seleção das notícias que são publicadas.

Da análise feita dos dados do tabela 6, segregação geral com base aos comunicados publicados sem observar critério de noticiabilidade e valor-notícia, a leitura que se faz é que, cerca da metade do número total dos comunicados publicados, não reuniam condições para serem selecionados, tanto do ponto de vista do padrão (critérios de noticiabilidade), quanto do padrão do critério (valor-notícia). Ora, se a metade dos comunicados publicados não reuniam requisito para serem classificados como notícia, conclui-se que, há uma influência excessiva e perverso dos comunicados de imprensa na produção noticiosa. Para além dessa influência, também pode-se concluir que, de acordo com Traquina (2002), existem duas formas de ver o jornalismo: o Polo ideológico e o Polo económico. O primeiro acredita-se que o jornalismo é um serviço público e o segundo, que é um negócio. Aqui fica claro que factores económicos, jogam papel decisivo na decisão de seleção, na medida em que, a conjugação das análises dos dados quantitativos e qualitativos, conclui-se, as empresas que mantêm relações económicas com a AIM têm privilégio no tratamento dos seus comunicados.

CAPÍTULO V

CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. Considerações

A elaboração do presente trabalho tinha como objectivo analisar a influência dos comunicados de imprensa na produção noticiosa da Agência de Informação de Moçambique (AIM), no período compreendido entre Septembro de 2024 a Março de 2025.

Assim, com base na pesquisa bibliográfica e nos dados recolhidos a partir de entrevistas feitas a 5 profissionais de comunicação da AIM, bem como na análise de 60 comunicados de imprensa, que tivemos acesso, concluímos que:

A nível da AIM, os comunicados de imprensa jogam papel preponderante na produção noticiosa e posicionam-se como fontes de informação prestigiosas para alimentar o serviço público de informação, no entanto, prevalecem desafios relativos à filtração do conteúdo usado na base dos comunicados. Esse conteúdo em algumas situações gera um impacto perverso devido a manipulação a que está sujeita pela assessoria de imprensa.

Os pesquisadores constactaram que, os comunicados de imprensa, apesar da sua função de definição das linhas com que se cozem as notícias desempenhando uma função legítima na dinâmica do órgão, apresentam uma fraca presença dos critérios de noticiabilidade, deixando claro que padecem de vários vícios que comprometem o interesse que as notícias geram nas pessoas, tendo em conta que, parte considerável dos artigos publicados na base dos comunicados de imprensa não tem valor-notícia. Ou seja, não reúnem condições para serem publicados como produto noticioso. A situação perturba amplamente a credibilidade e cria uma homogeneização das notícias.

Está provado igualmente que, parte considerável das notícias publicadas na base dos comunicados de imprensa seguem um fio condutor dado pelos gabinetes de comunicação das organizações, o que quer dizer que, são orientadas a partir do exterior, com todo o risco que isso acarreta de manipulação. Neste caso, os comunicados de imprensa que não observam os critérios de noticiabilidade estão presentes em quase metade das notícias publicadas na AIM com base nesse instrumento.

As rotinas produtivas estão seriamente comprometidas devido às relações de promiscuidades entre jornalistas e as fontes de informação, sobretudo do sector empresarial. Estas fontes exercem uma pressão à redacção e colocam em causa a qualidade dos conteúdos informativos publicados. Aliado a isso, há uma disfunção no tratamento de conteúdos, provocado pela não observação das etapas de produção noticiosa, sobretudo quando se fala das notícias produzidas na base dos comunicados devido a essas relações de promiscuidade entre as fontes e os jornalistas.

Parte considerável dos comunicados de imprensa recebidos, estão nivelados por baixo. São de baixa qualidade e não reúnem condições para serem validados como notícia, factor que empobrece o trabalho final. A grande lacuna dos comunicados que dão entrada na agência, está ligada ao preenchimento dos critérios de noticiabilidade, mas mesmo assim, estranhamente conseguem passar e são publicados como notícia, atropelando as regras básicas de produção jornalística.

E, deste modo através do estudo ficam comprovadas as duas hipóteses levantadas, segundo a qual, *os comunicados de imprensa é provável que sejam recursos cruciais na produção noticiosa na Agência de Informação de Moçambique* e a última na qual, os comunicados de imprensa podem resultar numa homogeneização das notícias e numa potencial manipulação.

Outrossim, constatamos que, como declararam os nossos entrevistados, as razões que concorrem para a divulgação dos *press release* mesmo sem observância de critérios de notícia, prende-se com as relações de promiscuidade entre os assessores de imprensa das organizações e os profissionais de comunicação, aliado à fraca capacidade interna na AIM para a censura dos instrumentos de suporte.

Com base nas constatações apuradas e as análises feitas, fica cabalmente respondida a nossa pergunta de pergunta de partida, na qual questionamos: **até que ponto os comunicados de imprensa que chegam à redação da AIM preenchem os critérios de noticiabilidade?**

5.1 Recomendações:

i. A AIM deve criar um departamento ou direção de critica de conteúdos a nível da Redacção, produzir e divulgar um guião padrão de produção de um comunicado de imprensa.

ii. A AIM deve promover capacitações aos assessores sobre técnicas de elaboração de comunicados, notícias, entre outras ferramentas indispensáveis.

CAPÍTULO VI

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

«AIM, Agência de Informação de Moçambique». AIM. 2013. Consultado em 3 de janeiro de 2022

AMARAL, Luiz. Assessoria de Imprensa nos Estados Unidos. In: DUARTE, Jorge (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

AMERICAN SOCIETY OF NEWSPAPER EDITORS. Reconsidering jour- nalism values. 1999. Disponível em: http://www.asne.org/index. cfm?ID=3280. Acesso em: 25 março 2007.

BALZAC, Honoré de. *Os Jornalistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

BERTRAND, C.J. O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia. Bauru: EDUSC, 2002.

CHAPARRO, M. *Cem anos de Assessoria de Imprensa*. Assessoria de Imprensa: Diferenças nas práticas entre Portugal e Brasil. Rio de Janeiro, 2010.

CHRISTOFOLETTI, Rogério, 2010, Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo, Cabcom books.

DUARTE, Jorge. *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Ferreira 2010, Ivone Ferreira, Asindustrias de Persuasao, labcom books.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social.* 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GIL, António. Métodos e Técnicas de pesquisa Social. 5a Edição, Atlas Editora, S.A: São Paulo. 2008.

GIL, António. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Atlas. 6ª Edição. São Paulo, 2008.

HABERMAS, Jürgen. Direito e Democracia: entre facticidade e validade. Tradução: Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HALL, Stuart. A produção social das notícias: o *mugging* nos *media*. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e "estórias".Tradução: Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1999.

LEAL. Eveline Gonçalves. As Assessorias de Imprensa e a Produção de Notícias. São Paulo. 2011.

MARCONI, Marina Andrade e LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica.
MARX, Karl. O Capital. Lisboa/Moscou: Editorial "Avante!"/Edições Pro- gresso, 2v., 1990.
McLUHAN 1969, Marshall McLuhan, Understanding Media, Sphere Books Ld.
McQUAIL, D. Audience analysis. London: Sage Publications, 1997.
MOLLEDA, Juan Carlos. Um modelo de diálogo com a imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.) Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes, e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Tradução: Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1999.

MOTTA, Luiz Gonzaga (Org). A Imprensa e o Poder. Brasília: Editora UNB, 2002

PALLARES-BURKE, Maria Lucia Garcia. A imprensa periódica como uma empresa educativa no século XIX. In: Caderno de Pesquisa, n.104 p. 144-161, jul. 1998

Richardson, R.. *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. São Paulo: Editora Atlas. (1999.

Santos, R. (2003). Jornalistas e Fontes de Informação. Coimbra, Minerva.

Silva, E. & Menezes, E.. *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. 2001.

TRAQUINA, N. (2001). O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos.
TRAQUINA, Nelson. (2002). O que é jornalismo? Lisboa: Quimera.
TRAQUINA, Nelson. (Org). Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Tradução: Luís Manuel Dionísio. Lisboa: Vega, 1999.
WOLF, M. Teorias da comunicação. 2ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992.
BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

SOUZA, Jorge Pedro. A auditoria de comunicação organizacional na perspectiva das Relações Públicas. In: CESCA, Cleuza G. Gimenes. Relações Públicas e suas interfaces. São Paulo: Summus, 2006

PENTEADO, António Rocha. O Sistema Portuário de Belém Anexos UFP Coleção Amazônica Série José Veríssimo ARP. 1968.

LAGE, Nílson. Ideologia e técnica da notícia. Petrópolis, Vozes, 2006.

Ferreira 2010, Ivone Ferreira, Asindustrias de Persuasão, labcom books.

CHRISTOFOLETTI, Rogério, 2010, Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo, Cabcom books.

MARX, Karl. O Capital. Lisboa/Moscou: Editorial "Avante!"/Edições Pro- gresso, 2v., 1990.

AMERICAN SOCIETY OF NEWSPAPER EDITORS. Reconsidering jour- nalism values. 1999. Disponível em: http://www.asne.org/index. cfm?ID=3280. Acesso em: 25 março 2007.

McQUAIL, D. Audience analysis. London: Sage Publications, 1997.

RIBEIRO, Gustavo Lins. Outras globalizações: cosmopolíticas pós-imperialistas Rio de Janeiro: EDUERJ, 2014.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. Assessoria de imprensa, teoria e prática. 7.ed. São Paulo: Summus, 2009.

Gans, Herbert J. (2009). "Working in Six Research Areas: A Multi-Field Sociological Career". *Annual Review of Sociology*. **35**:

WHITE, D M (1950). "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News". Journalism Quaterly, vol. 27, n. 4, p.382-394.

STUMPF, M. R. Aprendizagem de Escrita de Língua de Sinais pelo sistema SignWriting: Línguas de Sinais no papel e no computador. Tese de Doutorado. Porto Alegre, UFRGS, 2005.

GRADIM, Anabela "Manual de Jornalismo Livro de Estilo do Urbi et Orbi", São Paulo: Summus, 2010.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Maria de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5ª Edição. Editora Atlas; São Paulo: 2003

ABRAMO, Perseu. Padrões de manipulação na grande imprensa. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016 ISBN: 978-85-5708-008-9

Apêndice 1

Guião de Entrevista dirigido aos profissionais de Comunicação Social da AIM.

O presente Guião de entrevista faz parte de uma investigação em curso no âmbito do Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em Jornalismo na Universidade Eduardo Mondlane, cujo tema é "*A Influência dos Comunicados de Imprensa na Produção Noticiosa da Agência de Informação de Moçambique*". O propósito deste Guião é meramente académico, garantindo assim o anonimato e a confidencialidade do participante.

II. Relação dos Comunicados de Imprensa com a Produção da Notícia na AIM

2.1 Utilizam comunicados de imprensa ou press leaser para a produção noticiosa?

2.2 Na sua opinião qual é a influência dos *Press Leaser* na Produção de Notícia na AIM?

2.3 Qual é o tratamento que se dá aos *press leaser* quando chegam na AIM?

2.4 Será que os *press leaser* sofrem uma censura quando chegam na AIM? Ou são publicados tal qual são recebidos?

2.5 Como são escolhidas as notícias para a publicação? Quem é que decide? Há alguma regra?

2.6 Pode descrever todo o processo de produção de notícias a partir dos *press leaser*?

2.7 Na sua opinião são observados os critérios de noticiabilidade nos press leaser que recebem de diversas organizações?

2.8 Qual é a relevância/importância dos *press leaser* na produção da notícia na AIM?

2.9 Quando recebem a informação dos comunicados, como é usada a informação? É feita alguma verificação da informação? Qual é o ponto de verificação?

2.10 Qual a sua opinião sobre o papel do *press leaser*?

2.11 Em média quantos press *leaser* recebem por mês? E quantos apresentam características de uma notícia?

2.12 Qual o papel dos comunicados de imprensa? Que importância lhes dás?

2.13 Quando os comunicados estão na base de uma notícia, que fazes depois? A partir daqui quais são os passos?

2.14 Há quem diz que a AIM publica os comunicados tal como os recebe. Qual é o seu comentário?

2.15 Gostaria de acrescentar alguma coisa que não foi colocada durante a entrevista?

Apêndice 2

Questionário dirigido aos profissionais de comunicação da AIM

O presente Questionário faz parte de uma investigação em curso no âmbito do Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em Jornalismo na Universidade Eduardo Mondlane, cujo tema é "*A Influência dos Comunicados de Imprensa na Produção Noticiosa da Agência de Informação de Moçambique*". O propósito deste Questionário é meramente académico, garantindo assim o anonimato e a confidencialidade do participante.

II. Sobre os Press Leaser

2.1 Em média quantos press realease a AIM recebe por mês?
() menos de 10 () entre 10 a 15 () entre 15 a 20

2.2 Quantos apresentam características de uma notícia?
() Todos () maioria () minoria () nenhum

2.3 Quantos não preenchem os requisitos de uma notícia?

() Todos () maioria () minoria () nenhum

2.4 Qual é a avaliação que faz dos comunicados de imprensa que a AIM recebe?
() Boa () Mã () Razoavél () Outra Especifique

_____

2.5 A AIM publica todos os comunicados que recebem das organizações ou há um trabalho que ainda é feito para dar o cunho de notícia?

() Publica tudo () Faz censura

Apêndice 2

Muito obrigado pela colaboração