

1 Este artigo foi apresentado no 33º Encontro Anual da Compós e atualizado posteriormente para publicação.

2 O primeiro artigo foi apresentado no 21º Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor) em 2023. “Estado da arte de valor-notícia (primeira parte)” será publicado pela Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC). O Pré-print, sem atualização, está disponível na OSF PREPRINTS em https://osf.io/ptm5x_v1.

3 Gostaríamos de fazer um agradecimento especial a Cristiane Schwinden pelo auxílio com o *scraping* e tratamento de dados pelo Orange Data Mining

Estado da arte de valor-notícia (segunda parte)^{1, 2, 3}

State of the art of news-value (part two)

LIA DA FONSECA SEIXAS

orcid.org/0000-0002-4459-6729

Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Salvador (BA). Brasil.

LARISSA MOLINA ALVES

orcid.org/0000-0003-1879-0840

Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Salvador (BA). Brasil.

**EMERSON SILVA
NUNES JÚNIOR**

orcid.org/0009-0006-8051-3245

Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Salvador (BA). Brasil.



Este é um artigo publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

RESUMO:

Este artigo traz o estado da arte no Brasil e no mundo a partir de bases de dados, enquanto a primeira pesquisa se dedicou ao estado da arte dos estudos de valor-notícia a partir de revistas científicas. Neste texto, chegamos aos autores e artigos mais relevantes para os termos news values, news factors e newsworthiness nas bases *Scopus*, *Web of Science* e *SciELO* nos últimos 10 anos. Apresentamos uma nuvem com os 10 autores mais importantes dos estudos de valor-notícia na atualidade para a academia estrangeira. Relacionamos as proposições e noções dos autores mais seguidos no Brasil com os autores mais seguidos fora do Brasil. Analisamos quatro conceitos: valor-notícia, fator-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade. Conclui-se que o termo valor-notícia consiste em doxa jornalística (Schultz, 2007). Já o termo noticiabilidade, com formação na sociedade, é resultado de saber coletivo (Eilders, 2006), mas com influência de interesses individuais. Critério de noticiabilidade, termo apenas brasileiro, é o equivalente a fator-notícia extrínseco. Os fatores-notícia referem-se a fatores internos aos eventos (qualificações) e a fatores externos aos eventos, incluindo o discurso (a notícia). Devem existir fatores-notícia diferentes para diferentes culturas.

PALAVRAS-CHAVE:

Valor-notícia; Fator-notícia; Noticiabilidade

ABSTRACT:

This article presents the state of the art in Brazil and worldwide based on databases, while the first research focused on the state of the art in news values studies based on scientific journals. In this text, we identify the most relevant authors and articles on “news values”, “news factors” and “newsworthiness” in the *Scopus*, *Web of Science* and *SciELO* databases over the last 10 years. We present a cloud with the 10 most important authors of news value studies for foreign academia today. We relate the propositions and notions of the most followed authors in Brazil with the most followed authors outside Brazil. We analyse four concepts: news values, news factors, ‘newsworthiness criteria’ and newsworthiness. In conclusion, it is understood that news values consists of “journalistic doxa” (Schultz, 2007). Newsworthiness, on the other hand, which is formed in society, is the result of collective knowledge (Eilders, 2006), but is influenced by individual interests. The Newsworthiness criteria, a term used only in Brazil, is equivalent to an extrinsic news factor. News factors refer to factors internal to events (qualifications) and factors external to events, including discourse (the news). There must be different news factors for different cultures.

KEYWORDS:

News values; News factors; Newsworthiness

INTRODUÇÃO

Hoje em dia, com nova *arquitetura comunicacional midiática* (Fausto Neto, 2018), a aceleração do tempo (Rosa, 2003), o acompanhamento das métricas de acesso em editorias dedicadas à audiência, a plataformação (Poell, Neibrog & Van Dijck, 2020), a mediatização da sociedade (Couldry e Hepp, 2017), a academia brasileira se pergunta se faz sentido a noção de *valor-notícia*. Para quê estudar *valor-notícia*? A comunidade científica brasileira discute o quanto a seleção de notícia passou a ser feita pelo público ou em que medida sempre foi feita também pelo público. No entanto, o próprio conceito de *valor-notícia* segue nublado, confundido com *noticiabilidade* e pouco estudado em termos de formação, dinâmica e atualização.

Na primeira parte da análise, seguindo o Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJOR)⁴, trabalhamos com a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e revistas estrangeiras e brasileiras do extrato A na avaliação Qualis da Capes. Lemos, detidamente, todos os 89 trabalhos selecionados. Além de autores e metodologias mais utilizadas, identificamos o que se constitui em uma das principais reclamações dos pesquisadores brasileiros: a análise de notícias é, em geral, realizada a partir de uma lista escolhida de valores substantivos, intrínsecos, chamados, frequentemente, de *valores-notícia*.

Os valores substantivos podem ser elencados em critérios de investigação. Necessita-se de um software de análise de conteúdo capaz de operar com uma grande base de dados. É preciso fazer um recorte com veículos, com destaques, com assunto e/ou com período. Ainda que se saiba das dimensões externas aos eventos, como fazer para se analisar notícias? É preciso levar em conta que as atividades de selecionar e hierarquizar são compulsórias para as práticas jornalísticas (Seixas, 2018). Sabe-se que entender as características de um evento se mostra bem mais factível do que cercar as ideologias reinantes (Shoemaker e Reese, 1996), o contexto cultural, as condições de produção das organizações, os fatores relativos à concorrência (Wolf, [1985] 2001) ou a instância ético-epistemológica (Silva, 2005). Esta atitude de analisar os atributos, entretanto, é bastante criticada pelos pares, pois exala normatividade, como se fosse possível isolar um acontecimento do seu ambiente de produção. Uma crítica não infundada.

Um dos motivos desta escolha é relativamente simples de observar: a dificuldade metodológica de se trabalhar com fluxos não palpáveis e em constante mudança. Talvez dificulte também a fundamentação do conceito de *valor-notícia* ou a falta de um consenso sobre as dimensões. No Brasil, fala-se em *valor-notícia* e *critérios de noticiabilidade*. Fora do Brasil, fala-se em *valor-notícia*, *fator-notícia* e *noticiabilidade*. As divisões realizadas são compreendidas, mas os estudos de *valor-notícia* deram prevalência aos chamados valores substantivos, os inerentes aos eventos. Na primeira fase, foi possível conhecer os principais autores do Brasil, porém os autores mais relevantes do mundo, apenas com esta análise por bases de dados. Na primeira fase, ficou claro também quase 100% dos trabalhos científicos brasileiros dos últimos cinco anos não faz revisão de literatura, nem cita os principais autores de atualidade.

4 O NJOR, enquanto grupo de pesquisa, orientava, até 2023, que o estado da arte de qualquer assunto deveria ser feito com a BDTD e cinco revistas científicas bem avaliadas pelo Qualis periódicos mais atual. As estrangeiras eram *Journalism*, *British Journalism Review*, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *Journalism Practice*, *Journalism Studies*, *Columbia Journalism Review*; e as brasileiras, *Matrizes*, *Galáxia*, *BJR*, *RBCC*, *Observatório*.

Afinal, o que se afirma hoje sobre *fator-notícia*, *valor-notícia*, *critério de noticiabilidade* e *noticiabilidade*? O que se compreende quanto à criação e manutenção de *valores-notícia*? O que se diz sobre essa noção fora das práticas jornalísticas? Nosso objetivo é saber as respostas das literaturas brasileira e estrangeira atuais. No primeiro item, explicamos nossa metodologia de busca para chegar aos autores e artigos fundamentais dos estudos de *valor-notícia* no ocidente. Depois, trazemos os resultados desta busca. No item seguinte, comparamos as conclusões da primeira análise com esta quanto aos estudos de *valor-notícia* no Brasil, pois a grande maioria dos trabalhos brasileiros aparece apenas na base *SciELO*. Em seguida, analisamos as conceituações de *valor-notícia*, *fator-notícia*, *critério de noticiabilidade* e *noticiabilidade* mais aceitas pela literatura atual. Ao final, pretendemos clarear um pouco os conceitos, expor limitações e vantagens, oferecendo pistas para os estudos de *valor-notícia*.

METODOLOGIA

A metodologia deste artigo é uma complementação da pesquisa anterior. Se em um primeiro momento analisamos apenas a partir de revistas científicas, brasileiras e estrangeiras, neste momento trabalhamos com as bases de dados *Scopus*, *Web of Science* e *SciELO*⁵. Na *SciELO*, pesquisamos de 2013 a 2023, em ciências sociais e de comunicação com dois termos em títulos, resumos e palavras-chave: *valor-notícia* sem hífen e *noticiabilidade*. Nas bases *Scopus* e *Web of Science*, pesquisamos com os mesmos filtros (área de ciências sociais e de comunicação no período entre 2013 a 2023) por *news values*, depois *news factors* (descoberta com a primeira análise⁶), depois *newsworthiness* em títulos, resumos ou palavras-chave. Buscamos por mais relevantes, seguindo o algoritmo das bases, o que se constitui na principal limitação desta pesquisa, já que não é possível saber com exatidão sobre as coordenadas dos algoritmos, embora o sistema mostre ao lado o número absoluto de citações para dado artigo. O termo *critério de noticiabilidade* praticamente não existe nos artigos de revistas estrangeiras.

Exportamos os três arquivos com os 50 artigos mais relevantes de cada base para cada palavra-chave. Ao todo, então, 300 artigos (50 x 6). Em seguida, fizemos a comparação das duas bases com os artigos lidos anteriormente na primeira fase para detectar quais artigos seriam similares. Resultado de 82 artigos similares. Cada um dos 82 artigos foi pesquisado no *ConnectedPapers*⁷. Escolhemos os 10 principais trabalhos das listas geradas pelo botão *prior*, que mostra os *papers* mais citados nos artigos apresentados no gráfico (aqueles com conexões). Utilizamos em alguns momentos o *Chatpdf* para ‘conversar’ com o pdf. A ferramenta tem certa utilidade, porém a questão deve ser bem específica para algum resultado confiável.

RESULTADOS DA BUSCA

Na base *SciELO*, o total da busca foi de 10 artigos, com apenas 1 em espanhol e nove artigos em português, dos quais dois artigos de nossa autoria e com outros autores (2013 e 2014), artigos não dedicados ao estudo do *valor-notícia*.

5 Este segundo momento ocorre em fevereiro e março de 2024. Novo padrão para o NJor.

6 A primeira análise permitiu observar que um termo muito utilizado é *news-factors*, ao invés de *newsvalues* ou *valor-notícia*, como no Brasil.

7 O *Connected Papers* tem uma base de cerca de 50mil artigos. “Nossa métrica de similaridade é baseada nos conceitos de *cocitação* e *acoplamento bibliográfico*. De acordo com essa medida, presume-se que dois artigos que tenham citações e referências altamente sobrepostas tenham uma chance maior de tratar de um assunto relacionado” (*connectedpapers.com/about*).

QUADRO 1.
Menções na SciELO.
Fonte: elaboração própria

Termos (2013 a 2023)	SciELO
Valor-notícia	3
Noticiabilidade	7

Vale dizer que na comparação com o resultado da pesquisa anterior, feita a partir de revistas científicas brasileiras, seis dos 10 artigos são iguais. Ou seja, não havíamos lido apenas quatro artigos. Além disso, a pesquisa anterior resultou em 19 artigos, dentre os quais figuravam autores do debate acadêmico atual como Alfredo Vizeu e Marcos Paulo da Silva. Acreditamos que este resultado mostra a importância de se pesquisar no Brasil por revista, já que artigos importantes para a literatura acadêmica brasileira estão em revistas relevantes para os estudos de jornalismo, como *Estudos de Jornalismo e Mídia* (EJM) e *Observatório*, ainda não indexadas na SciELO ou em outras bases.

Ao todo são 820 menções das palavras-chave *news values*, *news factors* e *newsworthiness* para os 300 artigos.

QUADRO 2.
Menções de termos
na Scopus e Web of Science.
Fonte: elaboração própria

Palavras-chave	Scopus	Web of Science
<i>News values</i>	561	360
<i>News factors</i>	46	37
<i>Newsworthines</i>	293	277

O termo *news factors* é quase 10 vezes menos citado do que os outros dois termos quando buscamos separadamente, porém, quando comparamos os artigos, *news factors* é o termo mais citado nos similares das duas bases.

QUADRO 3.
Artigos similares.
Fonte: elaboração própria

Palavras-chave	Scopus e Web of Science
Newsvalues	24
Newsfactors	35
Newsworthiness	23

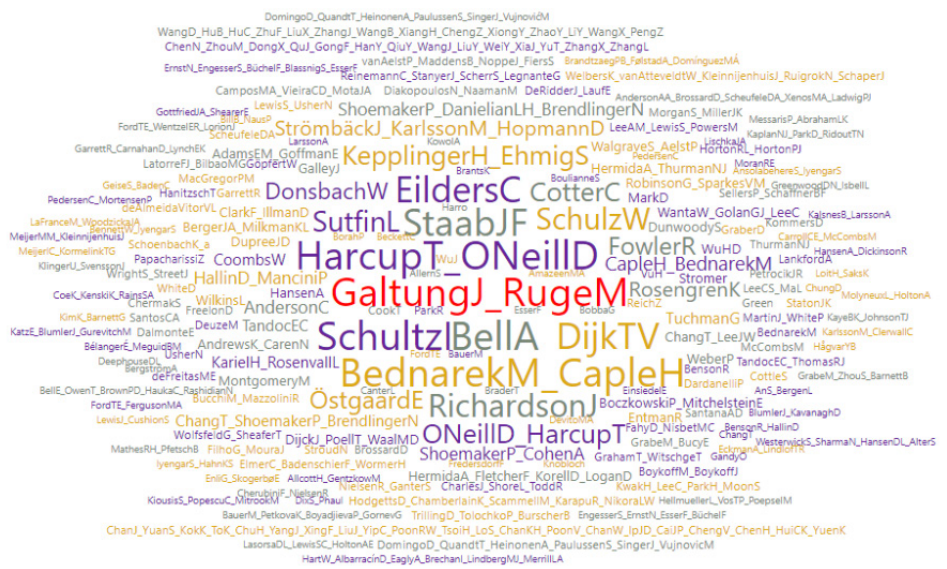
8 O SEO é o sistema de otimização de busca do Google. A primeira sugestão é determinar as palavras-chave ou frases mais importantes associadas ao tópico do artigo. Existem ferramentas como o *Google Keyword Planner*, *SEM rush* ou ferramentas acadêmicas específicas como *Publish or Perish*.

Imagina-se que um dos motivos deste resultado seja o *SEO* do Google⁸. Procura-se colocar *news values* no título, resumo ou palavras-chave para serem mais facilmente encontrados nas buscas. No entanto, os artigos mais profundos trabalham com *news factors*.

Acreditamos poder falar em academia estrangeira porque, após pesquisar cerca de 300 artigos, comparamos os similares. Obtivemos 82 artigos pertencentes às duas bases entre 2013 a 2023. Cada um dos 82 artigos foi lançado no *ConnectedPapers*, que oferece a busca dos 10 trabalhos mais citados no artigo a partir do sistema de busca com uma base de 50mil textos. No *ConnectedPapers*, escolhemos filtrar por relevância de citações no sistema de busca, pois indica que outros artigos também citam o mesmo autor. Comparamos, por *Excel*, os 10 autores fundamentais dos 82 artigos, ou seja, 820 referências. Assim, chegamos à seguinte nuvem de autores fundamentais dos estudos de valor-notícia.

FIGURA 1.

Nuvem dos autores mais citados nos artigos similares mais relevantes.
Fonte: Elaboração própria com o software Orange Data Mining.



Os principais autores dos estudos de *valor-notícia* na atualidade, por ordem temporal da obra, são: Ostgaard (1965), Galtung e Ruge (1965), Staab (1990, Bell (1991), Schulz (1982), Harcup e O'Neill (2001), Richardson (2004), Kepplinger e Ehmig (2006), Eilders (2006), Schultz (2007), Weber (2014) e Bednarek e Caple (2017). Gostariamos de destacar que Shoemaker et al. (1996) e Shoemaker e Cohen (2006), autores citados na primeira análise com revistas científicas, estão entre os 20 mais citados nos mais relevantes pelo *Connected Papers*. Van Dijk (1990), linguista reconhecido por ter pensado a notícia como discurso, mostra a importância discursiva para autores estrangeiros. Vale ressaltar ainda que não conseguimos acesso ao artigo de Lynn Stufin, capítulo do livro *The Universal Journaliste* (David Randall, 2011)⁹.

9 Randall, David. *The Universal Journalist*. Londres: Pluto Press, 2021. Não lido.

FIGURA 2.

Quantidade de citações para autores prévios dos artigos mais relevantes.
Fonte: Elaboração própria com o software Orange Data Mining.

Galtung J, Ruge M - The Structure of Foreign News	43
Harcup T, O'Neill D - What Is News? Galtung and Ruge revisited	38
Bell A - The language of news media	28
Schultz I - THE JOURNALISTIC GUT FEELING	17
Staab JF - The Role of News Factors in News Selection: A Theoretical Reconsideration	16
Eilders C - News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany	15
Dijk TV - News as Discourse	15
Richardson J - Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis	13
Sutfin L - What IS News?	11
O'Neill D, Harcup T - News Values and Selectivity	10
Kepplinger H, Ehmig S - Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection	10
Cotter C - News Talk: Investigating the Language of Journalism	10
Bednarek M, Caple H - The Discourse of News Values: How News Organizations Create Newsworthiness	10
Schulz W - News Structure and People's Awareness of Political Events	9
Ostgaard E - Factors Influencing the Flow of News	9
Fowler R - Language in the News: Discourse and Ideology in the Press	9
Bednarek M, Caple H - Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news values	9
Donsbach W - Psychology of News Decisions	8
Strömbäck J, Karlsson M, Hopmann D - DETERMINANTS OF NEWS CONTENT	6
Shoemaker P, Danielian LH, Brendlinger N - Deviant Acts, Risky Business and U.S. Interests: The Newsworthiness of News	5
Shoemaker P, Cohen A - News Around the World: Content, Practitioners, and the Public	5

Na primeira parte foram lidos 42,85% dos 82 artigos similares da segunda parte. Isso quer dizer que a primeira leitura, a partir de revistas, já indicara autores e proposições fundamentais. Assim, acreditamos seja possível identificar os conceitos em circulação, fazendo comparação entre as academias brasileira e estrangeira e o estado da discussão.

ESTADO DA ARTE DE *VALOR-NOTÍCIA* NO BRASIL

Na primeira fase da análise, o exame das teses e dissertações (16) defendidas entre 2016 e 2021 nos prova o que é relativamente esperado da comunidade científica quando se trata de estudos de *valor-notícia*: o uso de listas para aplicar na análise de conteúdo da cobertura escolhida. Apenas 31,25% (5) dos trabalhos têm revisão de literatura substantiva, ou seja, trazem, pelo menos, o artigo seminal (Galtung e Ruge (1965), Gans (1979) ou Golding e Elliott (1979), Shoemaker e Reese (1996)). A metodologia mais utilizada para a análise *valor-notícia* é a *análise de conteúdo*. Descobrimos que os principais autores dos estudos de *valor-notícia* da história acadêmica brasileira são Mauro Wolf ([1985] 2001), Gislene Silva (2005) e Nelson Traquina (2005). Constatamos que não há justificativa para a escolha em quase 100% dos trabalhos. Dos 16 trabalhos, três teses não elegem nenhum autor, quatro adotam Traquina (2005) e três adotam Wolf ([1985] 2001) e Silva (2005). Apenas uma dissertação explica a escolha do quadro de Gislene Silva por sua abrangência e apenas uma tese brasileira (Feitoza, 2016) compara as propostas de vários autores, não aderindo a nenhum.

Dos três autores mais citados pelas pesquisas brasileiras, Traquina (2005) é o autor mais frequente nos cursos de graduação no Brasil. Traquina (2005) é o único autor que faz uma separação entre seleção e construção, sugerindo a divisão entre atributos de eventos e critérios da construção discursiva. Portanto, o autor acredita na possibilidade de se fazer as duas análises a partir de matéria publicada. Ainda que exista a compreensão da importância de critérios do contexto e da construção discursiva, os estudos de *valor-notícia* se dedicam aos substantivos. A noção de relevância como “impacto sobre a vida das pessoas” (Traquina, 2005, p.80) parece ter se estabilizado nos estudos brasileiros. Os critérios do contexto exigem outra metodologia de análise, mais próxima a etnografia.

Um dos autores mais citados ao lado de Traquina, Gislene Silva (2005), talvez seja adotada por três motivos principais: 1) a autora firma uma diferenciação entre *atributo* e *critério de noticiabilidade*; 2) a autora sistematiza uma lista de 13 autores, incluindo os seminais Galtung e Ruge (1965) e Shoemaker e Reese (1996) e três brasileiros (Erboato, 1991; Chaparro, 1994 e Lage, 2001); e 3) sua proposta de tabela de *valores-notícia* (os inerentes) é abrangente (ver quadro 2). A autora sugere uma divisão em *macro* e *microualores*, mas os pesquisadores trabalham apenas com os *microualores*. Os *macrovalores* seriam “pré-requisitos para qualquer seleção noticiosa” (Silva, 2014, p.63). Silva sugere: “Esse é o caso de atualidade (novidade), importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão” (Silva, 2014, p. 63). Para nós, a ideia de macrovalor se aproxima da ideia de princípio ou valor jornalístico. Assim, concordamos com ‘atualidade’. Entretanto, coletividade, por exemplo, não é elemento fundamental da atividade jornalística, nem imprevisibilidade. As práticas jornalísticas não buscam apenas eventos imprevistos.

A sistematização de Silva, realizada com 11 autores de referência dos estudos de *valor-notícia* no Brasil, talvez seja a única feita no país. A abrangência da proposta, um dos motivos da adoção, fica clara quando a professora elenca, por

exemplo, governo e justiça. Porém, consideramos que se aproximem mais de domínios de cobertura (setoristas) ou editoriais. Por exemplo, *conhecimento/cultura* envolve *descobertas, invenções, pesquisas, progresso, atividade e valores culturais e religião*. Seriam valores? Qualquer evento no tema religião? Por outro lado, na sua proposta, o *valor-notícia impacto* reúne pessoas envolvidas e pessoas afetadas, o que condensa dois atributos em um guarda-chuva.

QUADRO 4.
Os critérios substantivos segundo os três autores mais citados no Brasil. Fonte: elaboração própria

Wolf ([1985]2001) Substantivos	Traquina (2005) Substantivos de seleção	Silva (2005) Microvalores
	Morte	
Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura		
Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional	Relevância (“impacto sobre a vida das pessoas”,p.80)	Impacto (número de pessoas afetadas)
Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve		Impacto (número de pessoas envolvidas, grandes quantias)
Grau hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável	Notoriedade	Proeminência (Notoriedade, celebridade, posição hierárquica, elite, sucesso)
	Conflito: escândalo (controvérsia, desvio)	Conflito (guerra, disputa, briga, greve, reivindicação)
		Tragédia
Proximidade (“[...] quer como vizinhança geográfica, quer como afinidade cultural. [...]”, p. 203)	Proximidade (geográficos e culturais)	Proximidade (geográfica e cultural)
		Raridade
	Inesperado	Surpresa (inesperado)
		Governo (interesse nacional, decisões e medidas, inaugurações, eleições vagas, pronunciamentos)
		Polêmica (controvérsia, escândalo)
	Infração	Justiça (julgamentos, denúncias apreensões, decisões judiciais, crimes)
		Entretenimento/curiosidade
		Conhecimento/cultura
	Novidade	
	Tempo (“[...] valor na forma de atualidade. [...]” p. 81)	
	Notabilidade	

Importante dizer que a sistematização de Silva (2005) não inclui Traquina (2005), talvez porque tenha produzido seu artigo antes do livro ou bem pouco depois. Tanto Traquina quanto Silva, incluem Wolf nas suas bases. A divisão deste último em quatro *pressupostos implícitos* (substantivos, relativos ao público, ao produto e à concorrência) também separa intrínsecos de extrínsecos, como o faz Traquina.

No entanto, os estudos brasileiros de *valor-notícia* só têm trabalhado com os intrínsecos, chamados substantivos, enquanto os outros *pressupostos implícitos* ficam em segundo plano, como por exemplo *audiência*. Recentemente Nunes Júnior (2024) defendeu que a “audiência minuto a minuto” atua como

valor-notícia de seleção e de construção (Traquina, 2005) em todo o processo noticioso, inclusive no momento exato da transmissão. A partir dos conceitos de *audiência presumida* (Vizeu, 2005) e de *audiência participativa* (Pereira Júnior & Alves, 2017), ele se propôs pensar como a “audiência minuto a minuto” influencia as ações do jornalista enquanto o telejornal está no ar: este momento de fricção entre a reação do receptor ao conteúdo e a nova ação do jornalista que reconfigura a audiência agindo diretamente no processo de seleção e hierarquização do noticiário televisivo enquanto ele está sendo exibido: “[...] é pensar valor-notícia enquanto dimensão competitiva que utiliza como base a audiência. Não é apenas pensar a transmissão do jornalismo em tempo real, mas sim pensar a resposta em tempo real para o jornalismo feito e medido em tempo real.” (Nunes Júnior, 2024). Produção e circulação em tempo real talvez tornem mais prementes o exame de público e concorrência como *fatores-notícia*.

Da mesma maneira, fatores culturais da comunidade de sentido (Gadamer, 2002, p.246), ainda que estejam destacados no artigo considerado fundador dos estudos de *valor-notícia* (Galtung & Ruge, 1965), não têm sido considerados nos estudos de *valor-notícia* no mundo todo. O poder da elite, frequentemente tido como *valor-notícia intrínseco*, também pode figurar como *extrínseco* — portanto, *fator-notícia* — em localidades nas quais o campo jornalístico guarda mínima autonomia em relação ao campo político e empresarial:

O poder de elite, então, não é apenas atributo de evento, mas sim um fator da realidade local capaz de transformar em notícia qualquer evento que tenha alguma relação com pessoa da elite local. Galtung e Ruge (1999 [1965]) tinham razão: poder de elite não deve ser um fator ‘culturalmente livre’ (Seixas e Durazo-Herrmann, 2024).

Embora o termo utilizado acima seja *critério de noticiabilidade*, esta noção foi descartada, pois só é frequente no Brasil, ao passo que a literatura mundial trata como *fator-notícia*, seguindo, importante ressaltar, Galtung e Ruge (1965). O artigo de Gislene Silva, intitulado “Para pensar critérios de noticiabilidade” (2005), é o principal, se não o único, a buscar uma compreensão das diferenças entre as noções de *critérios de noticiabilidade* e *valor-notícia*. A autora compreende noticiabilidade como “todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo de produção da notícia” (Silva, 2005, p. 96). Ou seja, a autora, contrariamente à literatura estrangeira, entende *noticiabilidade* como parte da prática jornalística. Os *critérios de noticiabilidade* seriam os fatores, divididos pela autora em conjuntos: “na origem dos fatos”, os atributos; “no tratamento dos fatos”, tanto seleção como construção de Traquina (2005), e “na visão dos fatos”, âmbito dos fundamentos éticos.

FIGURA 3.
Quadro divisão por
critérios de noticiabilidade.
Fonte: Seixas, 2018, p. 358.

QUADRO 2 – Divisões para critérios de noticiabilidade					
GOLDING; ELLIOTT (1979)	GANS (1979)	SHOEMAKER & REESE (1996/2014)	SILVA (2005)	WOLF (2001/1987)	TRAQUINA (2005)
Os valores-notícia derivam de premissas não-declaradas ou implícitas ou juízos sobre três coisas: <ul style="list-style-type: none">• Audiência• Acessibilidade (clareza e facilidade de cobrir)• Disponibilidade material	As considerações sobre notícia podem ser divididas em três categorias : <ul style="list-style-type: none">• Substantivas• Do produto• Competitivas	Divisão em cinco níveis de análise , organizados hierarquicamente : <ul style="list-style-type: none">• Individual (experiências cognitivas e profissionais, atitudes, valores, crenças, funções profissionais, eixos éticos)• Rotinas profissionais (desenvolvimento do estilo com base em padrões profissionais)• Organizacionais (controle econômico, simbólico)• Extra organizacionais (fontes, anunciantes, audiências, ambiente econômico e tecnológico)• Do sistema social (ideologia)	Três instâncias : <ul style="list-style-type: none">• Critérios de noticiabilidade (CN) na origem dos fatos;• CN no tratamento dos fatos (seleção hierárquica e produção das notícias);• CN na visão dos fatos sobre fundamentos ético-epistemológicos	Divisão em quatro pressupostos implícitos ou considerações relativas: <ul style="list-style-type: none">• Características substantivas das notícias (conteúdo);• Disponibilidade de material e critérios relativos ao produto;• Público;• Concorrência.	Divisão por fase produtiva : <ul style="list-style-type: none">• Seleção: substantivos e contextuais• Construção

FONTE – Elaboração própria com artigo de 2014 (SEIXAS; FRANCISCO, 2014, p.7-8)

Neste artigo, Silva entende que o critério de noticiabilidade na ‘origem dos fatos’ é *valor-notícia intrínseco*, que batiza de atributos. Os outros critérios de noticiabilidade são extrínsecos. No próximo item, veremos que os estrangeiros entendem da mesma maneira, mas denominam como *fatores-notícia*.

Silva (2005) concorda com Wolf (2001) quanto à *noticiabilidade* como resultante da cultura profissional. Essa é uma concepção consensual no Brasil. Apenas o pesquisador Marcos Paulo da Silva, através do trabalho de Shoemaker e Cohen (2006), tem discordado desde sua tese de doutorado, defendida em 2013.

Pamela J. Shoemaker e Akiba A. Cohen, por exemplo, interpretam a noticiabilidade de uma maneira que também a diferencia das simples características primárias que particularizam um determinado evento. Entretanto, os autores compreendem a concepção como um constructo de ordem eminentemente cognitiva – ou seja, por esta ótica, a noticiabilidade irá sempre dizer respeito a julgamentos individuais – de jornalistas ou não – projetados sobre os acontecimentos do mundo fenomênico (...)(Silva, 2014, p. 74).

Como veremos a seguir, no estado da arte dos estudos fora do Brasil, esta noção de noticiabilidade é a noção que se discute nos artigos estrangeiros. O ponto de tensão está nos níveis coletivo e individual.

ESTADO DA ARTE DE VALOR-NOTÍCIA FORA DO BRASIL

Na literatura estrangeira, o termo *news values* aparece 561 vezes em títulos, resumos ou palavras-chave dos 50 artigos mais relevantes da base *Scopus* e 360 vezes em títulos, resumos ou palavras-chave dos 50 mais relevantes da base *Web of Science*, enquanto *news factors* aparece com 46 e 37, respectivamente. Embora os números tenham diferença de dezenas para centenas, quando analisamos os 820 artigos das três buscas (com os três termos: *news values*, *news factors* e *newsworthiness*) para saber quais os similares, o termo *news factors*

tem mais aparições (35) do que os outros dois termos (24 para *news values* e 23 para *newsworthiness*). Ou seja, a literatura estrangeira parece ter preferência pelo termo cunhado por Galtung e Ruge (1965).

Conceitualmente, *valor-notícia* e *fator-notícia* aparecem como sinônimos. Sabe-se que *valor-notícia* (*news values* em inglês) é o termo do senso comum, adotado nas redações em todo o mundo, o que interfere no termo utilizado nas pesquisas. Um trecho das conclusões do artigo de Harcup e O'Neill (2001), que revisitaram o artigo de Galtung e Ruge (1965) e são hoje os autores mais relevantes depois dos autores do artigo fundador, confirmam o uso dos dois termos:

Concordamos com Hartley que, em contraste com algumas das análises mais mecanicistas do conteúdo dos jornais, devemos estar constantemente cientes de que a identificação dos fatores ou valores-notícia pode nos dizer mais sobre como as histórias são cobertas do que por que foram escolhidas em primeiro lugar (Hartley 1982: 79) (Harcup, O'Neill, 1991, p. 18).

No entanto, o 11º artigo mais relevante dos relevantes, de Kepplinger e Ehmgig (2006), defende que os *fatores-notícias* são as características das notícias:

As características das notícias a serem selecionadas são chamadas de *fatores-notícia*. Os *fatores-notícia* são, por definição, qualidades das matérias jornalísticas. Essas qualidades podem ser o grau de danos relatados, o status das pessoas envolvidas, a distância geográfica entre o evento e o local onde vivem os destinatários das notícias (Kepplinger e Ehmgig, 2006).

O que os autores estão defendendo é, através da análise das matérias, que se pode compreender qualquer *fator-notícia*. Eles acreditam que os *fatores-notícia* têm *valores-notícia*, assim como, para o Brasil, dentre os critérios de noticiabilidade haveria atributos. Os *valores-notícia* dos *fatores-notícia* indicam sua contribuição para o aumento da *noticiabilidade* de uma notícia. Alguns *fatores-notícia* podem ser mais relevantes para alguns veículos de mídia do que para outros (Kepplinger e Ehmgig, 2006). Esta não é, no entanto, uma concepção abrangente.

O uso dos termos *valor-notícia* ou *fator-notícia* está diretamente ligado ao debate sobre este ser característica de evento ou da matéria (ordem da materialidade discursiva). Podemos dizer que, nem na literatura estrangeira, nem no Brasil, haja consenso de que o *valor-notícia* é atributo ou qualidade de fato/evento ou de uma matéria construída. Esse é o grande dilema. Desde o nascimento dos estudos, Galtung e Ruge (1965) fizeram análise sistemática da natureza dos eventos, porém a partir das matérias publicadas em quatro jornais noruegueses¹⁰.

A maioria dos fatores de Galtung e Ruge abrange a natureza dos eventos e dos atores da notícia. A maneira como esses aspectos da notícia é apresentada em uma história pode aumentar sua noticiabilidade. Eles também são as dimensões nas quais uma notícia pode ser considerada tendenciosa ou imprecisa, como veremos no capítulo 10” (Bell, 1991).

10 Os jornais foram anonimizados para manter o foco no conteúdo. Recorremos ao ChatGPT para algumas questões específicas.

Staab (1990), um dos quatro principais autores da tradição alemã, afirma praticamente o mesmo:

Inicialmente, o conceito de fatores de notícias partia de uma perspectiva realista que interpretava os fatores de notícias como aspectos objetivos dos eventos. [...] No entanto, com base nos catálogos de fatores de notícias desenvolvidos nas tradições de pesquisa americana e europeia, isso não pode ser feito (Staab, 1990, p. 433, tradução nossa).

Em 2006, 15 anos depois, Eilders, referência para 15 artigos mais relevantes, reafirma a existência do debate: “Abordando a perspectiva teórica, este artigo trata o vivo debate sobre o estatuto dos fatores-notícia¹¹ como características do acontecimento ou das notícias” (Eilders, 2006, p. 6).

¹¹ *News factors* é o termo utilizado pelos autores estrangeiros. Vamos adotar aqui a tradução simples, fator-notícia.

Todos os cinco primeiros autores mais relevantes acreditam que os *valores-notícia* são também inerentes aos eventos. Tanto Galtung e Ruge (1965) como Harcup e O’Neill (2001) compreendem as distorções possíveis no processo de construção da notícia, mas isto não prova a inexistência de qualidades inerentes aos eventos.

Assim, quanto maior a cadeia, mais a seleção e a distorção terão lugar de acordo com o acima dito – mas também mais material para selecionar e distorcer se se pensar nas agências de informação ligadas a correspondentes especiais. [...] O jornalista prescreta os fenômenos [...], e seleciona e distorce, e o mesmo faz o leitor quando recebe o produto acabado, as páginas de notícias, e o mesmo ainda fazem todos os intermediários” (Galtung; Ruge, [1965] 1999, p. 72).

Harcup e O’Neill, no entanto, reiteram a análise a partir de matérias publicadas com foco na seleção destas matérias e não na seleção de eventos. Referindo-se a Galtung e Ruge, explicam nas conclusões:

A preocupação deles era com os eventos e como eles se tornavam ou não notícias. Nossa preocupação foram os itens de notícias publicados e o que pode ou não ter levado à sua seleção (Harcup e O’Neill, 2001, p. 7, tradução nossa).

Eilders (2006) também acredita que existem características dos eventos:

Supõe-se que os eventos tenham certas características que os tornam dignos de serem noticiados. Essas características, conforme percebidas pelos jornalistas, são chamadas de fatores noticiosos. Elas correspondem aos respectivos critérios de seleção dos jornalistas e, portanto, determinam o valor noticioso de um evento. Assim, os fatores noticiosos conferem valor noticioso a um evento. Quanto mais digno de notícia um evento for considerado pelos jornalistas, maior será a probabilidade de ele ser selecionado para publicação e de ser apresentado com destaque (Eilders, 2006, p. 6, tradução nossa).

Os mais importantes autores estrangeiros compreendem os *valores-notícia* como inerentes aos eventos, mas reconhecem os limites da noção: 1) os valores

parecem causa, enquanto as matérias parecem efeito, o que coloca a seleção de notícias como um processo que não leva em conta os problemas políticos e sociais, as influências organizacionais ou o peso subjetivo do jornalista (Staab, 1990; Shoemaker & Reese, 1996; Harcup & O'Neill, 2001); 2) a escolha da audiência não é feita por *valores-notícia* do campo jornalístico, mas por critérios de relevância gerados coletivamente, além dos interesses pessoais (Eilders, 2006; Shoemaker & Cohen, 2006); 3) os *valores-notícia* fazem parte de uma 'doxa jornalística', ou seja, pressuposições táticas aceitas e alimentadas dentro da prática jornalística (Schultz, 2007).

Os limites apontam para as mais expressivas questões sobre os *valores-notícia*: 1) que tipo de saber constituem os *valores-notícia*; 2) em quantas e em quais dimensões estão os *valores-notícia*, pois fazem parte de todo o processo produtivo (concepção consensualmente aceita desde Galtung e Ruge, em 1965); e 3) o que o mundo da mídia digital nos indica sobre a seleção da audiência: "Outra ênfase [do artigo] é colocada na expansão da investigação do valor-notícia da seleção jornalística para a seleção pelo público (Eilders, 2006, p. 6).

No artigo considerado fundador dos estudos de *valor-notícia*, Galtung e Ruge (1965) afirmam que os *valores-notícia* são um problema da psicologia da percepção e que consistem na percepção psicológica do senso comum: "Eles não passam de uma percepção psicológica do senso comum transposta para as actividades de busca radiofônica¹² e de busca de acontecimentos" (Galtung & Ruge, 1999[1965], p. 64). Essa concepção nos leva diretamente ao conceito de *noticiabilidade*, desenvolvido por Pamela Shoemaker desde a década de 80 (Shoemaker, 1984). Em meados de 90, Shoemaker, Danielian e Brendlinger (1987) e Shoemaker e Reese (1996) apontam para a importância de se analisar o nível individual da escolha do jornalista (White, 1950) e da audiência. Nos anos 2000, Shoemaker e Cohen (2006) estabelecem a concepção de que *noticiabilidade* é constructo cognitivo (como vimos no item anterior).

Alguns autores (Harcup & O'Neill, 2001; Eilders, 2006) reconhecem a influência dos interesses individuais, o que para eles mostra os limites da noção de *valor-notícia*. O argumento da cognição é similar, porém, Eilders (2006) afirma que o *fator-notícia* é constructo coletivo, mais do que individual. "Os fatores noticiosos, sob essa perspectiva, não servem apenas como critérios exclusivamente jornalísticos, mas como critérios gerais de seleção humana, dedutíveis da psicologia da percepção" (Eilders, 2006, p. 9). Se observamos bem, ela coaduna com Galtung e Ruge (1965), pois se volta para a psicologia da percepção. Em 1997¹³, Eilders sugere três motivos para a construção coletiva: teoria evolucionária - "Essa explicação baseia-se na ideia de que as pessoas atribuem relevância a coisas que significam uma ameaça potencial à vida ou ao bem-estar de alguém" (Eilders, 2006, p. 14); mecanismos psicológicos gerais dos seres humanos; e relevância social - "Assim, esse tipo de relevância pode ser atribuído por membros da sociedade se a sociedade como um todo puder ser afetada, mesmo que o indivíduo não seja diretamente afetado" (Eilders, 2006, p. 15)¹⁴.

Portanto, se trata da tensão entre os níveis individual e coletivo do conceito de *noticiabilidade*. É possível afirmar que: *valor-notícia* é saber do campo jornalístico e *noticiabilidade* é saber da sociedade. A partir das citações a Schultz

12 Vale ressaltar que o artigo de John Galtung e Marie Ruge teve foco na cobertura estrangeira de rádio e TV.

13 Acredita-se que o livro de Eilders (1997), pouco citado nos artigos estrangeiros, só está disponível em alemão.

14 Neste artigo, Eilders cita seu livro de 1997. Por isso, amntivemos 1997, quando foram criadas as categorias, o que é extremamente relevantes para um estado da arte.

(2007), o 4º artigo mais citado, depois apenas do seminal, dos autores que revisitaram o artigo fundador (Harcup & O’Neill, 2001) e do livro de Allan Bell (1991), é factível se concluir que sua compreensão *valor-notícia* seja seguida:

No que diz respeito à prática jornalística, isso pode ser entendido como uma esfera de julgamento jornalístico onde, por exemplo, os valores-notícia (mas também as normas profissionais, rotinas etc.) são explícitos e discutíveis. Ao mesmo tempo, parte de nossa compreensão prática do mundo cotidiano pertence ao universo do indiscutível e do dado como certo. Para os estudos da prática jornalística, isso pode ser entendido como a esfera da *Doxa* Jornalística, onde, por exemplo, os valores-notícia são silenciosos e indiscutíveis (Schultz, 2007, p. 195, tradução nossa).

A noção de *Doxa Jornalística* situa o *valor-notícia* como saber tácito, com o nível de inconsciência, salientado por Bell (1991). Com base na teoria de *habitus* de Bourdieu (1996, 1997), a pesquisadora distingue três ‘formas’ de *valores-notícias*: *doxic new svalues*, aqueles tácitos; *orthodox news values*, consensuais e dominantes, mas discutidos; e *heterodox news values*, discordantes e discutidos. Não diríamos ainda que as formas convençam, mas a noção de que há um saber compartilhado dentro da prática jornalística, para o qual não apenas *valores-notícias*, mas também valores profissionais determinam ações, convence.

Assim como o saber social do *valor-notícia* seria tácito para a prática jornalística, a *noticiabilidade*, saber compartilhado pela sociedade (Eilders, 2006), funcionaria como “verdade estável” (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1996), porém com margem clara de escolha individual. Corresponde ao que defendem Bednarek e Caple (2017) – dupla de pesquisadores que começou no início de 2000, mas já aparece com 12º trabalho mais citado pelos mais relevantes – os eventos não teriam qualidade inata, mas sim socioculturalmente assentadas: “Quando falamos sobre os valores-notícia potenciais de um evento, sempre nos referimos a um valor que é atribuído socioculturalmente, em vez de ‘natural’ ou ‘inerente” (Bednarek & Caple, 2017, p. 50).

Hoje, uma das divisões que mais convencem os autores estrangeiros é a proposta destas autoras (Bednarek e Caple, 2017):

FIGURA 4.
Tabela de dimensões de *valores-notícia*.
Fonte: Bednarek e Caple, 2017, p.42.

Material: an event in its material reality holds potential news value in a given community	What are an event’s potential news values?
Cognitive: news workers and audience members have beliefs about news values and newsworthiness	What beliefs do news workers and/or audience members hold about news values?
Social: news values are applied as selection criteria in journalistic routines and practices	How do news workers apply news values as criteria in selecting what events to cover, publish and in how to produce them?
Discursive: news values can be communicated through discourse	How are news values communicated through discourse, pre-, during, and post-news production and in news products?

As pesquisadoras compreendem valores dos eventos socioculturalmente atribuídos, ao mesmo tempo em que destacam a possibilidade de construção no próprio material de entrada e a construção discursiva, além da negociação da *noticiabilidade*, que pode ser discutida com o público. As três últimas ações ocorrem no nível discursivo, ao qual se dedicam com o que chamam de *Análise dos Valores-Notícia Discursivos* (AVND). Elas acreditam que os eventos são dotados de *valor-notícia* pela prática jornalística:

Por outro lado, compartilhamos com uma perspectiva construcionista o interesse em como a realidade ganha significado pela mídia. No contexto da DNVA, presumimos que os eventos materiais são dotados de valor-notícia pela mídia, por exemplo, ao enfatizar ou desestimular certos valores-notícia nos textos (Bednarek & Caple, 2017, p. 50).

Para Bednarek e Caple (2017), até mesmo a audiência está no nível discursivo, algo que a situação de recepção da mídia digital teria revelado. Os autores estrangeiros que pesquisam o processo de seleção no momento de percepção da audiência, já mostraram que as pessoas apresentavam a *noticiabilidade* antes e provavelmente seguiram o saber compartilhado da relevância (Donsbach, 1991), o nível de retenção de uma notícia (Eilders, 2006 *apud* Eilders, 1997) e compararam a seleção de *valores-notícia* dos jornalistas com a seleção do público (Eilders, 2006 *apud* Eilders, 1997). Eilders chega a uma conclusão que a aproxima de Shoemaker e Cohen (2006), que defendem a *noticiabilidade* definida no nível individual, quando afirma a influência da escolha individual:

Nessa perspectiva comparativa - com o número de fatores noticiosos na seleção jornalística excedendo o número dos respectivos critérios de seleção do público - torna-se óbvio que a seleção do público não pode ser explicada apenas por fatores noticiosos. O público seleciona as notícias não apenas de acordo com critérios de relevância compartilhados coletivamente, conforme representado nas rotinas profissionais do jornalismo, mas também de acordo com interesses e preferências individuais (Eilders, 2006, p. 10-11).

Porém, a autora defende que há um limite dos *fatores-notícia* na seleção da audiência, que opera coletiva e individualmente. Alguns *valores-notícia* podem ser reconhecidos pela sociedade e pelos jornalistas como inerentes aos eventos e ao mesmo tempo como não-inerentes ou relativos a outra dimensão.

O jornalismo de moda pode, por exemplo, nos ajudar a compreender a influência de um *fator-notícia*. O valor da novidade, elemento fundamental da atualidade jornalística, é reconhecidamente atributo e pertencente, ao mesmo tempo, à dinâmica do campo da moda, objeto de cobertura do jornalismo de moda. A novidade, assim como elemento fundamental das práticas jornalísticas, é uma característica essencial e parte da definição da moda enquanto fenômeno cultural (Svendsen, 2010; Lipovetsky, 1989). Na dinâmica do campo da moda, a busca pela novidade envolve não apenas o que é atual, mas também a antecipação do que será considerado relevante no futuro. Isso é o que atrai de início o interesse da moda pelos produtos jornalísticos. Ou seja, o jornalismo reconhece nas novidades da moda a atualidade jornalística (Groth,

2011; Franciscato, 2005). Além disso, o *fator-notícia* da exclusividade também se destaca, uma vez que a moda frequentemente opera de forma restrita a determinados grupos sociais.

Na *São Paulo Fashion Week* (SPFW), assim como em outras *capitais da moda* ao redor do mundo, existem outros fatores-notícia (da ‘doxa jornalística’) inerentes um evento como este: magnitude, audiovisual, poder de elite, entretenimento, celebridade, *shareability* (Harcup e O’Neill, 2016) e apelo estético (Bednarek & Caple, 2017). Um evento típico e frequente do funcionamento do campo da moda como a SPFW, contém, em si, o potencial de oferecer novidades e de exclusividade, abrangendo desde vestuário, até comportamento, cultura e estilo de vida. Esses fatores-notícia existem em potência, são possíveis de serem previstos antes mesmo do início da SPFW.

CONCLUSÕES

Este artigo trouxe o estado da arte de *valor-notícia* dentro e fora do Brasil. Com a análise dos 82 artigos estrangeiros mais citados nos últimos dez anos, chegamos a algumas conclusões sobre o estado atual dos estudos de *valor-notícia* no mundo ocidental. Os resultados da primeira parte sobre os estudos brasileiros foram confirmados nesta segunda fase: trabalha-se com lista de atributos ou os chamados valores substantivos; os fatores extrínsecos¹⁵ aos eventos não são analisados; as noções de *valor-notícia* e *critério de noticiabilidade* continuam extremamente opacas. Além disso, grande parte da pesquisa no Brasil tem sido fundamentada em três autores: Traquina (2005), Silva (2005) e Wolf (2001), dos quais nenhum é citado por autores estrangeiros. A despeito das tentativas de Silva (2005) para inserir no debate acadêmico o *conceito de noticiabilidade* desenvolvido por Shoemaker (1996) e Shoemaker e Cohen (2006), pesquisadores brasileiros acreditam que a noção de noticiabilidade é gestada dentro da cultura jornalística.

Na literatura estrangeira, *news values* e *news factors* aparecem, conceitualmente, como sinônimos. O debate sobre o estatuto dos *fatores-notícia* como características do acontecimento ou das notícias continua vivo. Noticiabilidade é considerada constructo coletivo, mais do que julgamento mental individual (Shoemaker, 2006), pois formada por fenômeno coletivo intersubjetivo (Eilders, 2006). Mais do que isso, as qualidades dos eventos são fabricadas coletivamente (Bednarek & Caple, 2017), não são intrínsecas aos objetos de realidade.

Ao final, temos pistas para o contorno das noções de *valor-notícia*, *fator-notícia*, *critério de noticiabilidade* e *noticiabilidade*. *Valor-notícia* consiste em *doxa jornalística* (Schultz, 2007), um tipo de saber compartilhado tácito da prática jornalística. *Noticiabilidade*, contrariamente, não é saber da cultura jornalística, é resultado de saber coletivo (Eilders, 2006) da sociedade e sofre influência dos interesses individuais (Harcup & O’Neill, 2001; Eilders, 2006). Os interesses individuais influenciam, mas estão no âmbito da *noticiabilidade*, portanto estão fora do escopo da *doxa jornalística*. O atributo é atribuído socioculturalmente.

15 A análise entre intrínsecos e extrínsecos foi feita por Lia Seixas para artigo anterior (Seixas e Durazo Herrmann, 2024). Disponível em: <https://njourfba.com.br/systematization-of-extrinsic-and-intrinsic-factors/>

Critério de noticiabilidade, termo apenas usado no Brasil, é o *fator-notícia extrínseco*, como demarcado por Gislene Silva (2005). No entanto, *fator-notícia* é noção utilizada na literatura estrangeira tanto para *intrínsecos* como para *extrínsecos*. Pode-se dizer que alguns *fatores-notícia*, como, por exemplo, magnitude, são qualificações, enquanto outros são fatores da prática, da organização jornalística ou da cultura local. Em síntese, os *fatores-notícia*, constructo coletivo, referem-se a fatores internos aos eventos (qualificações) e a fatores externos aos eventos, que dizem respeito ao produto, à organização e, importante sublinhar, a fenômenos culturais de uma localidade (Galtung & Ruge, [1965] 1999, p. 67). Ou seja, devem existir *fatores-notícia* diferentes para diferentes culturas. Uma pista ainda mais provável, haja vista nossa análise do poder de elite no interior da Bahia (Durazo-Herrmann Seixas, 2024), um *fator-notícia* pode ser, frequentemente, *intrínseco*, mas atuar também como apenas *extrínseco*.

A nova “arquitetura comunicacional midiática” (Fausto Neto, 2018), em que produção e circulação podem se realizar em tempo real, não modifica o fato de existir saber compartilhado no campo jornalístico, ou seja, de existir como saber jornalístico nas culturas jornalísticas. A pesquisa que defende a “audiência minuto a minuto” como *fator-notícia* no ato da transmissão (Nunes Júnior, 2024) é uma prova disso. Por isso faz todo sentido pesquisar *valor-notícia*. Este saber vive mudanças, assim como valores, princípios, elementos do jornalismo.

Os estudos de *valor-notícia* amargam o resultado de mais de 50 anos de pesquisas com a grande mídia ou os veículos de referência. Apenas em 2016 começam estudos com tabloides e gratuitos. Nos últimos 10 anos, não há nenhum estudo de referência que tenha se dedicado a examinar as diferenças culturais dos saberes compartilhados de pequenas cidades.

REFERÊNCIAS

- BELL, Alan. **The Language Of News Media**. Oxford: Blackwell, 1991.
- BEDNAREK, Monika; CAPLE, Helen. **The discourse of news values**. How news organizations create news worthiness. Londres: Oxford University, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas**. Sobre a teoria da ação. São Paulo: Papirus, 1996.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo** – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.
- COULDRY, Nick.; HEPP, Andreas. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge, Polity, 2016.
- DONSBACH, Wolfgang. Exposure to Political Content in Newspapers: The Impact of Cognitive Dissonance on Readers’ Selectivity. Londres: **European Journal of Communication**, v. 6, 1991.
- DURAZO-HERRMANN, Julián; SEIXAS, Lia. What is news no interior da Bahia. **Revista Contracampo**, v.43, n.2, 2024.

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

EILDERS, Cristiane. News factors and news decisions: Theoretical and methodological advances in Germany. **Communications**, n.31, n.1, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. Santa Cruz do Sul: **Revista Rizoma**, v.6, n.2, 2018.

FEITOZA, Liliane. **Relevância jornalística**: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e accountability. Tese de doutorado defendida na Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2016.

FLORES, Ana Marta Moreira. Jornalismo de moda made in Brazil: características da prática. **Fronteiras — estudos midiáticos**, v.20, n.1, p.41–51, 2018. doi:10.4013/fem.2018.201.04

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e Método II**: complementos e índice. Tradução Ênio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2002.

GALTUNG, John; RUGE, Marie. A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação da crise do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “Estórias”. Lisboa: Veja, [1965] 1999.

GANS, Hebert J. **Deciding What’s News**. London: Constable, 1979.

GOLDING, Peter. ELLIOT, Philip. **Making the news**. London: Longman, 1979.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos das ciências dos jornais. Petrópolis: Vozes. 2011.

HARCUP, Tony. O’NEILL, Deirdre. What Is News? Galtung and Ruge revisited. **Journalism Studies**, v.2, n.2, dezembro, p.261-280, 2001.

HARCUP, Tony. O’NEILL, Deirdre. What Is News? Galtung and Ruge revisited (again). **Journalism Studies**, v. 18, n. 12, p. 1470–1488. 2016.

KEPPLINGER, Hans Matias; EHMIG, Simone. Predicting news decisions. Anempirical test of the two-component theory of news selection, **Communications**, v.31, pp. 25-43, 2006.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

NUNES JÚNIOR, Emerson Silva. **Em Tempo Real**: “audiência minuto a minuto” co-mo valor de seleção e construção de programas noticiosos do meio dia na Bahia. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal da Bahia, 2024.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras — estudos midiáticos**, 22, 1, p.2-10 jan./abr, 2020. 10.4013/fem.2020.221.01.

PEREIRA JÚNIOR, Vizeu; ALVES, Kellyanne Carvalho. Telejornalismo “participativo”: a pressão das audiências ou a fragilidade das instituições. **Ecompós**, Brasília, v. 20, n. 2, maio/ago. 2017.

PERELMEAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: A nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

OSTGAARD, Einar. Factors influencing the flows of news. **Journal of Piece Research**, n.1, 1965.

RICHARDSON, John. **Analysing Newspapers**: An Approach from Critical Discourse Analysis. Palgrave Macmillan, Hampshire, 2004.

ROSA, Hartmut. Social acceleration: ethical and political consequences of a desynchronized high-speed society. *Constellations*, v. 10, n. 1, p. 3-33, 2003.

SCHULZ, Winfred. News structure and people's awareness of political events. *Gazette*, v. 30, n. 3, 1982.

SCHULTZ, Ida, The journalist gut felling. *Journalism Practice*, v. 1, n. 2, pp. 190-207, 2007.

SEIXAS, Lia. VALORES NOTÍCIA: uma proposta de análise. *Revista Observatório*, v. 4, n. 4, p. 334-366, 2018. DOI: 10.20873/ufu.2447-4266.2018v4n4p334. Acesso em: 9 out. 2025.

SEIXAS, Lia. DURAZO HERRMANN, Julián. What is news no interior da Bahia? *Contracampo*, Niterói, v. 43, n. 2, p. 01-19, maio/ago. 2024. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v43i2.62240> Acesso em: 9 out. 2025.

SHOEMAKER, P.; COHEN, Akiba. *News around the world: Practitioners, Content and the Public*. New York: Routledge, 2006.

SHOEMAKER, Pamela. News and newsworthiness. *Communications*, v. 31, v. 10, 2006. DOI 10.1515/COMMUN.2006.007

SHOEMAKER, Pamela. REESE, Stephen D. *Mediating the message: theories of influences of mass media content*. White Plan (NY): Longman, 1996.

SHOEMAKER, Pamela. Media Treatment of Deviant Political Groups. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, v. 61, n. 1, 1984.

SHOEMAKER, Pamela; Chang, Tsan-Kuo; Bredlinger, Nancy. Deviance as a Predictor of Newsworthiness: Coverage of International Events in the U.S. Media. *Annals of the International Communication Association*, v. 10, n. 1, 1987, p. 348-365, DOI: 10.1080/23808985.1987.11678651

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, V. 2, n. 1, 2005.

SILVA, Marcos Paulo. Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. *In: Critérios de Noticiabilidade*. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

STAAB, Joachim Friedrich. The role of news factors in news selection: A theoretical reconsideration. *European Journal of Communication*, v. 5, n. 4, 1990.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*, Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade Interpretativa internacional*. v. 2, Florianópolis: Insular, 2005.

WIGHT, David. O gatekeeper: uma análise do caso na seleção de notícias (!). *In: Traquina, Nelson. Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vegas, Comunicação & Linguagens, (1950) 999.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, [1985] 2001.

VAN DIJK, Teun. *La Noticia Como Discurso*. Barcelona / Buenos Aires / México, Ediciones Paidós, 1990.

VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.

WEBER, Patrick. Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*, 2014.

Recebido em:

15/12/2024

Aprovado em:

26/09/2025**Disponibilidade de dados de pesquisa:**

Os dados de pesquisa estão disponíveis no corpo do documento.

Editores responsáveis:

- Adriana Teixeira
- Fábio Fonseca de Castro
- Maurício Ribeiro da Silva
- Norval Baitello

LIA DA FONSECA SEIXAS

É Professora de jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), pesquisadora do Póscom UFBA. Membro do Laboratoire de Pratiques et Identités Journalistiques (Lapij) da Université libre de Bruxelles (ULB), do comitê editorial da Brazilian Journalism Research (BJR) e coordenadora do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJor-www.njor.ufba.br). Autora do livro *Redefinindo os gêneros jornalísticos*, resultado de sua tese de doutorado, em 2009, coorganizadora dos livros *Gêneros: um diálogo entre comunicação e Linguística* (Insular, 2013) e *Fundamentos e práticas jornalísticas* (Insular, 2024). Atua em teorias do jornalismo, com foco para valores jornalísticos e valores notícia; gêneros jornalísticos e discurso jornalístico.

liaseixas@gmail.com**LARISSA MOLINA ALVES**

Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia (UFBA) e pesquisadora no Núcleo de Estudos em Jornalismo - NJor/UFBA. Mestre em Cultura e Sociedade pela UFBA e graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Foi professora substituta no Centro de Artes, Humanidades e Letras da UFRB. Atua principalmente em fundamentos do jornalismo e jornalismo de moda. Coorganizadora do livro "Fundamentos e práticas jornalísticas" (Insular, 2024)..

larimolina@gmail.com**EMERSON SILVA NUNES JÚNIOR**

Mestre e Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia (UFBA), pesquisador no Núcleo de Estudos em Jornalismo – Njor/UFBA. Com 15 anos de experiência no mercado, atualmente é editor-chefe na TV Bahia, afiliada da Globo. Possui MBA em Marketing e Branding pela Unifacs, é graduado em Jornalismo pela Faculdade da Cidade do Salvador. Pesquisa a audiência minuto a minuto no telejornalismo.

emerson.nunes.junior@gmail.com**CONTRIBUIÇÕES DE CADA AUTOR:**

Lia Seixas foi responsável pela supervisão e gestão do projeto de pesquisa, fundamentação teórica, conceituação, gestão de software, curadoria de dados e construção de quadros e figuras. A metodologia foi concebida a partir de observações e reflexões desenvolvidas no Núcleo de Estudos em Jornalismo (Njor/UFBA). Lia Seixas, Larissa Molina e Emerson Nunes atuaram nas etapas de análise formal do *corpus*, primeira redação, revisão e edição.