

Título

Valores-notícia: atributos do acontecimento¹ (Para pensar critérios de noticiabilidade I)

Gislene Silva²

Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

Este estudo parte de uma proposta de sistematização dos critérios de noticiabilidade, baseando-se em três instâncias: 1) critérios de noticiabilidade na origem do fato (seleção primária dos fatos / valores-notícia), com abordagem sobre atributos como conflito, tragédia, proximidade etc; 2) critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos, centrados na seleção hierárquica dos fatos e na produção da notícia, desde condições organizacionais e materiais até cultura profissional; 3) critérios de noticiabilidade na visão dos fatos, sobre fundamentos ético-epistemológicos. Como etapa de uma reflexão em três tempos, este artigo trata do primeiro eixo: a partir de demarcações para os conceitos de noticiabilidade, seleção e valores-notícias, faz o levantamento de vários valores-notícia e organiza um elenco simplificado com o objetivo de operacionalizar análises de notícias.

Palavras-chave

teoria do jornalismo; noticiabilidade; seleção de notícias; valores-notícia

As buscas por respostas à pergunta sobre como acontecimentos se transformam em notícia têm contribuído, ao longo das últimas quatro décadas, para a consolidação de fundamentos importantes no campo das teorias da notícia e do jornalismo. No entanto, o uso de conceitos comuns entendidos de maneira muito diversa tem dificultado a sistematização de idéias basilares no estudo da produção noticiosa. Com frequência, emprega-se como sinônimos os conceitos de noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias. Interessa-nos aqui, como a primeira das três etapas de um estudo em andamento, situar valores-notícia e seleção de notícias como conceitos específicos pertencentes ao universo mais amplo do conceito de noticiabilidade³.

¹ Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a pesquisadora defendeu em 2000 a tese "O imaginário rural do leitor urbano: o sonho mítico da casa no campo", no programa de doutoramento em Antropologia da PUC de São Paulo.

³ Parte inicial dessa reflexão sobre a distinção do conceito de valores-notícia frente aos conceitos de seleção de notícia e noticiabilidade se encontra no trabalho apresentado pela autora na II SBPJor, Salvador, Ba, nov.2004.

Para 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 se as pensar” (*apud* Correia: 133).

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (*newsworthiness*) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais.

Tal entendimento nos leva a estabelecer instâncias ou conjuntos diferenciados de critérios de noticiabilidade: (a) *na origem dos fatos* (seleção primária dos fatos / valores-notícia), considerando atributos próprios ou características típicas, que são reconhecidos por diferentes profissionais e veículos da imprensa; (b) *no tratamento dos fatos*, centrando-se na seleção hierárquica dos fatos e levando-se em conta, para além dos valores-notícia dos fatos escolhidos, fatores inseridos dentro da organização, como formato do produto, qualidade do material jornalístico apurado (texto e imagem), prazo de fechamento, infraestrutura, tecnologia etc, como também fatores extra-organizacionais direta e intrinsecamente vinculados ao exercício da atividade jornalística, como relações do repórter com fontes e públicos; (c) *na visão dos fatos*, a partir de fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo, compreendendo conceitos de verdade, objetividade, interesse público, imparcialidade, que orientam inclusive as ações e intenções das instâncias ou eixos anteriores. Esses conjuntos, com certeza, não funcionam de modo isolado. Na prática da produção noticiosa, todos esses critérios variados de noticiabilidade atuam concomitantemente.

Mauro Wolf é um dos autores que explica noticiabilidade como resultante da cultura profissional e seus valores como também da organização do trabalho.

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 profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia (Wolf:195).

Mais adiante, referenciando Magistretti, Wolf continua sua explicação:

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: 200).

Nelson Traquina, ao falar da teoria etnoconstrucionista, entende que as notícias são o resultado de um processo de produção definido como a *percepção*, a *seleção* e a *transformação* de uma matéria-prima (principalmente os acontecimentos) num produto (p.94). E citando Robert Hackett, enumera que esse produto resulta de: 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 (p. 63).

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. Noticiabilidade seria a soma desses dois conjuntos, acrescentada daquele terceiro que trata de questões ético-epistemológicas. Preferível será localizar tal aptidão do *fato em si* no

campo dos valores-notícia, entendidos aqui como atributos que orientam principalmente a seleção primária dos fatos – e, claro, que também interferem na seleção hierárquica desses fatos na hora do tratamento do material dentro das redações. Antes, porém, retomemos o conceito de seleção de notícias.

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. Frente a volume tão grande de matéria-prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia. Muitos autores ao analisar a seleção de notícias concentram sua atenção nos valores-notícias (características do *fato em si*) e na ação pessoal do profissional, mas, ao avançarem nas comprovações de que a seleção prossegue no trajeto do *tratamento dos fatos* dentro da redação, costumam empregar como sinônimos seleção e valores-notícia. Ambos são componentes da noticiabilidade, mas recomenda-se aqui neste estudo compreender tais conceitos de modo distinto.

Os estudos de seleção de notícias partem geralmente do conceito de *gatekeeper* (seletor de notícia), aplicado ao jornalismo no estudo clássico de David Manning White, divulgado nos anos 50⁴ e difundido nos estudos acadêmicos de comunicação na década de 60. Muito antes, porém, segundo Michael Kunczik, há registros de estudos sobre o modo como se selecionam as notícias.

No *Schediasma Curiosum de Lectione Novellarum*, de 1676, Cristian Weise afirma que ao selecionar as notícias se deve separar o verdadeiro do falso. Daniel Hartnack, em 1688, também tratou do problema da seleção de notícias em seu *Erachten von Einrichtung der alten teutschen und neuen europäisschen Historien*, enfatizando a importância dos fatos. As conseqüências de um acontecimento eram decisivas para decidir se ele seria divulgado ou não (Kunczik: 241).

⁴ O termo *gatekeeper* foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, em 1947, e tratava de decisões domésticas relativas à aquisição de alimentos para casa; de acordo com Michael Kunczik (p.234), o conceito foi empregado já em 1913 com esse sentido de seleção de informações, em trabalho alemão sobre formação de gostos literários.

Naquela que é considerada a primeira pesquisa acadêmica sobre jornalismo, *De relationibus novellis*, de Tobias Peucer – tese apresentada em 1690 na Universidade de Leipzig –, também já se fala em seleção de fatos que merecem ser recordados ou conhecidos, e, como se verá diante, o autor já descreve as características de tais acontecimentos. Ao se pensar, tradicionalmente, a seleção a partir de fatos que tenham valor como notícia, vinculou-se tais conceitos a uma única definição. A seleção, certamente, começa na etapa primeira de ter-se que escolher entre alguns acontecimentos e outros para se noticiar. Nessa etapa, que poderíamos nomear como seleção primária, os valores-notícia funcionam como critérios de boa orientação, consolidados na prática histórica; uns mais persistentes e outros mais mutáveis.

Mas não basta aos seletores de notícias escolher entre um acontecimento que será publicado e outro que ficará de fora, na gaveta das matérias mortas ou que simplesmente será deletado, sem chance de ganhar vida pela visibilidade noticiosa. Entre os selecionados será preciso escolher novamente quais deles merecem entrar nas chamadas dos telejornais ou quais ganharão as primeiras páginas dos impressos, ou mesmo quais ocuparão mais espaço nas páginas internas. A seleção, portanto, se estende redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar.

Ora, ao tratar jornalisticamente os fatos na produção material da notícia, a seleção e hierarquização recorrem sim aos valores-notícia. Mas estes agem aqui apenas como uma parte do processo, pois nessas escolhas seqüenciadas entrarão outros critérios de noticiabilidade, como formato do produto, qualidade da imagem, linha editorial, custo, público alvo etc. Valores-notícia, as *características do fato em si*, em sua *origem*, são somente um subgrupo de fatores agindo juntamente com esse segundo conjunto de critérios de noticiabilidade, relacionados agora ao *tratamento do fato*. Estudar a seleção implica, inclusive, rastrear os julgamentos próprios de cada seletor, as influências organizacionais, sociais e culturais que este sofre ao fazer suas escolhas, os diversos agentes dessas escolhas postados em diferentes cargos na redação, e até mesmo a participação das fontes e do público nessas decisões – aqui vale lembrar os estudos de agendamento (*agenda-setting*), que complexificam as investigações sobre o processo de seleção das notícias.

No que diz respeito especificamente aos valores-notícia, o conceito poderia ser demarcado sistematizando-se aspectos apontados de forma ligeira por vários autores. 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. Antes de se pensar nos critérios de noticiabilidade atuantes no tratamento do fato, e em todas as diferenciações de apresentação da notícia em produtos jornalísticos diversos, é possível investigar a repetição da seleção primária, a homogeneidade da escolha por diferentes profissionais e veículos. Não por acaso, como lembra Nelson Traquina (p.55), foi esse, já em 1965, o objetivo do estudo sobre a estrutura das notícias internacionais de J. Galtung e M. Ruge, a primeira reflexão teórica sobre a questão dos valores-notícia na seleção dos acontecimentos pelos jornalistas. Pesquisas pontuais demonstram que a seleção, em diferentes produtos jornalísticos, toma como valor noticioso o mesmo tipo de acontecimento. Procurar a similaridade nesse caso deve ser tão pertinente, do ponto de vista da pesquisa, como investigar as diferenciações.

Já se sabe que os valores-notícia agem em todo o processo de produção da informação jornalística. Disso não se discorda aqui. O problema é o uso que se faz do conceito. Para Wolf, “*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*” (p.202). Nessa definição, a seleção parece restrita apenas em sua etapa primária, sendo que, como defende-se nesse exercício reflexivo, ela continua na etapa seguinte, incluída no conjunto dos demais procedimentos posteriores, a que chamamos de *tratamento do fato*. O autor baseia-se na análise de P. Golding e P. Elliot (*Making the news*, 1979), em que a compreensão da ação dos valores-notícia é mais clara, indo da seleção primária ao tratamento do material jornalístico, mas com definição igualmente não muito precisa:

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).

Apesar de agirem em diferentes momentos, na seleção primária, para a triagem, e na seleção hierárquica, como linhas-guia para o tratamento das matérias, os valores-notícia devem ser definidos como as *qualidades dos eventos* e não “da sua construção jornalística”. Eles participam ativamente da construção noticiosa, mas a produção da notícia e sua qualidade são resultado de muitos outros critérios ou fatores de noticiabilidade.

Demarcar o conceito de valores-notícia no território do *acontecimento em si* não significa, porém, ignorar a presença do sujeito-jornalista diante da matéria-prima noticiosa. Pamela Shoemaker fala da utilização de um esquema noticioso (*news schema*), uma espécie de esquema categorial relativo às notícias, e crê, todavia, que a construção de categorias é um processo que ultrapassa cada pessoa em particular, seu julgamento pessoal do que é noticioso (*news judgement*), especialmente quando esse profissional se integra num grupo, como acontece geralmente nos órgãos de comunicação jornalística (*apud* Sousa: 43). Numa mesma abordagem, Schudson observa que as notícias se apóiam e fazem uso de padrões culturais pré-existentes para se realizarem e para produzirem sentido (*apud* Sousa: 38). Também D. Altheide trabalha com a idéia de perspectiva da notícia (*news perspective*), de que a escolha do que é noticiável implica características necessárias para o fato entrar no formato, estilo, natureza da narrativa (*apud* Campbell: 117).

É preciso considerar que os valores-notícia são um *mapa cultural*, como define Stuart Hall; ou como afirma John Hartley, os valores-notícia não são naturais nem neutros, “eles formam um código que vê o mundo de uma forma muito particular (peculiar até). Os valores-notícia são, de fato, um código ideológico” (ambos autores *apud* Traquina: 115 e

116). Cristina Ponte, pesquisadora portuguesa, resume bem a problemática dos valores-notícia. Primeiro ao lembrar, citando H. Hughes, que os valores-notícia não são simples marcas de seleção, mas, mais importante, são marcas de representação; uma vez que a seleção seria um “acto ideológico de representação” (p.129). Depois, ao retomar Stuart Hall:

Ao contrário da idéia de que as notícias se pautam, sobretudo, pelo inesperado (um homem que morde o cão...) ou pela negatividade (*bad, news, good news*) e ainda reconhecendo a força cultural destas imagens, tenta-se nesta revisão acentuar outras dimensões de valores-notícia, uma das estruturas mais opacas de significado, nas palavras de Stuart Hall. Para este investigador britânico, os valores-notícia são mais do que uma listagem de atributos das notícias, combinados ou combináveis. Operam como estrutura de retaguarda social, profunda e escondida, e requerem um conhecimento consensual sobre o mundo (Ponte: 114).

A demarcação do conceito de valores-notícia se dá, então, dentro da larga compreensão de que a notícia é uma construção social, ou como prefere Schudson, a notícia é um produto cultural.

Um mapa, código, perspectiva ou esquema que orienta o trabalho do jornalista, que os auxilia no campo do *saber de reconhecimento*⁵. Esse *saber de reconhecimento* é a capacidade de identificar quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia. Esse saber, argumentam vários pesquisadores em discordância de muitos profissionais jornalistas, não é instintivo, não depende de faro. Na opinião de Golding e Elliot, não é verdade que os valores-notícia estejam além da compreensão dos jornalistas, eles constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos compartilhados a respeito da natureza e objetos das notícias, “*referências que podem ser utilizadas para facilitar a elaboração complexa e rápida dos noticiários*” (apud Wolf: 203).

Mais ainda, no campo de estudos sobre produtos jornalísticos específicos, os valores-notícia constituem também referências para a operacionalidade de análises de

⁵ Um dos três saberes apontados por Ericson, Baranek e Chan, 1987, (apud Traquina: 118) e que incluem ainda saber de procedimento e saber de narração.

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.

Valores-notícia entendidos como atributos dos acontecimentos

Ao indicar quais as características dos acontecimentos merecedores de serem conhecidos pelo público, Peucer já dizia no século XVII que o que é comum e normal possui pouco valor informativo. E como acontecimentos que mereceriam ser conhecidos e recordados, elencava:

Os prodígios, as monstruosidades, as obras ou os feitos maravilhosos e insólitos da natureza, da arte, as inundações ou as tempestades horrendas, os terremotos, os fenômenos descobertos ou detectados ultimamente, fatos que têm sido mais abundantes do que nunca neste século. Depois as diferentes formas de impérios, as mudanças, os movimentos, os afazeres da guerra e da paz, as estratégias, as novas leis, os julgamentos, os cargos políticos, os dignatários, os nascimentos e mortes dos príncipes, as sucessões de um reino, as inaugurações e cerimônias públicas (...), as obras novas dos homens eruditos, as instituições, as desgraças, as mortes e centenas de coisas mais que façam referência à história natural, à história da sociedade, da Igreja, da literatura: tudo isto costuma ser narrado de forma embaralhada nos periódicos (...) (Peucer: 21).

Também Kaspar Stieler, mencionado por Michael Kunczik (p.242), dizia em 1695 que os redatores deveriam saber distinguir entre o que é importante e o que é comum; e apontava como *valores explícitos* a novidade, a proximidade geográfica, a proeminência e o negativismo. Dando um salto para o século XX, Walter Lippmann, em 1922, em obra inaugural, *Opinião pública*, elege como atributos: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal. Em 1959, Fraser Bond publica *Introdução ao Jornalismo*, no qual destaca entre as características dos fatos sua capacidade de despertar o interesse e a atenção do público. Lembra das situações da vida humana, como saúde,

segurança e bem-estar, e reforça a idéia de que um acontecimento noticiado pode conter um ou vários elementos de interesse.

Às vezes, a matéria conterá diversos destes elementos provocadores de interesse, outras vezes, apenas um. Em cada caso, o elemento dominante presente nos indica qual o tipo de categoria do assunto (Bond: 71).

O autor enumera doze situações a que denomina *valores jornalísticos das notícias*, e que podem ser assim resumidas⁶: referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); conseqüências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).

Na seqüência, vários pesquisadores propõem, a partir de seus trabalhos de campo, diversas listagens de atributos dos acontecimentos, características necessárias para que fatos fossem selecionados como notícias. Em 1965, como já foi dito, Galtung e Ruge, ao se perguntarem como os acontecimentos se transformam em notícias, chegaram a doze valores-notícia: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambigüidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.

No decorrer da segunda metade do século XX, e a partir dos levantamentos feitos por Nelson Traquina, Mauro Wolf e Michael Kunczik e de textos de autores brasileiros como Manuel Carlos Chaparro, Mário Erbolato e Nilson Lage, pode-se encontrar diversos elencos de valores-notícia:

⁶ A escolha dos termos entre parênteses foi baseada em valores-notícia elencados posteriormente por diversos autores.

Elencos de valores-notícia

<i>Stieler</i> : novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo.
<i>Lippman</i> : clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
<i>Bond</i> : referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); conseqüências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
<i>Galtung e Ruge</i> : freqüência, amplitude, clareza ou falta de ambigüidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
<i>Golding-Elliot</i> : drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
<i>Gans</i> : importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
<i>Warren</i> : atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e conseqüências.
<i>Hetherington</i> : importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual / crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito / atrativo.
<i>Shoemaker et all</i> : oportunidade, proximidade, importância / impacto, conseqüência, interesse, conflito / polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade / curiosidade / raro.
<i>Wolf</i> : importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.
<i>Erbolato</i> : proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura / conflito, conseqüências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa / suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas / invenções, repercussão, confiança s.
<i>Chaparro</i> : atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, conseqüências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
<i>Lage</i> : proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.

A proposta que se faz aqui é pensar uma tabela operacional que contemple não só o consenso entre os atributos listados pelos diversos autores como também a inclusão de

outros que por precisão e originalidade possam contribuir para análises de acontecimentos noticiáveis/noticiados. Um primeiro procedimento necessário, de acordo com o conceito de valores-notícia adotado aqui nesse artigo, é separar atributos que funcionam mais como *macro-valores-notícia* ou pré-requisitos para qualquer seleção jornalística, já que sem tais valores antecedentes os demais, os micro-valores-notícia, nem se efetuam como questão. Esse é o caso de *atualidade (novidade), importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão*.

Ser um fato atual ou um acontecimento portador de algum dado novo é o princípio primeiro do jornalismo. Quanto à importância e ao interesse, o tema remete imediatamente à clássica separação entre *hard news* e *soft news / fait divers* ou, na conceituação de Lorenzo Gomis⁷, o importante seria a informação que todos precisam saber e o interessante, uma informação que o público gostaria de saber, uma informação agradável de se conhecer. Os dois conceitos, segundo o autor, “*cobrem todo campo de valores-notícia*” (p.226). Gomis destaca ainda da grande lista o valor-notícia repercussão, que nas listagens se equivale ao de consequência e, em segundo plano, ao de continuidade.

Sugere-se ainda separar da elaboração de um elenco operacional de valores-notícia outros macro-valores-notícia: *negativismo* (negatividade) X *otimismo* (positividade), *coletividade* X *individualidade* e ainda a *imprevisão* (imprevisibilidade) X *previsão* (previsibilidade/continuidade). Esses macro-valores regem os demais, os micro-valores-notícia. Um acontecimento cujo valor-notícia dominante seja a tragédia ou a proeminência pode ser resultado da combinação dos macro-atributos negativo-coletivo-imprevisto ou positivo-individual-previsto, ou resultado de todas as variações aí possíveis, retomando inclusive os macro-valores *importante (interesse público)* e/ou *interessante (interesse do público)* – lembrando ainda, obviamente, que um mesmo acontecimento pode carregar em si mesmo atributos contrários.

Também os valores-notícia *clareza* e *frequência* exigiriam estudos aprofundados para justificá-los num elenco operacional de atributos. O primeiro, por nem sempre impedir

⁷ Gomis, Lorenzo. “Do importante ao interessante – ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo”. Pauta Geral 4, 2002, pp 225-242.

que acontecimentos inacabados ou mesmo obscuros sejam eleitos como notícias; o segundo, por se contrapor ao valor-notícia raridade (incomum / fora da normalidade), embora a *repetição* (de aumentos de preços, de assassinato etc) possa justificar muitas pautas.

Como sugestão de uma tabela operacional que possibilite análises de acontecimentos noticiosos selecionados/selecionáveis por diferentes veículos da imprensa, segue a listagem abaixo. Ela é resultado de uma avaliação dos atributos apontados anteriormente por diferentes autores, considerando até mesmo aqueles citados por Peucer, como o que diz respeito às *sucessões de um reino e formas de império e cerimônias públicas*.

Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis / noticiados

<i>Impacto</i>	<i>Proeminência</i>
Número de pessoas envolvidas (no fato)	Notoriedade
Número de pessoas afetadas (pelo fato)	Celebridade
Grandes quantias (dinheiro)	Posição hierárquica
	Elite (indivíduo, instituição, país)
	<i>Sucesso / Herói</i>

<i>Conflito</i> Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	<i>Entretenimento/Curiosidade</i> Aventura Divertimento Esporte Comemoração
<i>Polêmica</i> Controvérsia Escândalo	<i>Conhecimento/Cultura</i> Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
<i>Raridade</i> Incomum Original Inusitado	<i>Proximidade</i> Geográfica Cultural
<i>Surpresa</i> Inesperado	<i>Governo</i> Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
<i>Tragédia/Drama</i> Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência / Crime Suspense Emoção Interesse humano	<i>Justiça</i> Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Essa tabela foi aplicada, como primeiro experimento, por Érica Franzon na análise das chamadas de dois telejornais, o Jornal Nacional, da TV Globo, e o Jornal da Cultura, da TV Cultura de São Paulo⁸. Foi possível verificar, entre outras coisas, que ambos os telejornais dão destaque para os acontecimentos ligados à proeminência, ao

⁸ Érica Franzon, monografia “Os valores -notícia em telejornais”, dez.2004, III Curso de Especialização em Estudos de Jornalismo (*lato sensu*) da UFSC. (orientadora a Profa. Gislene Silva).

governo e à justiça, nessa ordem de entrada; ou ainda que, nas chamadas do Jornal Nacional, fatos relacionados à tragédia/drama e ao entretenimento ocupam mais lugar; e que, no Jornal da Cultura, acontecimentos muito polêmicos ou vinculados ao conhecimento têm certa prioridade. Esse elenco de valores-notícia aqui proposto deverá ser aplicado outras vezes para ganhar mais validade, testando sua operacionalidade no estudo dos acontecimentos selecionados e hierarquizados na primeira-página dos impressos, nas chamadas nos telejornais e mesmo nas capas de revistas – essa tabela exposta aqui passou modificações depois da pesquisa de Franzon.

Mas faz-se necessário nesses exercícios de investigação não se esquecer das advertências feitas por Fernando Correia: valores-notícia se aplicam em todas as fases da atividade jornalística; não se constituem necessariamente como impedimentos ao trabalho do jornalista; não funcionam isoladamente, mas em diferentes combinações e de forma negociada; fazem parte da cultura profissional dos jornalistas, constituindo-se não em critérios abstratos ou pontuais, mas sim num quadro de avaliação racionalizado e interiorizado pelos jornalistas; sua utilização visa permitir uma operacionalidade no processo de produção da notícia e orientação da ação da rotina dos jornalistas; valores-notícia evoluem com o tempo, não constituindo arquétipos imutáveis.

Vicent Campbell, quando discute “*news values and news selection*”, traz novos argumentos que contribuem para complexificar a demarcação do conceito de valores-notícia. Um deles é o de que os valores notícia determinam a seleção dos acontecimentos e, ao mesmo tempo, a seleção de fatos noticiosos também determina os valores-notícia. Ou seja, valores-notícia seriam causa e consequência da seleção. O autor, fazendo referência ao estudo de Rodney Tiffen, ainda aponta as limitações das teorias dos valores notícia: o argumento de muitos estudiosos de que não existe uma fórmula universal; a pouca consistência desses valores, considerados muito vulneráveis e mutantes; e o fato de que não só diferentes organizações como até mesmo repórter e editor de uma mesma empresa discordam entre si e percebem diferentemente o que são os valores-notícia.

Delimitar valores-notícia separadamente do conceito de seleção de notícias, definir valores-notícia como atributos do acontecimento e reconhecê-los ao mesmo tempo como construção social e cultural é apenas um primeiro procedimento para pensar a noticiabilidade, cujo processo exige muitas outras reflexões, passando, como etapas seguintes, pelo tratamento dos fatos noticiosos e pela interpretação que a notícia faz desses acontecimentos.

Bibliografia

BOND, F. Fraser. Introdução ao jornalismo. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

CAMPBELL, Vicent. News values and news selection in: Information age journalism. London: Arnold, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

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

ERBOLATO, Mário L. Técnicas de codificação em jornalismo – redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.

GALTUNG, J. e RUGE M. A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. 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.

GOMIS, Lorenzo. Do importante ao interessante - ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. Pauta Geral 4 (2002).

KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo; o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZICK, Michael. Conceitos de jornalismo; norte e sul. São Paulo: Edusp, 2001.

LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia. Florianópolis: Ufsc-Insular, 2001.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 1, n. 2, pp. 13-30, 2º semestre de 2004.

PONTE, Cristina. Leituras das notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

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.

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.