

**A ENGRENAGEM DA
NOTICIABILIDADE NO
MEIO REDEMOINHO**

THE NEWSWORTHINESS IN THE
SWIRL

EL ENGRANAJE DE LA
NOTICIABILIDAD EN EL
TORBELLINO

Gislene Silva^{1, 2}

RESUMO

Estudos diversos sobre noticiabilidade buscam conhecer a lógica da engrenagem que produz notícias e, não raro, passam por encaixes e desencaixes com conceitos próximos, como o de valores-notícia e o de critérios de noticiabilidade. Considerando que frequentemente esses conceitos são empregados sem distinção, este ensaio tem como motivação marcar novamente a diferença entre eles, insistir no não reducionismo do conceito de noticiabilidade e explicitar com mais vigor a não simplificação a respeito de valores-notícia, um dos tantos critérios de noticiabilidade. Volto a questões tratadas em trabalho anterior, de 2005, para expor com mais ênfase esta rede complexa em que um acontecimento, entre tantos, ganha potência para ser transfigurado em acontecimento jornalístico, observando a natureza de diferentes fatores que agem no trajeto que se dá do noticiável ao noticiado. Um trajeto intricado, desenhado conjuntamente por uma linha de produção que

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com pós-doutorado na ECA/USP (2009) e Universidad Complutense de Madrid (2016). Líder do Grupo de Pesquisa Crítica de Mídia e Práticas Culturais. Bolsista PQ / CNPq. E-mail: gislenedasilva@gmail.com.

² Endereço de contato com a autora (por correio): Universidade Federal de Santa Catarina – Campus Trindade, Florianópolis. CCE/Jornalismo, SALA 144. CEP 88.040-900.

cristaliza operações no decorrer da história e por traços dispersos das movimentações da sociedade em seus tempos, lugares e culturas.

PALAVRAS-CHAVE: Noticiabilidade; critérios de noticiabilidade; valores-notícia.

ABSTRACT

Several studies on newsworthiness seek to know the logic of the gear that produces news and, often, go through fittings and disembarks with close concepts, such as news values and newsworthiness criteria. Considering that these concepts are often used without distinction, this essay has the motivation to re-mark the difference between them, to insist on the non-reductionism of the newsworthiness concept and to spell out more non-simplification regarding news values, one of the many criteria of newsworthiness. I return to issues dealt with in a previous work of 2005, to expose with more emphasis this complex network in which an event, among so many, gains power to be transfigured into a journalistic event, observing the nature of different factors that act in the path that occurs from the newsworthy to the reported. An intricate path, drawn together by a production line that crystallizes operations throughout history and by scattered traits of society drives into its times, places and cultures.

KEYWORDS: Newsworthiness; news-values.

RESUMEN

Estudios diversos sobre noticiabilidad buscan conocer la lógica del engranaje que produce noticias y, no raramente, pasan por encajes y desacoplamientos con conceptos próximos, como el de valores-noticia y el de criterios de noticiabilidad. Considerando que a menudo estos conceptos se emplean sin distinción, este ensayo tiene como motivación marcar de nuevo la diferencia entre ellos, insistir en el no reduccionismo del concepto de noticiabilidad y explicitar con más vigor la no simplificación con respecto a valores-noticia, uno de los tantos criterios de noticiabilidad. Vuelvo a cuestiones tratadas en trabajo

anterior, de 2005, para exponer con más énfasis esta red compleja en que un acontecimiento, entre tantos, gana potencia para ser transfigurado en acontecimiento periodístico, observando la naturaleza de diferentes factores que actúan en el trayecto que se da de lo noticiable al noticiado. Una trayectoria intrincada, diseñada conjuntamente por una línea de producción que cristaliza operaciones en el transcurso de la historia y por rasgos dispersos de los movimientos de la sociedad en sus tiempos, lugares y culturas.

PALABRAS CLAVE: Noticiabilidad; criterios de noticiabilidad; valores-noticias.

Recebido em: 29.11.2017. Aceito em: 16.02.2018. Publicado em: 29.06.2018.

Notas iniciais

Clássicas interrogações movem as reflexões que tentam substanciar a Teoria do Jornalismo a partir de teorias da notícia³. Por que as notícias são como são? Como ocorrências de diversos tipos se transformam em notícias? Por que alguns acontecimentos, entre tantos, alcançam visibilidade midiática e se tornam acontecimentos jornalísticos? Como primeiro ato, a necessidade de responder o que seria **noticiabilidade**, conceito central no enfrentamento a tais perguntas. Em artigo de 2005, *Para pensar critérios de noticiabilidade*, disse que compreendia noticiabilidade (*newsworthiness*) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, fosse o assunto mesmo do acontecimento, a habilidade do repórter, o acesso às fontes, a qualidade do material apurado, os públicos, a cultura profissional, o momento histórico vivido, o quadro político, as condições econômicas etc. (SILVA, G., 2005, p. 96).

Isso sugere que podemos tratar de noticiabilidade em muitas situações, que demandam abordagens de diversas ordens, ora mais teóricas, mais práticas e operacionais, ora mais políticas, ideológicas ou outras. Por esse entendimento, buscava, como segundo ato, anotar a variedade de fatores que agem no processo produtivo da notícia. Ou seja, a partir de um conceito de noticiabilidade procurei identificar três instâncias nas quais localizava esses fatores e os via vinculados a conjuntos de critérios, compreendendo

³ No artigo *Teorias da Notícia: impasses para a Teoria do Jornalismo*, de 2009, discuti, juntamente com Felipe Pontes, o problema do enclausuramento da Teoria do Jornalismo dentro dos estudos de teorias da notícia. Entendemos as teorias da notícia como uma das áreas de estudo que compõem a Teoria do Jornalismo – nesta estariam ainda muitas outras teorias particulares, como as que pensam a relação do jornalismo com a democracia ou com o poder, o jornalismo como instituição social, os problemas dos conglomerados de mídia, as transformações tecnológicas dos meios de comunicação, os lugares da imprensa alternativa, a distribuição, circulação e recepção de notícias, os códigos deontológicos, os princípios éticos etc.

conceitualmente **critérios de noticiabilidade** como parâmetros diversos que afetam as ações jornalísticas em todo o percurso: da percepção e seleção do acontecimento/ocorrência (*critérios de noticiabilidade na origem dos fatos – valores-notícias*) (1ª. instância); passando pelo acontecimento tratado jornalisticamente (*critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos*) – apurado / narrado/ hierarquizado / editado / publicado – e submetido a fatores extra-organizacionais, como interesses e condições de fontes e públicos (2ª. instância); até chegar a critérios mais abstratos (*critérios de noticiabilidade na visão dos fatos*) que também atuam diretamente na produção da notícia, como aqueles relacionados à ética jornalística e a princípios caros ao campo, como verdade, imparcialidade, interesse público etc. (3ª. instância). Digo que afetam as ações jornalísticas no sentido de orientar, limitar, possibilitar, de forma consciente ou não, deliberada ou não, explícita ou imperceptível. Como antecipava naquele momento, esses conjuntos de critérios ligados a vários fatores não funcionam de modo isolado, mas sim concomitantemente, uma vez que as separações em categorias servem geralmente à mão fria de análises acadêmicas e à necessidade de ensinar conteúdos por partes.

Naquele texto de 2005, além de ter proposto demarcações para os conceitos de noticiabilidade, de seleção de notícias e de valores-notícias, fiz um levantamento documental de vários elencos de valores-notícia elaborados por diferentes autores (Gans, Schudson, Shoemaker, Golding e Elliot, Galtung e Ruge, Wolf e outros) e organizei um quadro simplificado com o objetivo de operacionalizar análises de notícias publicadas, demonstrando escolhas editoriais entre veículos concorrentes, e assim auxiliar alunos na reflexão sobre tais valores-notícias no processo de produção jornalística. Retomei o tema em 2014 organizando em parceria um livro que revisitava trabalhos dispersos em produções acadêmicas brasileiras da década anterior (SILVA, G.; SILVA, M. P.;

FERNANDES, M. L., 2014) e agora me vejo de novo frente à necessidade de voltar à problemática. Considerando que frequentemente conceitos em torno da questão da noticiabilidade são empregados sem distinção, este ensaio tem como motivação marcar novamente a diferença entre eles, insistir no não reducionismo do conceito de noticiabilidade e explicitar com mais vigor a não simplificação a respeito de **valores-notícia**, um dos tantos critérios de noticiabilidade.

Pode parecer que minha resposta àquelas clássicas interrogações com base em três atos conceituais (noticiabilidade, seleção e valores-notícia) e em um ato mais operacional (de registro documental de elencos de valores-notícia, sistematização por novo rearranjo e sugestão de técnica de análise) esteja partindo apenas da perspectiva interna de quem está dentro da engrenagem da produção da notícia, interessada somente em decifrar a máquina para aprendizes da produção noticiosa que desejam conhecê-la por dentro. Parto sim desta perspectiva interna, mas não apenas e não somente. E é isso que gostaria que ficasse mais claro neste ensaio, ao expor com mais ênfase esta rede complexa em que um acontecimento, entre tantos, ganha potência para ser transfigurado em acontecimento jornalístico, observando a natureza de diferentes fatores que agem no intrincado trajeto que se dá do noticiável ao noticiado.

Sobre noticiabilidade

As conceituações de noticiabilidade buscam quase sempre dar conta da abrangência do processo noticioso. Revendo algumas delas, iniciamos com Mauro Wolf,

para quem a noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p308>

profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2003, p. 195).

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que dever ser inserido e de que modo dever ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção (WOLF, 2003, p. 200).

Na leitura de Carlos Franciscato, o conceito em Wolf acaba se mostrando insuficiente para próprio autor e que por isso Wolf

recorre a uma complexa combinação de fatores para investigar os critérios de noticiabilidade, sejam eles característicos do evento, do texto noticioso, dos fatores internos da organização noticiosa e de relações sociais mais amplas, como fatores econômicos, mercadológicos ou culturais. Consideradas as diferenças, este percurso também é seguido por outros autores, como Gans (1979) e Van Dijk (1996). (FRANCISCATO, 2014, p. 87).

Segundo Michael Schudson,

a criação das notícias é sempre uma interação de repórter, director, editor, estrangimentos da organização da sala de redação, necessidade de manter os laços com as fontes, os desejos da audiência, as poderosas convenções culturais e literárias dentro das quais os jornalistas freqüentemente operam sem as pensar (apud CORREIA, 1997, p. 133).

Também na percepção de Nelson Traquina as notícias são o resultado de um processo de produção definido como *percepção, seleção e transformação* de uma matéria-prima (principalmente os acontecimentos) num produto (TRAQUINA, 2001, p.94). E citando Robert Hackett, diz que a construção das notícias se deve às características tecnológicas de cada meio noticioso, logísticas de produção jornalística, imperativos comerciais, retraimentos orçamentais, inibições legais, disponibilidade de informação das fontes,

necessidade de narrar o fato de modo inteligível e atraente, para um determinado público (TRAQUINA, 2001, p. 63).

No minucioso trabalho de Jorge Pedro Sousa para sistematizar propostas de Schudson e de Shoemaker e Reese e demonstrar seu paradigma explicativo a respeito do processo de produção de notícias, o autor também expõe sua compreensão de noticiabilidade ao definir que

as notícias são um artefato construído pela interação de várias forças, que podemos situar ao nível das pessoas, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico e da história. [...] Em parte, a ação descrita é exercida porque os meios jornalísticos integram essas representações de determinadas ocorrências, ideias e temáticas, enquanto fragmentos que são, num sistema racionalizado e organizado que globalmente fornece um quadro referencial explicativo do mundo, num processo que poderíamos, genericamente, designar por construção social da realidade pelos media, a exemplo a noção avançada por Berger e Luckmann (1976). (SOUSA, 2002, p. 17-18).

Franciscato, a partir de Tuchman, analisa que

as abordagens construcionistas da notícia ampliam a descrição desses mecanismos que conduzem à formulação dos critérios de noticiabilidade. É mantida uma forte ênfase nos processos institucionais ligados à organização e ao relacionamento do jornalista com suas fontes de informação, ambos condicionando a definição do que é noticiável. Entretanto, há uma ampliação da rede de condicionantes: os processos sócio-histórico-culturais tornam-se peças-chaves neste argumento. A notícia será conformada como resultante das posições sociais predominantes dos indivíduos e grupos sociais envolvidos com a produção jornalística, e principalmente em consequência das concepções e valores culturais que eles partilham (como a ideologia) por pertencerem a uma comunidade (FRANCISCATO, 2014, p. 97 e 98).

É exatamente essa “ampliação da rede de condicionantes” que possibilita não reduzir o conceito, não interpretá-lo somente e apenas pela perspectiva interna da produção, como se restrito a operacionalidades de tipos específicos de critérios. No artigo de 2005, eu já trazia essa preocupação.

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p308>

É reducionista, portanto, definir noticiabilidade ou somente como conjunto de elementos por meio dos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos ou apenas como o conjunto de elementos intrínsecos que demonstram a aptidão ou potencial de um evento para ser transformado em notícia (SILVA, 2005, p. 97).

Ou seja, nem apenas como algo nas mãos da empresa jornalística e seus profissionais e suas fontes, nem tampouco como algo dado de forma espontânea pelos acontecimentos. No livro organizado em 2014, Marcos Paulo da Silva, também atento à questão dos limites da operacionalidade, destaca “a existência de uma grade dinâmica e multifacetada de variáveis econômicas, políticas e socioculturais que resultam na elaboração simbólica de uma concepção de vida cotidiana – esta, de fato, orientadora dos diferentes padrões noticiosos socialmente estabelecidos” (SILVA, M. P., 2014, p.132). O mesmo faz Franciscato, quando vê como avanço considerar nessa discussão as dimensões da experiência humana para entender a noticiabilidade como resultante de construções sociais de modos de vivenciar esta experiência no cotidiano e na vida pública:

O movimento teórico para esta mudança de status não é simples, já que os critérios de noticiabilidade têm sido predominantemente descritos como recursos operativos de reconhecimento e nomeação dos fenômenos por parte dos jornalistas para possibilitar a construção de seus relatos noticiosos e, num segundo momento, por parte da sociedade, que identifica estes relatos a partir de uma órbita de expectativas prévias que possui a respeito de quais conteúdos seriam aceitos como noticiosos (FRANCISCATO, 2014, p. 99).

Tal perspectiva, portanto, têm afinidade com a ideia de que os acontecimentos não seriam por si mesmos ‘naturalmente’ noticiáveis, como já demonstraram Hall e outros em 1973: “As ‘notícias’ são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de

acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (HALL et all. em TRAQUINA, 1999, p. 226).

De minha parte, hoje, eu aperfeiçoaria minha proposição nos seguintes termos:

noticiabilidade pode ser entendida como uma combinação complexa de forças ou fatores potencialmente capazes de agir no processo da produção da notícia, desde características do acontecimento, julgamentos pessoais e habilidades do jornalista, relação dos repórteres com as fontes, qualidade do material apurado e tratado (imagem, som e texto), prazo e linha editorial, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia no mercado (econômicas, tecnológicas e políticas editoriais), relação do veículo noticioso com a publicidade, negociações com públicos e audiências (circulação e recepção), questões éticas e ideológicas das decisões editoriais, cultura profissional da categoria e ainda circunstâncias históricas, culturais, políticas e econômicas de uma determinada sociedade.

Sobre critérios de noticiabilidade

Uma vez que noticiabilidade como conceito é tomada de modo complexo, abrangendo enorme variedade de fatores capazes de agir na configuração de uma notícia, vamos ter igual variedade de critérios e parâmetros a afetar as ações jornalísticas em todo o percurso da produção noticiosa. Não por acaso, para estudar critérios de noticiabilidade é sempre mais fácil recorrer a figurações que os ordena no sentido da lógica da cadeia de produção, partindo da seleção do acontecimento e elaboração da pauta, depois

apuração e tratamento editorial da matéria-prima⁴. Por se guiar pela linha de produção, este tipo de análise pode parecer restrito à engrenagem, como se esta operasse à parte da sociedade. Mas não se trata disso, obviamente, pois jornalistas, públicos, fontes e anunciantes vivem em um mesmo tempo histórico, no qual as coisas acontecem e, a partir delas, as notícias. Quero dizer com isso que fatiar a noticiabilidade em critérios ou parâmetros tem sua validade para compreender algumas entranhas do processo de se fazer notícias. Apesar de tal tarefa resultar diretamente de ações e decisões dos profissionais, isso não significa a negação de todo o entorno desse tipo de produção, daquilo que vem antes e depois. Ou seja, a notícia começa e acaba na sociedade. E no meio do caminho há o jornalista, a empresa de mídia e os inúmeros interesses que elaboram o acontecido e os ditos em produto noticioso comercializável.

As teorias de caráter totalizante buscam mostrar justamente isso. Shoemaker e Reese, em 1991, propuseram um modelo explicativo, muito bem discutido por Silva, M. P. no referido livro que organizamos em 2014 (SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L., 2014, p. 115-128). Em resumo, o modelo dos dois autores organiza em círculos concêntricos cinco grupos de influência, o que também podemos compreender como parâmetros. Começa pelas influências individuais e vai se alargando até influências do sistema social (ideologia). Mais detalhadamente, no modelo explicado por Silva, M. P., seria assim:

- *influências individuais*: (1) as características individuais dos comunicadores a partir dos aprendizados e das experiências cognitivas de vida; (2) suas

⁴ Igual perspectiva tem o livro do argentino Raúl Clauso, *Cómo se construyen las noticias*, de 2007.

experiências profissionais; (3) as atitudes, valores e crenças pessoais; (4) as funções profissionais e premissas éticas a elas atreladas; e (5) a influência desempenhada pelos indivíduos no organograma das empresas.

- *influências das rotinas profissionais*: (1) as rotinas relacionadas às fontes de informação; (2) aquelas atreladas à audiência e aos consumidores das notícias; e (3) aquelas instaladas propriamente na produção do conteúdo noticioso.

- *influências organizacionais*: aqui trataria de hierarquias, organogramas, controle econômico direto sobre os profissionais (via contratações, demissões, planos de carreira e salários) e controle simbólico por práticas de autocensura e auto-regulação.

- *influências extra-organizacionais*: (1) fontes; (2) anunciantes; (3) audiência; (4) demais agentes empresariais e governamentais; (5) ambiente econômico; e (6) ambiente tecnológico.

- *influências do sistema social (ideologia)*: que responde pelas mais amplas estruturas sociais presentes na sociedade – a exemplo da cultura e da própria ideologia.

A respeito do penúltimo fator, influências extra-organizacionais, Silva, M. P. explica que

embora inúmeras análises relacionem casos de coberturas noticiosas a pressões econômicas diretas, faz-se necessário também reconhecer que o capital econômico representa somente uma das facetas nesse labirinto de fatores. Influências políticas e culturais (através de fontes e grupos de interesse, por exemplo), regulamentações governamentais e ações de marketing e de relações públicas, além de mudanças tecnológicas (que podem alterar as próprias plataformas nas quais as notícias são feitas) ajudam a completar esse complexo mosaico de influências (SHOEMAKER & REESE, 1996, p.219). (SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L., 2014, p. 126)

E sobre as influências da própria sociedade, Silva, M. P. destaca que, apesar de Shoemaker e Reese as localizarem no topo da cadeia hierárquica de

fatores, elas devem ser interpretadas como características que entrecruzam os demais níveis de análise da noticiabilidade. E diz ser pertinente

ressaltar que o modelo hierárquico de influências de Shoemaker & Reese (1996) serve também de base para a chamada teoria multifatorial da notícia de Jorge Pedro Sousa (2005). Em suma, o autor português vale-se de dimensões semelhantes às usadas pelos teóricos norte-americanos para construir uma explicação para as notícias amparada em um conjunto de “forças” de ação (SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L., 2014, p. 127).

No extenso modelo explicativo sistematizado por Sousa (2002, p. 39 - 99) com base em muitos autores, a proposta é igualmente totalizante, procurando abarcar a amplitude da ideia de noticiabilidade. Nesse momento ele falava em forças. Em outro texto, de 2005, Sousa passa a dizer ações. Simplificando suas análises nessas duas publicações, temos:

- *ação pessoal*: que diz respeito às capacidades e intenções individuais dos atores envolvidos no processo de construção da notícia; à intuição, experiência, autoimagem, concepção ética etc.
- *ação socio-organizacional*: decisões coletivas em indústria de produção simbólica; razões financeiras, decisões editoriais, rede de correspondentes, constrangimentos da rotina da organização, pressão do tempo /periodicidade etc. (aqui talvez devêssemos inserir a relação com os anunciantes, o contato difícil com a influência da publicidade).
- *ação social*: relacionada às dinâmicas do sistema social, à dependência do funcionamento de outras instituições com as quais o jornalista lida, sejam de órgãos governamentais, de assessoria de imprensa, de coletivas variadas.
- *ação social extra-organizacional*: em especial na relação com as fontes, a contraparte essencial do trabalho do jornalista, sejam fontes oficiais, grupos de pressão, protagonistas do poder econômico, político etc.

- *ação ideológica*: ligada à aceitação da versão oficial, ao ideal de objetividade, ao poder do jornalismo na democracia, à ideologia do profissionalismo e a outros mitos fundacionais como interesse público e imparcialidade.
- *ação cultural*: vinculada ao pressuposto de que as notícias caracterizam um produto do sistema cultural ao qual estão atreladas.
- *ação do meio físico e tecnológica*: dependente do próprio ambiente de trabalho e de dispositivos tecnológicos utilizados nas dinâmicas de produção e difusão noticiosa, com destaque para as transformações via informática.
- *ação histórica*: que toma as variáveis econômicas e políticas do contexto histórico no qual trabalham os jornalistas e as transformações ao longo do tempo, como urbanização, alfabetização e alterações provocadas pelas novas tecnologias.

Na avaliação que faz de grande parte desse corpo teórico, Silva, M. P. considera que

as propostas de Shoemaker & Reese (1996) e de Sousa (2005), por outro lado, em que pese suas significativas contribuições para o entendimento das notícias como resultado de uma série de fatores concomitantes, ambicionam formulações sistêmicas para o assunto em tentativas que procuram dar conta da utópica tarefa de contemplar toda a multiplicidade de aspectos que caracterizam a seleção dos acontecimentos jornalísticos e a construção da narrativa noticiosa – modo de abordagem que, por privilegiar os aspectos pragmáticos e operacionais da questão, pode também resultar, inversamente, na redução de sua própria complexidade. (SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L., 2014, p. 126)

Há, de fato, riscos em formulações sistêmicas e suas proposições abrangentes. Mas venho pensando que muitas das críticas aos aspectos operacionais subentendidos nessas formulações totalizantes se devem muitas vezes ao tipo de leitura que fazemos deles, que em muitos casos se mostra

muito distante da experiência de repórter e editor. Por isso, vejo a necessidade de reforçar meu entendimento de que valores-notícias devem ser tomados em sua complexidade, que eles não funcionam sozinhos, agem em várias situações da atividade jornalística (reconhecimento, seleção, hierarquização para editar, no atendimento à linha editorial e ao perfil do público), podem ser racionalizados ou apenas naturalizados, fazem parte de uma cultura profissional, sofrem mutações com o tempo, se fundamentam em padrões culturais e em alguns tipos de concordâncias sociais no seu diálogo com o público, com as fontes etc. Esse, o ponto de partida para a discussão. Não vejo no exercício de elencar categorias – de valores-notícias ou de fatores/ações/forças atuantes na elaboração de notícias – atos de rigidez ou de simplificação.

O que estou querendo ressaltar, na observação de todos esses fatores que movem a engrenagem da produção noticiosa, é que em cada conjunto deles vão sendo empregados critérios de noticiabilidade, ou seja, adotados parâmetros para dar conta dos meandros do processo. Por isso podemos dizer que há critérios de linha editorial, de modos de contato com as fontes, de jeitos de apurar, de maneiras de narrar, de suposição de público etc. E, repito, critérios esses utilizados de forma consciente ou não, deliberada ou não, explícita ou imperceptível. Importante frisar esse ponto porque critérios de noticiabilidade não servem apenas para seleção de acontecimentos e temáticas, para o jornalista optar por uma pauta e não outra, para reconhecer o que é noticiável. Eles são acionados em inúmeros momentos, até mesmo na razão de um veículo poder dar uma manchete por ter um correspondente no lugar certo ou um repórter que chegou antes dos demais. O que, por sua vez, não quer dizer que a densidade da noticiabilidade identificada em algum acontecimento ou declaração não possa perder o jogo para critérios de outra ordem, como para a

interferência da publicidade ou para o simples interesse em aumentar a audiência.

A noticiabilidade se move no meio desse redemoinho. As teorias da notícia que tentam explicá-la ou entendê-la fazem isso por subáreas de estudos: fontes, valores-notícias, seleção, hierarquização, narratividade, discurso, rotinas produtivas e outras. (algumas dessas integrantes da teoria do *newsmaking*⁵). Essas teorias específicas também propõem sistematizações e categorizações operacionais com vontade de decifrar os ajustes e desajustes da engrenagem. E quando se trata de tomar o conceito de noticiabilidade numa perspectiva que não seja apenas e não somente a partir da produção, nenhuma subárea mais propícia do que a dos estudos de valores-notícias.

Sobre valores-notícia

A ideia central por trás do conceito de valores-notícias continua sendo, a meu ver, a percepção de que há características/atributos de determinados acontecimentos que os fazem ter mais ou menos peso noticioso. Valores-notícia são chamados também de *valores informativos* ou *fatores de notícia*, “esse grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando *origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes* ou *aspectos substantivos* do acontecimento” (SILVA, G. 2005, p. 98), nos termos adotados por diferentes autores. Pode parecer, à primeira vista, algo essencialista ou espontaneísta, surgido dos próprios acontecimentos, mas não se trata disso. Já sabemos da presença constante de sujeitos a fazer atribuições de valor, e não seria diferente com valores-notícias. A responsabilidade para com esse conceito vem da

⁵ Ver em DALPIAZ, J. G., 2011 um estudo bem demonstrativo de performance da noticiabilidade em aspectos combinados de valores notícias e rotinas produtivas, no caso da BBC Brasil.

centralidade dele nas respostas àquela pergunta fundamental sobre a passagem de um acontecimento qualquer para acontecimento jornalístico. Porém, antes de avançar na discussão do conceito, gostaria de reafirmar, tal como fiz no artigo de 2005, que os valores-notícia agem em todo o processo de produção da informação jornalística. Retomo Wolf, para quem "*valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente*" (WOLF, 2003, p. 202). O autor baseia-se na análise de P. Golding e P. Elliot (*Making the news*, 1979), que localizam a ação dos valores-notícia desde a seleção primária até o tratamento do material jornalístico:

Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. (...) Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos (Golding e Elliot apud WOLF, 203).

De modo mais simples, explica Thaís de Mendonça Jorge, os valores-notícia atuam em vários momentos: regem as pautas, orientam o trabalho de apuração do repórter em campo, dão as hierarquias da edição, determinam as primeiras páginas dos jornais e as capas das revistas, as chamadas nos telejornais e a home dos sites noticiosos, sendo que as notícias que concentram maior potencial informativo e atrativo são as que conjugam maior número de valores-notícia (JORGE, T. M., 2017, p. 7). Isto é, os valores-notícias que caracterizam e tipificam os acontecimentos são atribuídos por sujeitos, os

profissionais do jornalismo, fontes e públicos que convivem numa sociedade específica. Os jornalistas porque operam com eles para produzir notícias e as demais pessoas da sociedade porque reconhecem e se interessam por muitos desses mesmos valores-notícias.

Muitos trabalham para diminuir a fluidez da ideia de valores-notícia, apontada como *concepção escorregadia* por Shoemaker e como *estrutura opaca de significado* por Stuart Hall (1976, p.181). Por isso a busca por demarcações, abrangentes ou específicas, para alcançar a natureza dos valores-notícia. Josenildo Guerra trabalha com duas modalidades, de *referência* e *potencial*, levando em conta ainda valores-notícias como *expectativa da audiência* (2014, p. 41). Silva, M. P. lembra as de Shoemaker, *desvio* e *significância social* (2014, p. 117), as de Traquina com base em Wolf, valores-notícias *substantivos* e *contextuais* e ainda *de construção* (2014, p. 81 e 82) e as de Hall, que observa dois aspectos interligados, a operacionalização propriamente dita dos valores-notícia e a ideologia aí imbricada; seriam os *formais* e os *ideológicos*.

Os valores-notícia formais, que pertencem ao mundo do discurso dos jornais, aos jornalistas como um grupo profissional, e aos aparatos institucionais da construção da notícia; e os valores-notícia ideológicos, que pertencem ao reino do discurso político-moral estabelecido na sociedade. Assim, temas ideológicos são moldados de diferentes formas de acordo com a construção particular que cada organização jornalística seleciona (HALL apud SILVA, M. P., 2014, p. 130).

Grosso modo, há duas grandes abordagens nas reflexões sobre valores-notícia. Uma mais organizacional e operacional, direcionada para os modos de produção da notícia a partir da perspectiva interna da engrenagem, e outra mais cultural e sociológica, interessada em problematizar uma ótica anterior buscando na sociedade razões que expliquem a noticiabilidade. Não considero

que sejam excludentes. Não superestimo a força da empresa/instituição no processo e não minimizo as marcas culturais, ideológicas. Tendo trabalhado muitos anos como repórter, conheci tanto a presença desse critério de noticiabilidade fortemente operativo em toda a cadeia de produção (em especial no *saber de reconhecimento*⁶), como as decisões marcadas profundamente por ideologia, valores e visão de mundo, e ainda as banalidades, os interesses pequenos, as escolhas aleatórias. Tudo isso faz com que algo seja tomado como noticiável e seja noticiado. Continuo pensando que os valores-notícias agem sim como parâmetros para o trabalho de seleção, de modo racionalizado/consciente ou internalizado/naturalizado, e que o conjunto deles nos auxilia nas análises de coberturas jornalísticas. Destaco novamente o entrelaçamento dessas duas grandes abordagens:

(...) no campo de estudos de veículos jornalísticos específicos, os valores-notícia constituem também referências para a operacionalidade de análises de notícias, permitindo identificar similaridades e diferenciações na seleção ou hierarquização de acontecimentos em diversos veículos da imprensa, e possibilitando percepções históricas e culturais sobre o processo produtivo das notícias. Podem ter utilidade não só no estudo de fatos noticiáveis, mas também no que diz respeito a acontecimentos noticiados (SILVA, G., 2005, p. 100).

Quero dizer que o percurso entre o noticiável e o noticiado é intrincado, desenhado conjuntamente por uma linha de produção que cristaliza operações no decorrer da história e por traços dispersos das movimentações da sociedade em seus tempos, lugares e culturas. Em geral, me parece, que os estudos mais atentos aos modos de se fazer notícia buscam nos valores-notícias as similaridades, as repetições, os aspectos que alimentam a cultura profissional e

⁶ Um dos três saberes apontados por Ericson, Baranek e Chan, 1987, sendo os outros dois o *saber de procedimento* e o *saber de narração* (apud Traquina, 2001, p.118).

que podem ser identificados mesmo no jornalismo praticado em diferentes países, pelo menos nos do mundo ocidental. Ou seja, pode-se encontrar na diversidade de condições de produção da notícia uma quantidade considerável de homogeneidades com as quais os jornalistas operam para identificar, escolher e hierarquizar o noticiável – como aquelas tantas facilmente reconhecíveis em obras cinematográficas e literárias nacionais e internacionais que tratam da vida de repórteres e coberturas jornalísticas. O objetivo seria entender essa peça-chave na engrenagem da noticiabilidade, estudada por muitos – *news values*, *newsworthy attributes*, *news schema*, *news judgement*, *news selection*, *news perspective*. E, uma vez com um quadro de valores-notícias que se repetem, poder até comparar as ocorrências deles em veículos diferentes (empresas concorrentes; mídia pública ou privada; mídia *mainstream* ou contra-hegemônica).

No caso dos estudos mais preocupados com o contexto sociocultural, que extrapola as correlações diretas com a produção, eles parecem buscar nos valores-notícia a força das condições sociais, mais do que as condições das organizações e dos profissionais do jornalismo. É bem interessante acompanhar as aberturas possíveis quando se toma esse caminho – que, insisto, não deveria ser visto tão separado da perspectiva interna do processo produtivo da notícia. Nem tampouco deixar de considerar que semelhanças e diferenças podem ser descobertas em ambos os tipos de estudos. Essa perspectiva mais sociocultural dirige seu olhar para a vida cotidiana e pública, para o mundo social e da experiência, conforme dito no começo deste texto por Franciscato e Silva, M. P. ao discutirem o conceito de noticiabilidade (SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L., 2014, p. 99 e p. 54). Também Lia Seixas faz anotações semelhantes ao focar na vida do cidadão comum (SEIXAS, 2017, p.9). Em outros termos, para Silva, M. P.,

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p308>

trata-se do reconhecimento de um jogo dialético de construção social da realidade, ou seja, da compreensão do jornalismo como uma atividade cultural que somente encontra respaldo e legitimidade ao transcodificar e disseminar elementos culturais vigentes no mundo social. Assume-se, então, que por trás de toda categorização pragmática e operacional dos eventos noticiáveis, há diferentes padrões culturais que não podem ser deixados de lado quando em questão a dinâmica de seleção noticiosa (SILVA, P., 2014, p.133).

E nesta mesma angulação, Vera França e Maria Terezinha da Silva observam que

os atores do campo jornalístico (jornalistas, organizações midiáticas etc) têm um forte laço com a cultura e a sociedade com a qual se comunicam, sobre a qual falam, conflituam ou compartilham perspectivas e valores sociais. As visões e valores compartilhados sobre o mundo também alimentam e orientam a cultura profissional e organizacional do Jornalismo, sendo, assim, uma importante mediação a estimular ou constringer suas práticas, seus critérios de decisão, suas interpretações e suas narrativas (FRANÇA, V.; SILVA, M. T., 2017, p. 11)

Considerando essa visada mais cultural e com atenção também em uma abordagem política dos valores-notícia, talvez devêssemos voltar às tipificações. Avançar na verificação da validade de *macro-valores-notícias* (sobre o que é atual/novo, importante, interessante; negativo, imprevisível, coletivo) e *micro-valores-notícias* (relacionados a impacto, proeminência, raridade, surpresa, polêmica, tragédia, conflito, governos, conhecimento, interesse humano, curiosidade, violência, proximidade geográfica e cultural). Agregar novos valores-notícia surgidos no ambiente online, como “mais compartilhados” e “mais comentados” – alguns pesquisadores levantaram esse debate em evento recente no país⁷. Aprofundar as análises na perspectiva de atribuição de

⁷ Trabalhos apresentados na Mesa Coordenada “Noticiabilidade” no Encontro Anual da SBPJor, 2017. Fábio Pereira destacou o aumento das práticas de colaboração amadora com o mundo do jornalismo e que a internet revelou novas formas de subjetivação dos conteúdos midiáticos pois, “com as possibilidades de autopublicação, as audiências passaram a difundir conteúdos

valores-notícia para os acontecimentos tanto por quem está dentro da produção quanto pelos que estão nos outros lugares. Ou seja, apostar em investigações a respeito de valores-notícias quando em circulação na sociedade. Com o cuidado de não confundir valores-notícias com outros valores sociais, principalmente aqueles ligados às temáticas dos acontecimentos, pois estes demandam análises de discurso, estudos de enquadramento, de representações sociais e culturais etc. O conceito de valores-notícias diz da carga noticiosa do acontecimento (se muito impactante, se completamente inesperado, se algo de uma pessoa muito conhecida, se de grande consequência). Esta a referida carga noticiosa, o peso de ser relevante ou interessante o suficiente para ser publicado. Com certeza há ideologias e imaginários nos dizendo que, por exemplo, nossa sociedade dá muita relevância à proeminência ou à tragédia. Inegável, portanto, a dificuldade de apreensão desse conceito, ainda hoje escorregadio e opaco, porque até agora compreendemos pouco a natureza do que dá densidade ao noticiável.

Notas finais

Gostaria, nesse propósito de tratar os valores-notícia para além da perspectiva interna da produção, de reforçar uma questão já apontada por muitos. A de que estamos todos, profissionais de imprensa e receptores de notícias, compartilhando noções do que é noticiável e merece ser noticiado; mesmo que não o seja, claro, como acontece diariamente. Logo, poderíamos

que nem sempre partilham das mesmas convenções do jornalismo tradicional (Cf. BECKER, 2002), incluindo o que tem sido produzido pelas mídias sociais ditas independentes" (PEREIRA, 2017, p. 11). Flora Leite comentou sobre assuntos mais comentados e compartilhados na web e que por isso se tornam notícias. Thaís de Mendonça Jorge lembrou a interferência do receptor em diferentes plataformas, o que poderia ser agregado como mais um valor-notícia (JORGE, T. M., 2017).

estudar valores-notícias tanto nas matérias divulgadas, como junto a repórteres, fontes e, *a fortiori*, em estudos de recepção, já que os valores-notícia se configuram nas negociações e compartilhamentos entre os participantes do jogo social – muito embora o entendimento de que os valores-notícias não moram por conta própria nos acontecimentos, nem na cabeça dos jornalistas não retira das mídias noticiosas seu grande poder de decidir o que vira notícia ou não. Mas fico pensando se esse compartilhamento seria tão dependente assim de um reconhecimento consensual sobre o mundo para que se dê a comunicação entre todos, ideia recorrente em vários estudos.

Muito provavelmente trará complexidade também para estudar os valores-notícias em circulação na sociedade considerar o conflito entre o que os jornalistas valorizam como notícia e o que as pessoas pensam que deveria ser noticiado.

Referências

CLAUSO, Raúl. **Cómo se construyen las noticias: los secretos de las técnicas periodísticas**. Buenos Aires: La Crujía ediciones, 2007.

CORREIA, Fernando. **Os jornalistas e as notícias**. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.

DALPIAZ, Jamile Gamba. Rotinas e critérios de noticiabilidade: um estudo sobre a produção jornalística da BBC Brasil. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 8, nº 1, p. 213-233. Florianópolis, 2011.

FRANÇA, Vera R. V.; SILVA, Maria Terezinha. Jornalismo e noticiabilidade: quem constrói os valores-notícia? XXVI Encontro Anual da Compós /Associação

Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2017. São Paulo. **Anais.**

GALTUNG, J. e RUGE M. A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros (1965). In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1994. pp- 61-73.

GANS, Herbert J. **Deciding what's news**. New York: Vintage Books, 1980.

GUERRA, Josenildo. Uma discussão sobre o conceito de valores-notícia. In: SILVA, G.; SILVA, M. P., FERNANDES, M. L.. **Critérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P., FERNANDES, M. L.. **Critérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

JORGE, Thaís de Mendonça. Valores-notícia nas capas dos periódicos: ideologia e poder. 15º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2017. São Paulo. **Anais.**

HALL, Stuart. The determination of news photographs. In: COHEN, Stanley e YOUNG, Jock (Orgs.). **The manufacture of news: social problems, deviance and the mass media**. London: Constable, 1976.

HALL, Stuart et all. A produção social das notícias: o *mugging* nos *media* (1973). In TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

LEITE, Flora. Decidindo o que é notícia: 17 anos depois. 15º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2017. São Paulo. **Anais.**

PEREIRA, Fabio. Os critérios de noticiabilidade e sistema de convenções: uma abordagem beckeriana aplicada à sociologia do jornalismo. 15º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2017. São Paulo. **Anais**.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news: a social history of american newspaper**. New York: Basic Books, 1978.

_____. **The power of news**. Cambridge: Harvard University Press, 1995a.

_____. **Creating public knowledge**. Media Studies Journal, v.9, n. 3. New York: Columbia University, 1995b.

SEIXAS, Lia. Valores notícia: uma proposta de análise. 15º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2017. São Paulo. **Anais**.

SHOEMAKER, Pamela; REESE, Stephen. **Mediating the message: theories of influences of mass media content**. 2. ed. White Plains (NY): Longman, 1996. [1ª ed. 1991]

SILVA, Gislene. SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 2, n. 1, p. 95-107, Florianópolis, 2005.

SILVA, Gislene; PONTES, Felipe S. Teorias da Notícia: impasses para a Teoria do Jornalismo. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos. Vol. 11 nº 3, p. 73 – 92, setembro/dezembro 2009.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz. **Crítérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Marcos Paulo. Significância social como dimensão da noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P., FERNANDES, M. L.. **Crítérios de noticiabilidade – problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma teoria do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V.2, n.1., p. 73 - 92, Florianópolis, SC, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó, SC: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.